

探索外贸新模式新业态 浙企高频组团“出海”抢单



▲正在中东市场考察的浙企代表。



▲义乌商家们今年春节期间,奔赴美国拉斯维加斯参加2024年国际时装及面料展(MAGIC SHOW)。



▲温州企业组团参加意大利眼镜展。



▲2月10日至17日,宁波舟山港春节八天累计完成集装箱吞吐量较去年同期增长2.7%,喜迎新春“开门红”。



▲2月21日,义乌国际商贸城举行龙年开市仪式。

李小平/供图
彭春霞/制图

(上接A1版)
组织商家出海抢单,不单单只有义乌。今年1月,浙江省商务厅组织全省商务工作会议,根据会议的报告,2024年,浙江将开展新一轮“千团万企拓市场增订单”行动,组织境外拓市场团组1000个、参展企业1万家以上。

而今,浙江各地“出海抢单”热潮涌动。譬如,温州的玩具、制鞋、眼镜企业,宁波的汽配、小家电,嘉兴的皮革制品、纺织服装产品,湖州的椅企,金华的五金、衢州的家具等,这些地域经济较为明显的区域,企业正在扎堆出海。

以浙江温州为例,刚刚结束的2024年意大利米兰国际光学眼镜展览会,温州组织了200余家企业前往参展,达成意向订单2亿美元以上。温州商务局相关人士对记者称,“2024年,拓市场、增订单,是商务局的重点工作之一,我们将持续推进。”

据介绍,今年1月2日,温州举行2024年“百团千企出海拓市场增订单”行动启动仪式,由此拉开了浙江省组团出海行动的大幕。随后,温州市商务局带队进入马不停蹄的出差状态:1月4日带队24家温州企业,赴香港参加玩具展;1月13日,组织200余家温州企业赴西班牙参加巴塞罗那服装展,举办温州-巴塞罗那经贸合作对接会。

组团出海抢单,浙江已尝到了甜头。2023年,浙江通过大力实施“千团万企拓市场增订单”行动,累计组织团组2861个,联动企业1.82万家次。与之呼应的是,2023年,浙江成为外贸出口最大黑马,全年进出口4.9万亿元,其中有3.6万亿元是出口总值,浙江凭此超越江苏,成为全国第二大出口省份。

更自信更积极更慎重

“我们公司的主业,就是帮助中国企业出海抢单。2023年,我们在10个国家办展,提供了1.35万个展位;2024年,我们计划在11个国家办展,计划提供1.9万~2万个展位。”米奥会展董秘姚宗宪对证券时报记者称,“目标展位约50%的增速,对于我们来说压力很大。但总体感觉,2024年的情况比2023年更有利。”

专业从事会展项目的米奥会展,是国内首家在创业板上市的民营会展企业。通过十几年在全球办展,公司积累了超过1000万条的全行业的优质供应商数据与采购商数据。

谈及今年外贸企业出海的最大特点,姚宗宪的切身感受是“全面开花”:以前,国内企业出海参展集中在纺织、机械、汽配、3C、家电、家居、食品等传统行业。但是,近年来,以新能源汽车、锂电池、光伏产品为代表的“新三样”以及芯片,也纷纷出海开拓市场。

“出海抢单,是因为国内市场太卷了,很多企业都遇到了发展瓶颈,意识到必须得走出去。同时,这也是国家竞争力提升的重要体现。”姚宗宪称。

作为全球最大的小商品集散中心,义乌国际商贸城汇集了26个大类、210多万种小商品,即便产品种类如此丰富,但很多义乌经营者们还是切身体会到了“生意越来越难做”。

在义乌市场经营了10余年的华美轻奢负责人罗振强对记者直言,“总有人价格比你低,如果不让利,客人就会选择其他商家,所以,市场上有些产品的销售,都是论斤卖,单件产品的利润,最少可以低至几厘钱。”

“2023年,是疫情彻底解禁后的首年,很多企业原本预期会出现报复性的消费,但实际情况却与预期相差甚远,这也使得很多企业在2024年组团出海

参展的重要原因。”姚宗宪说。以米奥会展举办的中国(迪拜)会展为例,疫情前的2018年、2019年,该会展的展位为2300个。当时会展期间,共吸引了8000-9000人次外商参观。2023年,米奥会展再次在线下举办中国(迪拜)会展,共设展位3200个,吸引约10万人次外商前往观展。

“虽然中国商品的出海,在一些国家受到了不公平的待遇。但是,很多的中国商品,确实价廉物美,在国外非常有竞争力。”姚宗宪解释,在中国(迪拜)会展上参展商品,全部来自中国,而且,展会针对人群以B端客户为主,如果外商不喜欢中国商品,就没有必要来逛展会。从2018年的外商不足1万人次,到2023年约10万人次外商参会,这可以充分的说明,外国客人还是喜欢中国产品,对中国企业有信心。

作为义乌市会展业协会会长、中国义乌小商品城展览股份有限公司总经理金亚非对记者直言,今年国内企业出海参展的积极性迫切,但企业出海参展的行为更趋理性。

比如说,以前,很多国内企业出海抢单、拓市场的自发意识不够强、方向性也不明确,在招展过程中,还需要沟通、说服。但是现在情况出现了改变,今年跟一些企业沟通的过程中,他们都会提出很多具体、针对的需求,再从中筛选,决定是否参加”。

探索新模式新业态

2023年,疫情放开的首年,报复性反弹是很多外贸企业原本的期待。不过一年下来,很多企业却感觉生意越来越难。海关数据显示,我国进出口总值41.76万亿元人民币,同比增长0.2%。其中,出口23.77万亿元,增长0.6%;进口17.99万亿元,下降0.3%。

“三年的疫情考验虽然结束了,但是全球经济复苏乏力,消费出现了明显降级,很多海外市场的购买力有所下降,这也让很多的外贸企业经营艰难,生意越来越难。”金亚非对记者称。

据介绍,疫情刚刚放开的2023年,很多企业出海欲望强烈,再加上各地政府积极推动,纷纷走出去,争抢头道汤。但是,根据企业后来的反馈,很多海外市场,特别像欧美的市场,企业参加展会以后,意向订单转化为实际订单的周期变长,大订单被越来越多的小订单取代,这种现象和趋势,如今正越来越明显。

浙江尚趣实业有限公司相关负责人吴志刚,今年1月随团参加香港玩具展。吴志刚告诉记者,“以前参加展会的时候,会遇到一个订单吃几年的情况,现在不同了,外商的订单越来越小,而且要求也越来越高,展会上收集到有效信息后,后续还需要业务员持续跟进,最终才能转化为订单。”

如何扭转?实现外贸高质量发展,既要“有为的政府”,也要“有效的市场”。从记者对部分企业的采访来看,部分擅长经商的义乌企业,正在出现了

一些新迹象:从被动组团出海向自觉组团出海转变,从输出产品向输出模式升级。

“以前是单打独斗,现在是抱团取暖,资源共享,经营模式出现了很大的不同。”在义乌市场从事卫浴产品的经营户陶菊英对记者如是说,“去年下半年,我们根据调研情况,联合市场上的10家厨卫领域的龙头企业,组成了‘十体连心’联合体。到目前为止,联合体已经考察了赞比亚、肯尼亚、加纳、科特迪瓦、塞内加尔等国家,今年准备在这些区域开25家大型商超。”

联合出海有何优势?陶菊英解释,不同产品的企业联合捆绑出海,就不存在同质化竞争,也方便客人一站式采购。更重要的是,联合体在组建之初,要求每个成员贡献出一家客户共享。“这就相当于每个联合体企业,一下多了9家潜在客户,这些共享的客户资源,一般都是当地的实力企业,多经营一个品牌很正常,不会对原有业务造成影响。”

“今后出海,一定是将超越抱团的方向发展。”经营户外用品生意的朱越来,2005年就在义乌扎根,最开始的模式是订单式外贸,前店后厂。但是,随着竞争压力的增大,朱越来也走出去,从坐商变成了行商。

“2024年开年以来,我们已经联合了9大商会,20余家不同行业的企业,先后考察了俄罗斯和墨西哥市场,计划在6月份在当地举办小型参展。目前,正在梳理前期的考察资料,做策划。”朱越来对记者称,很多企业出海,只能单纯的做到抢订单,没有第二步。但是,要想真正走出去,不仅仅是把订单拿回来,还要把先进的销售模式、设计、理念,都带出去。“我们计划走出去以后,打一场组合拳,从约邀客、获客、拓客,产品陈列、搭配、设计等环节,逐渐的把客户的痛点解决掉,帮助客户如何去赚钱。”

需求向配套服务延伸

浙企扎堆出海的背后,离不开当地政府多维度的支持。

首先是真金白银的现金支持,为企业出海抢单,拓市场,降低成本支出。譬如义乌,为了支持企业参加境外展会,对企业和市场商户(含个体工商户)参加列入义乌市2024年境外展会支持目录的成熟型展会,按展位费给予60%补助。

“独自出国参加顶级展会,每个人需要大概十几万元(人民币)起步,这对

中小外贸商家来说,是一个不小的成本。”温州巧猴儿游乐设备有限公司负责人薛一鸣对记者称,“香港玩具展是全球排名前三的行业展会,今年1月温州组织的参展团,我们公司派出了2位人员,但政府有5万元的资金补助,支持的力度还是蛮大的。只要拿到一个订单,就意味着我们会赚。”

其次是金融、结汇、保理、物流等配套服务等支持。米奥会展董秘姚宗宪对记者称,“全面开花,不仅仅是传统的中国制造业纷纷出海,如何让出海的中国企业更好的发展,金融、物流等配套服务不可或缺,也必须得跟上。”

配套服务的重要性,浙江省企业深有体会。今年1月,浙江省商务厅相关负责人在全省工作会议上举例,浙江某企业要出口一批服装到非洲一个国家,而浙江另一家企业需要从该国进口一批矿石,这种情况下,非洲的出口国经常会出现收汇问题。针对企业提出的这类集中问题,2023年下半年,浙江省相关部门积极争取政策支持,基于新型贸易的基础,在金华地区率先进行非外汇结算试点。

据悉,金融服务问题,是很多企业走出去遇到的常事,为此,浙江省各地商务部门的做法,在后方成立金融顾问团,为参展团提供远程咨询服务。另外,记者获得的最新消息还显示,目前,浙江省商务部门正在考虑如何升级随团金融机制,从而更好的为参展团提供配套服务。

实际上,配套服务也是一种商机。作为义乌市场的主要经营者,义乌国资旗下的小商品城,也正在角色转换,将自己打造成国际贸易综合服务商。

近年来,小商品城相继打造了china-goods平台采购宝、Yiwu Pay(义支付)等应用产品。譬如Yiwu Pay(义支付)最新公开数据显示,自2023年2月21日正式上线以来,累计为近2万个商户开通跨境人民币账户,跨境清算资金超人民币85亿元。未来3年~5年内,Yiwu Pay的目标GMV为100亿美元以上,成为全球具有较大影响力的支付品牌。

在义乌小商品走向全球的过程中,小商品城充当了怎样的角色呢?对此,公司相关负责人对记者打了个比方,小商品城正在打造一艘贸易航母,这艘航母上拥有中国优质、且极具性价比的货源供应,完善的贸易服务体系(包含设计生产、展示交易、报关、物流履约、海外仓、结汇等等),有各个行业的经营户群体,也有解决跨境贸易痛点的服务企业。

奥特维中标2.7亿元 隆基绿能组件项目

证券时报记者 聂英好

2月22日晚间,奥特维(688516)发布项目中标公告,公司及控股子公司旭睿科技取得“隆基绿能科技股份有限公司组件项目——划焊一体机、BC印胶设备”的中标通知书,中标金额合计约2.7亿元。

不过公告指出,当前奥特维尚未与招标人签订正式合同,合同签订及合同条款尚存在不确定性。按照奥特维收入确认政策,将在设备验收后确认收入,该公司商品平均验收周期为6~9个月,受本项目具体交货时间及验收时间的影响,中标项目对2024年业绩影响存在不确定性,将对奥特维2025年经营业绩产生积极的影响。提醒广大投资者谨慎决策,注意防范投资风险。

同日晚间,奥特维还发布业绩快报,2023年实现营业总收入63.04亿元,同比增长78.11%;净利润12.55亿元,同比增长76.15%;基本每股收益5.59元。

对于业绩增长的原因,奥特维表示是公司积极的市场开拓政策,产品销售规模持续扩大,致公司营业收入大幅增加,从而使得营业利润增加。同时,该公司进一步加强成本管理、费用管理,因此利润总额、净利润均有增长。

奥特维成立于2010年,是光伏、锂电和半导体专业领域知名的智能装备制造企业,光伏设备是该公司的主要营收来源,产品覆盖硅片、电池片、组件全产业链,主要应用于晶硅光伏行业和锂电动力电池行业。

财报显示,当前奥特维在手订单充裕,2023年前三季度新签订单量89.92亿元(含增值税),截至三季度末在手订单114.83亿元(含增值税),同比增长76.34%。从下游客户来看,奥特维客户涵盖隆基、晶科、晶澳、通威、天合、阿特斯、保利协鑫等头部光伏一体化厂商,并与远景AESC、金康汽车、南京爱尔集等电子、PACK、整车知名企业建立业务合作关系。

2023年10月,奥特维控股子公司松瓷机电推出全球首款SC-

1600MCZ SEMI 半导体级磁拉单晶炉,获韩国知名半导体公司批量订单。据了解,松瓷机电该新品半导体级磁拉单晶炉能够满足12~24英寸硅片生产,此次与韩国知名半导体公司达成合作的设备将于2024年3月开始全面交付,同时将帮助该公司建立全球首座半导体级无人化智能拉晶工厂。

奥特维在1月接受投资者调研时表示,此次获得半导体单晶炉设备订单,体现了奥特维在该领域的技术实力,但后续能否持续获得订单,取决于公司设备交付客户后在客户端的表现。奥特维首先要保证首批半导体单晶炉在客户端的良好运行,在此基础上,会提升半导体单晶炉的竞争优势,相信未来会有更多的半导体单晶炉订单。

光伏供应链价格供需变化影响明显,从奥特维所在的光伏行业供需结构与价格表现来看,2023年,硅片市场在光伏各环节供应过剩的背景下,呈现大幅向下的趋势。截至2023年年底,单晶硅片M10-182mm(150μm)现货报价跌至1.9元/片,相较2022年年底的4元/片跌幅达52.5%。而从供给端来看,据机构统计,2023年国内主要厂商硅片产能达826GW,同比增长53%。

对于2024年硅片端、电池片端和组件端设备替换需求,奥特维展望表示,组件端设备每年的新增产能中即存在一定比例的替换需求,预计2024年组件端设备的替换需求会有所增长;2024年电池片端设备由于N型电池片逐渐占据主流,对N型电池片设备的需求有望显著增长;硅片端设备预计2024年的扩产趋势将有所放缓。

浙商证券预计,2024年组件扩产需求有望维系,叠加行业SMBB/OBB新技术持续渗透,单GW设备价值量有望提升。同时奥特维在硅片、电池设备市占率仍具提升空间,抵消市场对行业扩产需求下行担忧。从利润端来看,随着奥特维硅片、电池设备规模效应的持续提升,该公司利润率有望保持较高水平。

东湖高新拟出资5880万元 参设前沿科技基金

证券时报记者 梅双

东湖高新(600133)2月22日晚间公告,公司拟与全资子公司东湖投资、湖北夏创源产业投资基金合伙企业(有限合伙)(简称“夏创源”)共同发起设立武汉东湖高新前沿科技产业投资基金一期(有限合伙)(简称“前沿科技基金”)。

前沿科技基金总规模为1.2亿元,东湖高新认缴出资5880万元,作为有限合伙人,占基金规模的49%;东湖投资认缴出资1200万元,作为基金普通合伙人,占基金规模的1%;夏创源认缴出资6000万元,作为有限合伙人,占基金规模的50%。出资方式均为货币出资,全体合伙人在普通合伙人通知的时限内分期予以缴付,且基金首期出资不低于2000万元。

前沿科技基金将专注于投资智能制造、集成电路、光电子信息、数字、新能源与新材料、大健康及其他前沿科技领域的优质企业,投资于公司园区的企业以及拟入园企业的比例不低于基金出资总额的30%。目前,基金尚处于筹备和募集阶段,实际募集及各方缴付出资情况可能存在不确定性。

东湖高新表示,公司此次设立前沿科技基金,是加快公司科技园区转型升级发展的重要举措,通过基金形式开展产业投资,能够提升科技园企业质量,促进公司业务发展,提升公司综合竞争力,吸引和撬动社会资本共

同支持科技创新企业的发展。

东湖高新成立于1993年,1998年在上交所上市,公司主要从事科技工业园开发建设和高新技术产业投资经营。据东湖高新2023年年度业绩预告,预计公司2023年实现净利润10亿元~13亿元,同比增长73%~125%。报告期内公司完成转让持有的原全资子公司湖北省路桥集团有限公司66%股权,对其不再拥有控制权,确认相关处置收益,增加归属于上市公司股东的净利润约6亿元。

去年10月26日,东湖高新发布重大资产出售暨关联交易报告书(草案),拟以现金交易方式向湖北建投投资有限责任公司出售湖北路桥66%股权,作价23.87亿元。此次交易若顺利完成,在东湖高新主营业务中占有重要比重的工程建设板块,将从上市公司剥离。当时,东湖高新收到了上交所发来的问询函。上交所要求东湖高新结合目前科技园区、环保科技业务的经营数据以及本次资产出售前后公司盈利能力的变化说明该重大资产出售的合理性。

东湖高新表示,本次交易完成后,上市公司将进一步夯实和扩大环保科技以及科技园区业务,未来还将按照市场化原则,寻找有发展潜力或资源的优质企业,推动有科技含量、核心资源或能够在产业形成强大规模效应的企业进行战略整合,扩大公司的经营规模和盈利能力。