

唱响中国经济“光明论”

预期好转增信心 多方合力拓市场

对数百家外贸企业的调研

新华社北京5月9日电 《经济参考报》5月9日刊发文章《预期好转增信心 多方合力拓市场——对数百家外贸企业的调研》。文章称,近期,中国机电产品进出口商会(下称“中国机电商会”)等部门对外贸企业的调研显示,企业出口预期明显好转,全年实现增长的信心回升,但总体呈现暖意的同时,外需不振导致的订单不足依然是企业面临的主要挑战。不少企业正在积极开拓新市场、发展新业态,采取一系列稳订单稳外贸举措。



5月4日,诸暨市财政部门工作人员(左)到海铁联运中心查看外贸货物运输情况。
新华社记者 徐昱 摄

预期好转 信心回升

在广交会期间,中国机电商会对600家机电企业的问卷调研和300余家企业的现场走访显示,36.8%的企业预计上半年出口额同比增长,高于预计下降的企业,更明显好于去年同期调研预期,对全年出口额持增长预期的企业比重扩大到42.5%。据了解,这是去年春季广交会调研以来,预期出口增长的企业比重首次超过预期下降的比重,显示企业出口信心的回升。调研还显示,订单情况有所好转,订单量同比增长的企业比重情况明显好于上年。

“通过监测150家重点外贸企业发现,订单整体在恢复过程中,从今年1月开始逐月好转。”浙江省义乌市商务局近期的摸底也显示企业订单情况向好。该局外贸科科长黄俊桥介绍,义乌面上的数据算是比较好的,今年1-3月份预计增长10%左右。尤其是3月10日以后,义乌市场上的人流增加明显,线下市场也在恢复。“现在外商回来了,都希望去市场下单,比一比、摸一摸行情。客流转化为订单也还需要一个过程。”

整体回暖向好,这与今年以来的外贸进出口数据走势相呼应。一季度,我国货物贸易进出口9.89万亿元人民币,同比增长4.8%,其中3月当月进出口同比增长15.5%,开局总体平稳。业内人士分析,3月进出口增速回升,既有去年同期基数相对较低的原因,也有累积订单集中释放、跨境运输更加通畅、组团出海初见成效、企业预期有所回暖等因素支撑。

海关数据也显示出外贸经营主体活力有所增强。一季度有进出口实绩的外贸企业数量同比增长5.9%,比去年同期增加2.5万家,民营企业进出口增长14.4%,占我进出口比重上升至52.4%,较去年同期提高了4.5个百分点。

“随着国内系列展会的开展、商务人员往来更加便利、贸易创新持续深化等,我国外贸回暖趋势有望持续。”商务部研究院国际市场研究所所长许英明说。

仍面临订单不足等挑战

不过,尽管总体向好,外需不振导致的订单不足依然是当前不少企业面临的挑战。中国机电商会调研显示,订单情况有所好转,但订单量同比增长的企业比重(32.2%)仍低于订单下降的企业(39.3%),且企业订单仍以短单为主,排产2个月内的订单比例占六成以上。此外,企业利润水平依然较低。参与调研的企业中,超过八成表示目前出口利润率较2022年水平基本持平或下降。

“今年以来,外贸形势非常严峻。”商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文在4月23日国务院政策例行吹风会上坦言,一季度,我国外贸进出口实现了4.8%的增长,这是非常不容易的,实现了“开门稳”。但是必须看到,外贸形势依然复杂严峻,面临不少困难和挑战。从外部环境看,外需的不确定性仍然是最大制约因素。国际货币基金

组织4月将全球经济增长率由2.9%下调到2.8%。从经营主体来看,我国外贸企业也面临一些制约因素和困难,比如去国外参展不方便、贸易风险还在上升、经营压力增加等。

4月7日召开的国务院常务会议指出,推动外贸稳规模优结构,对稳增长稳就业、构建新发展格局、推动高质量发展具有重要支撑作用。会议研究推动外贸稳规模优结构的政策措施,并作出系列部署。

商务部也表示,将会同地方和有关部门,密切跟踪外贸运行情况,做好形势分析研判,抓好政策落实,发挥好政策组合拳作用,稳住外贸规模,在此基础上进一步优化对外贸易结构,为企业赋能,为企业抓住机遇、开拓市场,为巩固经济向好态势多作贡献。

开拓新市场 发展新业态

“我们应对挑战,就是六个字:三个高三个化。”浙江一家从事园林设备制造的国家单项冠军企业负责人告诉记者,企业年产200万到300万台设备,主要出口市场是美国和欧洲。“三高,就是请高手,招聘吸引人才尤其是研发人才;增高位,提高品质提升品位提高定位;攀高亲,与龙头行业及企业形成信任关系,变成战略合作伙伴。三化,就是专业化、国际化、品牌化。”

当下,不少企业正积极开拓新市场、发展新业态,采取一系列措施稳订单开拓市场。

一次见面胜过千封邮件。中国贸促会一季度对44个大行业、646个小行业的10028家中国企业海外参展抽样调查显示,企业普遍反映海外参展有较大收获。“一带一路”沿线国家成为出展热门。

中国机电商会调研发现,企业对RCEP市场的预期明显好于欧美市场,超八成企业预计全年对RCEP市场出口持平或增长,好于对欧美传统市场预期。

海关数据显示,3月当月,我国对东盟、拉美、非洲等新兴市场进出口分别增长了27.5%、18.6%和29.4%,部分弥补了传统市场需求不振带来的影响。

除了开拓新市场,不少企业也在加快自主品牌建设、探索外贸新业态发展。

中国机电商会新闻发言人高士旺介绍,不少企业关注自主品牌培育,把握“专注”和“创新”两大主线,提升海外市场竞争力。如一家主营安防产品的企业瞄准国际一线品牌,在包括生产设备等全产业链加大研发投入,在本行业“一米的地方深挖一万里”,一季度订单量实现同比翻番。

中小微企业瞄准跨境电商,打造自主品牌,通过跨境电商帮助综合性价比比较高的中国好货畅行全球。例如,某主营光伏组件企业通过在重点海外市场布局“海外仓”夯实供货能力,目前企业一季度出口额已接近去年上半年水平。

海关数据也显示,出口产品结构持续提升。汽车等高附加值产品出口增势不减,电动汽车、光伏、锂电池等“新三样”竞争优势持续释放,一季度合计出口增长66.9%,拉动我国出口整体增速2个百分点。

许英明分析,整体看,海外市场需求仍存在很大不确定性,我国外贸形势依然复杂严峻。供应链本地化、区域化、多元化还在推进,企业保订单压力还会持续。

在他看来,要落实好稳规模优结构的外贸政策措施,支持企业更多参加展会,寻求订单机会;更多关注新兴市场,探索市场多元化。随着RCEP落地生效和“一带一路”高质量共建,东盟国家和“一带一路”沿线国家等成为我国外贸发展的增长点,未来有望持续增长。我国外贸“新三样”国际竞争力逐渐增强,未来仍是领跑外贸出口的新势力。

“应对外部挑战,关键在于形成自身稳定的生产能力。”商务部研究院研究员周密认为,需要在政策上提供更好服务,帮助企业的产能在一定程度上实现多元化发展,增强供应链弹性。比如,提供更多信息服务平台,在“一带一路”区域加强贸易投资合作,对于一些重点产业链进行引导,促进企业更多地开展有效合作,增强整体供应链韧性,保持并加强我们在全球响应需求变化的能力。

(记者孙韶华、王文博、屈凌燕)