

向新向智向绿活力释放 广交会彰显外贸韧性

据新华社北京10月13日电 《中国证券报》13日刊发文章《向新向智向绿活力释放 广交会彰显外贸韧性》。文章称,展位总数7.46万个,参展企业超3.2万家,均创历史新高;来自217个出口市场的20.7万名采购商预登记,环比增长14.1%……10月15日,第138届中国进出口商品交易会(广交会)将开幕,参展规模再创新高。

专家表示,广交会是我国外贸的“晴雨表”和“风向标”,从第138届广交会释放的信号看,我国外贸有望延续韧性增长态势。

新动能加速汇聚

苏州穿山甲机器人股份有限公司工厂内,机械臂与工人默契配合,将智能配送机器人产品封装、装车。这些智能配送机器人产品将出口海外。

“截至目前,今年公司的出口订单量同比增长6倍,生产订单已经排到年底。”苏州穿山甲机器人股份有限公司董事长宋育刚说,公司将带着室内外配送机器人、迎宾接待机器人、送餐机器人等拳头产品走进第138届广交会,希望在现场斩获更多海外客户订单。

不仅是穿山甲公司,一批国家级专精特新小巨人企业正在广交会汇聚。商务部对外贸易司司长王志华10月10日表示,本届广交会引领创新升级,拥有高新技术、专精特新、单项冠军等称号的优

质企业突破1万家,创历史新高。在展品方面,据展前调研,预计现场展示新产品(近一年研发)超100万件、拥有自主知识产权产品近110万件、广交会首展产品近80万件。

新技术、新产品云集广交会,折射了我国外贸发展质效不断提升的态势。王志华说,今年前8个月,我国机电产品出口保持较好增势,占总出口额的比重超六成,集成电路、智能家居、工业机器人等高技术、高附加值产品保持较高增速。

“本届广交会参展企业规模稳步增长,尤其是高科技企业参展占比提升,折射出我国外贸具有较强的韧性,出口产品具有较强性价比,备受国际市场青睐。”中国国际经济交流中心科研信息部副部长刘向东在接受中国证券报记者时表示。

在武汉孚锐利自动化设备有限公司的车间,智能机械臂产品进入最后调试阶段,即将走进海外新能源汽车品牌的总装工厂。

“公司的智能机械臂产品受到海外新能源汽车品牌关注。”武汉孚锐利自动化设备有限公司总经理皮劲表示,今年公司新开拓了20余个海外项目,超过20%的订单都来自海外。

智能化趋势正在多个外贸领域加速演进。本届广交会的展区题材也显示了

外贸“向智”发展之势。

王志华介绍,本届广交会共设置175个产品专区,其中智慧类专区18个,现场展示智能产品35万多件。本届广交会首设智慧医疗专区,吸引手术机器人、智能监测及可穿戴设备等47家企业参加,更好展现我国医疗领域先进产品和技术。

“广交会上,智能化技术和展品日益涌现,折射了我国外贸企业的产品质量和技术水平不断提升。”商务部研究院学位委员会委员、研究员白明认为,本届广交会的国外采购商预登记数量明显提升,也体现了中国市场的吸引力。

刘向东表示,制造业的智能化转型趋势重塑了出口竞争力,推动出口商品向高端化转型,外贸产业结构转向“技术+品牌”驱动。外贸结构优化能够有效抵御全球需求疲软与贸易保护主义冲击,提升中国制造在全球价值链的地位,同时倒逼国内企业加大研发投入,不断培育新质生产力,巩固产业升级和协同发展优势。

在武汉孚锐利自动化设备有限公司的车间,智能机械臂产品进入最后调试阶段,即将走进海外新能源汽车品牌的总装工厂。

“公司的智能机械臂产品受到海外新能源汽车品牌关注。”武汉孚锐利自动化设备有限公司总经理皮劲表示,今年公司新开拓了20余个海外项目,超过20%的订单都来自海外。

智能化趋势正在多个外贸领域加速演进。本届广交会的展区题材也显示了

者喜爱,近期和美国客户签订了5000辆无辐式氢能两轮车首批订单。

这是中国企业强化绿色发展理念,推动绿色转型的缩影。

从本届广交会可以窥见外贸绿色化转型的趋势。王志华介绍,本届广交会将为进一步强化绿色发展理念,继续做强新能源展区中的氢能新题材,持续优化储能产品专区,共吸引新能源参展企业305家,较上一届增加3%。据展前调研,本届参展企业在生产过程中采用绿色生产技术的占38.4%。各类企业在现场展示绿色低碳产品108.3万件。

“下一步,我们将继续发挥好广交会对外开重要窗口作用,展示中国外贸向新向智向绿活力,更好助力国内外企业合作交流,推动外贸高质量发展。”王志华说。

展望四季度外贸形势,白明认为,四季度面临的不确定因素增多,需要针对外部形势变化,适时出台增量政策,支持外贸平稳增长。

刘向东表示,总体看,四季度外贸形势仍将保持韧性。建议加快发展数字贸易、服务贸易和绿色贸易等新业态新模式,同时扩大对外贸易企业的政策支持,包括扩大出口信用保险覆盖面,鼓励金融机构创新金融产品和服务;进一步优化营商环境,优化物流与通关效率,推动跨境商务便利化,建立外贸企业“合规体检”机制等。

刘向东表示,总体看,四季度外贸形势仍将保持韧性。建议加快发展数字贸易、服务贸易和绿色贸易等新业态新模式,同时扩大对外贸易企业的政策支持,包括扩大出口信用保险覆盖面,鼓励金融机构创新金融产品和服务;进一步优化营商环境,优化物流与通关效率,推动跨境商务便利化,建立外贸企业“合规体检”机制等。

三个关键词,看我国外贸何以量质齐升

□新华社记者 邹多为 黄韬铭

三季度是全年承上启下的关键节点,顶压前行的外贸,走势如何颇受关注。海关总署10月13日发布的数据显示,今年前三季度,我国货物贸易进出口总值33.61万亿元,同比增长4%,比前8个月加快0.5个百分点。

“我国外贸在复杂的外部环境下延续了稳中向好的发展势头。”海关总署副署长王军在当天国新办举行的新闻发布会上说,总的看,前三季度,各地各部门攻坚克难、努力拼搏,广大外贸企业积极应变,开拓创新,我国外贸韧性彰显、结构优化,实现了量质齐升。

稳中向好的韧性从何而来?量质齐升的支撑因素有哪些?对四季度外贸走势有何预判?海关总署相关负责同志对此进行了解读和回应。

关键词一:底气

前三季度我国进出口实现逆势增长,展现较强韧性,首先是底气充沛。

“有底气,主要体现在外贸大盘稳。”王军说,从国际数据看,今年前7个月,我国进出口占全球货物贸易总值的比重为11.8%,继续保持全球货物贸易第一大国地位。

从我国外贸数据看,进出口整体增速逐季加快。从一二季度分别增长1.3%、4.5%,到三季度增长6%,我国进出口已连续8个季度实现同比正增长。与此同时,三季度进出口规模均在10万亿元以上,保持了历史较高水平。其中,9月当月进出口4.04万亿元,同比增长8%,增速创年内单月新高。

进、出口分开,前三季度我国出口19.95万亿元,同比增速达到7.1%,连续8个季度保持增长;尽管同期进口同比下降0.2%,弱于出口,但降幅相比前8个月收窄1个百分点,表明随着提振消费专项行动持续发力,国内需求正在改善。

此外,底气还源自外贸大省挑大梁的作用持续发挥。前三季度,广东、江苏、浙江、上海、山东5省市进出口合计增长5.2%,对全国进出口增长的贡献超过八成。

关键词二:朝气

“有朝气,主要体现在增长动能新。”王军表示,随着新质生产力不断发展,重点产业提质升级,我国出口产品的结构不断优化创新。

据海关统计,前三季度,我国出口高技术产品同比增长11.9%,对同期整体出口增长贡献率超三成,其中,我国制造的工业机器人增长54.9%,不断走俏国

际市场,风电出海跑出“加速度”,“新三样”产品、铁道电力机车等绿色产品增速均达到两位数。

当传统文化“牵手”中国制造,“老字号”焕发新活力。前三季度,我国出口的龙舟、木雕、剪纸等非遗产品加入当代潮流元素,在海外广受欢迎,品质不断升级的国潮花灯、盲盒公仔等国货潮品销往全球200多个国家和地区。

作为贸易新业态,跨境电商极大便利了国内外的消费者,已经成为拉动外贸增长的新动能。据海关总署统计分析司司长吕大良介绍,从出口商品看,主要是服饰鞋包及珠宝配饰、数码产品及配件、家用办公电器及配件,进口商品主要是美妆及洗护用品、食品生鲜、医药保健品及医疗器械。

当天发布的上半年跨境电商进出口正式数据显示,今年上半年,我国跨境电商进出口1.37万亿元,同比增长10.3%,占同期我国进出口总值的6.3%,比去年同期提升0.4个百分点。与此同时,根据初步测算,前三季度,我国跨境电商进出口约2.06万亿元,增长6.4%。

关键词三:锐气

有锐气,主要体现在外贸主体迎难

而上、锐意进取。前三季度,我国有进出口实绩的外贸经营主体首次达到了70万家,已超过去年全年的总量。中国海关贸易景气调查最新结果显示,出口企业信心指数连续5个月回升,进口企业也连续3个月在回升。

凭借这股不惧逆风、敢于开拓的锐气,我国外贸“朋友圈”不断扩大。国际数据显示,今年前7个月,我国是全球166个国家和地区的前三大贸易伙伴,较去年同期增加14个。

此外,前三季度,我国对共建“一带一路”国家进出口17.37万亿元,同比增长6.2%,占进出口总值的51.7%;对东盟、拉美、非洲、中亚等进出口分别增长9.6%、3.9%、19.5%和16.7%;对亚太经合组织(APEC)其他经济体进出口增长2%。

当前外部环境依然严峻复杂,经济全球化进程遭遇“逆风逆流”,多个国际组织指出贸易政策的不确定性成为制约世界经济发展的主要因素,叠加去年基数较高等客观因素,四季度我国稳定外贸发展仍然需要付出艰苦努力。

“我国经济基础稳、优势多、韧性强、潜力大,长期向好的支撑条件和基本趋势没有变,超大规模市场和完整产业体系的优势突出,进出口保持韧性和活力,这些都将为下一阶段外贸稳定发展提供支撑。”王军说。

(新华社北京10月13日电)

跨境电商平台“增员” 中国品牌加速拓展海外市场

据新华社北京10月13日电 《中国证券报》13日刊发文章《跨境电商平台“增员” 中国品牌加速拓展海外市场》。文章称,阿里旗下跨境电商平台Lazada近日和天猫实现首次系统级打通,并专门设立项目组,助力天猫商家一键链接东南亚市场;1688公开披露一款名为“邀虾”的跨境AI产品,预计将于今年11月份上线……在跨境电商行业蓬勃发展的当下,新平台不断涌现。专家表示,中国跨境电商平台的持续“增员”助力中国商品更便捷地进入全球市场,扩大了中国商品的市场范围,也让海外消费者有了更丰富的产品选择。

加强内部协同支持

一位收到出海邀约的品牌方人士透露,上述项目由天猫与Lazada联合推出,目前商家后台已开设专门的“一键轻出海,直通东南亚”页面,没有额外的运营成本,商家只需要把货发到国内仓库,国际物流、海外商品售后、广告等均由平台承担。

“品牌化已经进入黄金时期,现在我

们拥有了更强大的内部协同支持。”Lazada总裁魏巍介绍,“一键轻出海”背后有两个重点,一个是内部协同,天猫小二会深度参与到项目中,挑选最合适、最优质的品牌商家进入该项目;另一个是系统打通,通过两个平台的系统对接和AI能力,天猫商家在Lazada上将获得一个“双胞胎”店铺。

近年来,跨境电商平台层出不穷,持续为行业发展注入新动力。“出海四小龙”之一的速卖通数据显示,今年上半年,速卖通平台入驻品牌数量同比增长70%,超过500个品牌实现销售额翻倍,2000多个品牌通过平台成功进入新市场。9月23日,阿里巴巴集团控股有限公司旗下跨境电商平台速卖通宣布启动“超级品牌出海计划”。

提供体系化出海策略

从产品出海到品牌出海,中国品牌走向全球化的背后,是供应链与跨境电商平台共同撑起的底气。

速卖通品牌出海负责人衍之告诉记者

者,此次品牌出海升级的本质,是速卖通从底层能力做出改变,提供了一套体系化的品牌出海策略,从品牌适应平台运营要求、依赖大促做爆发,变成平台自下而上做品牌化升级。“速卖通将成为品牌出海的第二增长曲线,让品牌在决定出海的时候有一个新选择。”衍之说。

“今年要在速卖通拿下1个亿的海外市场。”智能骑行台品牌ThinkRider放出“狠话”。谈及今年的“小目标”,ThinkRider创始人俞丽玲信心满满:一方面,海外户外运动市场更为成熟;另一方面,ThinkRider风靡国内的明星新品在海外还处于萌芽状态,而在骑行兴趣圈里,一旦形成口碑相传的裂变效应,销量将迎来指数级增长。“目前的首要任务是和速卖通一起把曝光做上去。”他说。

8月,北京市商务局发布《北京市推动跨境电商高质量发展行动方案(2025—2027年)》,明确打造立足京津冀、服务全国、辐射全球的跨境电商创新高地;同月,杭州海关推出支持浙江跨境电商高质量发展10项措施,从模式创新、服务能力提升、监管制度优化等多维度提升跨境电商贸易便利化水平。

业界普遍认为,为满足跨境电商的发展诉求,未来更多偏向性支持政策还将陆续推出。企业端也在紧扣新的市场需求,推进产品与营销策略的动态调整。政策托举与企业创新正形成“双轮驱动”效应,推动中国品牌稳步迈向高质量发展。

“讲文明 树新风”公益广告

倡导低碳生活, 我们的健康生活!

绿色生活,你我同行

