

# 外贸上演“冰与火之歌”： 用创新打造新起点构筑新优势

证券时报记者 吴瞬 卓泳

外贸是拉动经济增长的重要引擎,但今年以来,全球市场却消费疲软、需求不振,我国外贸也遭遇了一些波折,引发了市场对外贸的担忧。数据显示,前7个月,我国进出口总额同比增长0.4%,其中出口增长1.5%,总体上保持稳定,但在7月,出口却下降9.2%。

对此,证券时报记者近期走访一些外贸、跨境电商展会以及外贸企业发现,外贸领域正在上演“冰与火之歌”:一边是一些有技术含量、产品创新力强的企业,规模和利润不断逆势上扬,业务分外红火;另一边是,缺乏技术创新、产品无特色或非必需品的企业正在遭遇外贸寒冬,订单大幅减少。

综合不少分析人士的观点来看,当前我国出口虽遇到一定波折,但这主要是由全球经济不振影响,尽管面临不少困难,但我国产业体系完整,供给能力充足,外贸韧性强的特点明显。尤其是不少创新能力强的企业,正在用创新打造我国外贸的新起点和新优势。

## 海外需求疲软

“我们客户主要是亚马逊卖家,今年的订单少了很多。全球消费太低迷,海外消费者手里的钱也不多,我们的产品是机械键盘,只要没坏,他们现在根本就不会换新。而且现在市场也就这么大,大家都在发力存量竞争,价格上打得‘你死我活’,利润就更少了。”在近期深圳一场跨境电商展会上,一家键盘生产企业人士坦言,今年上半年的外贸行业非常艰难。

事实上,不仅是同行间在压价格,一些跨境电商平台的卖家也在试图寻找“最好的低价产品”。一位深圳的Shopee(虾皮)卖家告诉记者:“现在全球经济都不太景气,大家都恨不得一块钱掰成两半花。我们主要做东南亚市场,这个市场的特点就是不能单价过高,我们这次到展会上来选品,主要是希望找到一些创新、质量好,但一定要性价比超高的产品,不然我们在东南亚市场是很难卖的。”

而另一家主做创意星空灯的厂家更是“大吐苦水”:“我们产品出厂价起步就是90元、100元,稍好一些产品

出厂价要200多元。全球经济形势差,不管是亚马逊还是Shopee的卖家,都很少找我们拿货了,因为他们根本卖不出去这么高价格的产品。虽然100元成本看着不多,但还要加上运输成本、平台广告费用等等,平台出售价格至少翻倍,就算是欧美的客户也无法只是为了‘好看好玩’买单。”

对于今年的外贸出口形势,深圳市进出口商会执行副会长林文胜表示,就单就华南市场而言,在出口商品结构方面,下降幅度较大的是电子消费品。因为全球消费疲软,需求下降。而华南在电子消费品市场上比较成熟,尤其是机电产品,下降幅度就比较大。但华南整体数据比较平稳,这得益于新三样——汽车、光伏、锂电等产品的出口热销。

此外,林文胜表示,从传统的产品来看,由于外商投资企业受贸易摩擦影响,各大品牌商被要求供应链转移到越南、印度,目前来看也初见成效,还形成了一些带动作用。“大的制造商带动了一些供应商,因此为这些品牌商做配套的企业也前往越南、印度、墨西哥考察,这块的下降幅度在20%左右,对整个体量影响很大。”

## 靠创新度寒冬

需要注意的是,在全球经济疲软下,出口下降并非单单影响我国,越南、韩国等也难以幸免。韩国产业通商资源部统计,2023年7月,韩国货物出口额同比下降16.5%至503亿美元,连续第10个月负增长;越南海关统计,2023年上半年,越南货物累计出口1646.8亿美元,同比下降12%。

在当前形势下,虽然大部分企业在经历着出口寒冬,但同样也有部分始终坚持创新的企业在逆势创新高。记者近期走访了一家拟上市的企业,该企业今年上半年营收增幅预计超过50%。取得如此成绩的原因有两个:一是该企业在多年来持续绑定大客户,通过不断更新产品、设计和稳定的品控获得大客户的高度信任;二是该企业所在的细分领域市场空间仍然巨大。

跨境电商供应链综合服务提供商递四方公关专家王与剑表示,今年以来,得益于多平台战略和公司组织架构的调整,公司业绩逆势上扬。截至目前,公司业务量票数、重量、营业额同比上涨20%左右。

**近期深圳各大  
展会上人头攒动,  
企业全力抢订单。**



吴瞬/摄 周靖宇/制图

2023年上半年公司涡轮增压器核心零部件业务实现营收4.8亿元,同比增长25.61%。其中,2023年上半年公司出口业务实现营收2.6亿元,同比增长21.09%,约占上半年总营收比例为41.27%。

## 外贸韧性十足

“当前外贸形势虽然十分严峻,但我们相信,依托于中国强大的供应链体系和完善配套,中国制造依然是性价比最高、品控最好的产品,海外市场也离不开中国制造。我们目前90%销售额都是在海外市场,海外客户对我们的产品依然看好,订单也有大幅增长。”前述拟上市公司董事长对证券时报记者坦言,对于所谓“脱钩断链”在他看来并不现实,如中国一样拥有庞大制造能力的国家也仅此一个。

事实上,今年以来,虽然外贸企业面临着巨大压力,尤其是中小企业面临着更大风险,但部分龙头企业成长前景依然可观。如比亚迪,上半年归属于上市公司股东的净利润为105亿~117亿元,比上年同期上升192.05%~225.43%。

对此,林文胜认为,龙头企业要

发挥龙头带动作用。过去外贸繁荣也是靠龙头企业带动起来的,他们能带动整个产业链发展,从而降低成本,让企业走向全球,过去手机产业就是典型的例子。“今天,我们的汽车产业也可以朝着这个路径去发展,比亚迪等龙头企业带动产业链全球化,只不过现在有贸易摩擦、技术摩擦,周期会长一些,但这个方向是没错的。像欧洲马上就要碳达峰了,他们肯定需要用到新能源设备,这就是我们的机会。”

“对中小企业来说,第一,要更加积极地走出去,到海外找订单;第二,要转型,向品牌化方向摸索,技术要上台阶,结构要改变,要更加大胆尝试新技术、新模式。”林文胜坦言,如今很多传统外贸企业过度依赖国外品牌给予的订单,做简单的加工贸易、ODM(原始设计制造商),但现在很多品牌商要求供应商要么去海外办厂,要么去关联国家办厂,而很多传统外贸企业的老板年纪都大了,正处于二代接班的过程,很难有动力做这事。“但是,身处这样的大环境,不改变就等死。必须重整团队、改变思维模式、主动改革创新,去拥抱互联网、新零售、跨境电商、直播等元素,只要有很好的供应链和技术,都会有机会。”

康冠科技也表示,2023年上半年,公司创新类产品出货量同比增长127.12%。创新类产品相较于传统产品,能更好地满足消费者的多样化需求,因此目前也存在一定的发展潜力。公司近年来加大对创新产品的研发力度以求解决市场需求痛点,目前看去取得了一定的成果。创新类显示产品既能够满足用户需求痛点,又结合了公司差异化的市场营销战略,所以实现了大幅增长。

此外,贝斯特的涡轮增压器核

心零部件业务受益于燃油车涡轮增压器渗透率持续提升以及混动动

力、增程式动力汽车销量快速增长,

对此,林文胜认为,龙头企业要

## 探馆2023世界机器人大会:

# 人形机器人成新风口 核心部件攻关仍需多方发力

证券时报记者 郭博昊

2023世界机器人大会于8月16日至22日在京举办,大会按照“机器人+”打造十大应用场景板块,展示机器人在商业社区服务、医疗健康、制造业等方面的应用,吸引140余家家企业携近600款机器人产品亮相展示。

## 人形机器人成新风口

随着人工智能(AI)和运动控制系统快速发展,人形机器人已成为科技领域最新的火热赛道。今年的展会上,EX机器人自主研发的人形机器人吸引了大量观众驻足观看,“他们”有的吟诗作对,有的指挥着乐队演奏,无论表情还是肢体动作都已达到以假乱真的程度。

EX机器人研发工程师西尔艾力告诉记者,今年的产品在硬件层面上更新了可动关节部件,进一步提升关节活动的灵活性和柔韧性;

样貌造型也做出升级,让机器人拥有更丰富表情,能够更生动地展现机器人情绪。此外,通过AI技术的应用,机器人对情绪的感知和表达能力也得到提升,交互时机器人可

识别出用户话语的含义及蕴含在内的情绪,进而通过语言、表情、肢体动作等予以反馈,给用户营造出与“人”交流的感觉。

人形机器人是当前机器人领域的“流量明星”,面对庞大的潜在市场,多家中国科技巨头纷纷入局人形机器人领域。本次大会上,小米就将机器人“铁大”带到了现场,尽管“铁大”还不能像其他领域机器人那样向观众“展示才艺”,但小米对人形机器人后续的应用充满信心。

小米机器人项目经理邵元欣告诉记者,相比机械臂、AGV(移动机器人)等设备,人形机器人具有更强的通用性,对于同一场景下的不同操作环节,人形机器人可实现对多种单一功能设备的替代。后续“铁大”也会率先应用到小米自己的智能制造工厂中。

中国是全球最大的机器人消费市场,第三产业的增长和消费升级是推动人形机器人高质量发展的重要动力。

但也要看到,当前高昂的成本仍是制约人形机器人广泛应用的主要因素之一。“很多企业进入这个市场后,都在探索更智能、成本更低的

机器人。作为一个工业品,只有成本降低到市场可以接受,才能被推广开来。”安信证券机械首席分析师郭倩倩指出,未来随着成本的降低,人形机器人可能会像汽车一样,作为可选消费品走入千家万户。

## “机器人+制造业” 国产替代加速

在新松机器人展台,四条红色的机械臂挥舞翻正为汽车车身进行点焊作业。“在国外企业对汽车点焊设备长期垄断的背景下,新松机器人在国内首次打破国际垄断。当

前,公司已与国内多家知名汽车生产厂商开展合作,部署设备近百台。”新松机器人行业经理马聘告诉记者。

埃斯顿自动化股份有限公司客

户经理王继超在接受证券时报记者采访时也表示,当前工业机器人已广泛应用于新能源、电子、汽车、金属等行业。例如,在金属行业可完成冲压、切割、上下料、切削、打磨抛光等工作。

在中国制造业自动化转型过程

中,工业机器人保持稳定增长,根据市场研究机构MIR数据显示,2012~2022年中国工业机器人的销量从2.72万台增长至28.2万台,年均复合增速达26%。

尽管我国工业机器人起步较晚,前期与国际先进设备存在较大差距,但在国内企业奋力追赶上,国产工业机器人技术水平不断向国外一流水平靠拢,部分关键零部件方面也打破了海外垄断。多家受访企

业负责人向记者表示,其自主研发的工业机器人国产化率已达到90%以上;部分产品更能以世界顶尖产品一半的价格得到顶尖产品90%的产品性能。

## 核心零部件攻关 仍需多方发力

当前,我国机器人产业在产业链规模、应用生态、成本和场景等方面具有优势,已经建立起相对完整的机器人产业链,但仍存在产业基础薄弱、技术积累不足、高端供给缺乏等问题。多家企业负责人对记者表示,核心零部件供给是未来机器人产业规模化发展的重要支撑,尽管近些年国产零部件取得长足发展,但部分产品与世界最先进水平

间的差距仍需进一步追赶。

某参展控制器企业负责人告诉记者,公司主营产品负载可实现200公斤物体的抓取,国内先进水平已达到500公斤负载。但与世界先进水平2吨负载相比差距仍较明显。还有企业负责人指出,国产零部件在稳定性、敏捷性等方面与国际先进水平相比也存在不足。

事实上,为促进机器人领域核心零部件攻关,中央及地方已出台多项政策。工信部、国家发改委等15部门印发的《“十四五”机器人产业发展规划》提出,补齐专用材料、核心元器件、加工工艺等短板,提升机器人关键零部件的功能、性能和可靠性;开发机器人控制软件、核心算法等,提高机器人控制系统的功能和智能化水平。

8月16日,北京市经信局印发《北京市促进机器人产业创新发展的若干措施》围绕机器人操作系统、高性能专用芯片和伺服电机、减速器、控制器、传感器等关键零部件,以及人工智能、多模态大模型等相

## 综合保税区高质量发展 综合改革实施方案出炉

8月16日,海关总署自贸区和特殊区域发展司司长陈振冲在例行记者通报会上表示,日前印发的《推动综合保税区高质量发展综合改革实施方案》包含海关职责内的23条综合保税区改革举措,另有涉及其他部委的十余条改革举措正在积极会商,达成一致后另行出台。

截至目前,全国共有各类海关特殊监管区域171个,其中综保区161个。2022年,全国海关特殊监管区域进出口值8.4万亿元,同比增长7.4%,占同期全国外贸进出口总值的19.9%。

陈振冲介绍,《实施方案》将推动综保区由原来的“两头在外”为主,转变为对内对外双向开放并重的经济功能区,畅通国内国际双循环。借助智慧化、智能化监管手段,建立更加贴合企业实际的监管体系。加快建立适应高端制造业和研发维修等生产性服务业发展的政策环境、营商环境,增强区内外产业联动,进一步降低制度性交易成本。

(秦燕玲)

(上接A1版)

## 精准信贷投放支持

“银行就是金融中介,进一步提升服务民营企业意愿和能力,有效缓解民营企业融资难题。”光大银行金融市场部分析师周茂华向记者表示,接下来,银行会继续优化信贷结构,加大对实体经济薄弱环节的支持,包括对制造业、重大项目、绿色发展、科创企业等领域的精准金融服务。

记者梳理多家银行于近期召开的年中工作会议内容发现,围绕加大信贷投放,普惠金融、专精特新、乡村振兴、绿色金融、科技金融等成为主流金融机构发力的方向。由银行创新的金融产品与服务,正拓宽民营企业融资渠道,提供更多的融资选择。

一方面,银行通过精准加大信贷投放力度,支持优质民营企业的健康发展;另一方面,积极引入民营企业债券融资支持工具、引入外部增信机构担保等方式,降低民营企业债券发行难度和利率,吸引社会资本投资民营企业。

周茂华指出,当前民营中小企业,除了面临融资和现金流方面压力,也面临市场需求、原材料投入成本、产业链供应链等问题,“国内需要加强政策配合,加大民营企业等实体经济薄弱环节支持,稳定发展信心,激发微观主体活力,促进就业和内循环”。

银行端也在整合资源,凝聚推动实体经济良性发展的新合力。例如,重庆银行强化资金保障,将信贷资源配置进一步向国家重点支持的行业和企业倾斜,优先保障重点产业集群、重点产业链、战略性新兴产业及现有支柱产业的金融需求,持续扩大对“专精特新”企业、“33618”现代制造业集群企业等区域重点民营企业的信贷供给。

值得一提的是,在当前寻求差异化竞争的市场中,精准适配逐渐成为银行提高金融服务能力的要求。例如,工商银行在总结会议中强调,突出制造业传统优势,以服务制造业特别是先进制造业为带动,全面提升对现代化工业、农业、服务业、基础设施的服务能力。

中信银行则是与时俱进调整策略,全面加大对先进制造业、绿色、科创、跨境、园区、普惠、乡村振兴等重点领域的民营经济支持力度。

## 优化技术创新环境

在金融领域,数字化技术的飞速发展正在深刻改变着银行业的技术创新环境,这也为民营企业带来新的机遇。银行业通过数字化技术,为民营企业提供更加智能化、便捷化的金融服务,有力推动了民营企业的技术创新和发展。

传统银行信贷业务由于其审查严格,手续复杂、对抵押物的依赖,让许多中小企业和初创企业望而却步。不过,数字化金融服务的出现,使得这个问题有了解决之道。

例如,交通银行利用大数据信息技术手段,构建智慧营销、行业洞察等系统工具,解决前台服务“企业在哪”、“企业需要什么”和“企业如何服务”三大问题。

事实上,在数字化浪潮推动下,银企合作正在逐步实现数据共享、产品创新和服务的个性化,更加行之有效地助力营造良好的民营经济氛围。

多家银行在年中工作总结会议中表露了加强科技创新的意愿,同时致力于打造开放、共享的金融生态圈。记者了解到,银行业内积极运用数字化系统工具提升服务质量。同时,通过与各类金融机构、企业开展深度合作,共同为民营企业提供综合金融服务。

有资深银行从业人员向记者表示,通过大数据分析、人工智能等手段,银行能够更详尽地了解企业的财务状况、经营表现和信用等级,为企业提供定制化的金融服务,也提高银行对民营企业的信用评估和风险控制能力。企业也能通过数字化平台,更便捷地获取银行的支持和服务。