

从广交会管窥中国企业的奋进之路——

“小部件”也有“大实力”

证券时报记者 吴瞬

4月16日,第135届广交会的第一期“先进制造”主题展进入第二天,整个展馆中依然是一片热闹纷呈的景象:中国企业开门迎客,海量境外采购商纷至沓来,几乎每一个展台前双方都是沉浸在热烈沟通气氛之中,丝毫不碍不得其他。

开幕首日,证券时报记者见证了广交会上琳琅满目的新品之后,4月16日,记者走进了4家中小型的中国外贸企业的展台发现,他们的企业规模并不大,在行业外也并不知名,甚至其产品也只是些配套产品或“小部件”,但几乎每一个企业都有着独到的技术实力,并在细分领域占据着强大的市场份额,有的则已成为细分行业的冠军企业。

证券时报记者在走访中发现,这4家中小型企业几乎代表着近年来中国企业在产业链话语权逐步扩大的一个缩影。他们不仅见证了中国企业和产品走向全球的浪潮,并逐步摘下了海外对中国产品“价优质劣”的偏见,他们也正在成为细分领域的高端产品。

“小部件”秀实力

在山东神力索具有限公司的展台上,证券时报记者看到一些手掌大小的红色、蓝色、黄色等不同色彩的吊钩,这些吊钩看着普普通通,在各种“黑科技”频出的广交会上,这一展台很难让人眼前一亮。

但没想到的是,就是这一只小小的吊钩里面也藏着很多创新和技术实力。该公司的国际业务部销售经理崔宗彦告诉证券时报记者:“我们的产品是一个起重配件,用在建筑、五金、油田、物流运输、港口码头等领域,主要连接的是大型起吊设备上的钢丝绳、链条等,目前我们的产品是可以和国际上的知名品牌去竞争和对标。我们的产品已完成进口替代,在国内也属于领先地位,在这一细分领域排名第一。”

而在山东鑫亚格林鲍尔燃油系统有限公司展台上,记者看到的是一个精密钢制圆柱。该公司的销售总监谭福同表示:“我们是一家专业从事柴油机电控高压共轨燃油喷射系统产品研发、制造及销售的公司。公司的高压共轨产品涵盖范围广,产品用来在柴油机上喷油,柴油机环保不环保、节能不节能就是靠这个产品,原来这些产品主要靠进口,但现在我们已经出口到全球80多个国家和地区。”他指着展台上的一款产品表示,该款产品就是提供给宝马公司的,其中的超高精加工难度非常大。

在广州敏视数码科技有限公司展

台上,则展示着一台类似行车记录仪的产品。该公司总经理石锡敏表示:“公司是一家集研发、生产和销售于一体的国家高新技术企业,为客户提供车载监控感知方案和主动安全系统,客户以商用车为主。目前我们所有的车载产品全部都是带人工智能(AI)的,包括AI摄像头、AI显示器等等,所有的产品都含有算法、算力以及大数据的分析。目前我们的主要产品95%左右是出口到世界各地,在这个细分领域属于隐形冠军。”

而在肇庆中晶实业有限公司的展台上,展示的则是汽车门锁执行器、电吸锁、遥控中控系统、胎压监测系统等产品。该公司市场部经理宋华介绍:“公司的新产品Ma-ta7SCAN卡车胎压监测报警系统入选第135届广交会新品首发活动。该产品可同时监控1台卡车带6辆拖车,最多可同时监控110个轮的轮胎数据。卡车司机使用该产品后,有效地减少了车辆故障发生的可能性,并且在装卸拖车时无需进行额外操作,操作更为方便快捷。”

坚持创新的结果

从前述4家企业的产品来看,他们生

产的设备并不起眼,但在各个领域取得了极为突破性的进展,在行业中占比也非常高,不仅实现了国产替代,甚至还走向了全球。而其中的关键,就是这些企业长期坚持创新。

对于公司产品技术含量,崔宗彦表示:“它的技术含量是通过钢材的热处理以及其他的加工来改变它内部的性能,加大它的起重载荷量,同时它的体积也更小了,但它承受的重量和性能却更强了。在我们实现国产替代之前,这一产品进口的价格是我们现在价格的10倍以上。”

石锡敏则表示:“公司目前已进入汽车领域、农机领域和工程机械领域的全球龙头企业的供应商名单。整个公司有120个工程师,所有产品都是我们自主研发、自主设计的。我们在AI领域也是长期坚持投入,我们能做到检测驾驶员疲劳驾驶、工程机械中的行人监测等众多AI功能。”

“作为创新驱动型企业,我们高度重视知识产权,目前拥有71项专利,这些专利为公司市场竞争中提供了坚实的保障。比如以胎压监测产品为例,我们的拖车互换、拖车增减自动识别功能,目前还没有见到雷同的产品。”宋华说。

广交会的“三变”和“三不变”

证券时报记者 吴瞬

4月16日,第135届广交会进入第二天,一场场商业洽谈正在广交会展馆中如火如荼地举行。广交会作为中国对外开放的窗口和外贸行业的“晴雨表”,在4月15日开幕首日,有超6万名境外采购商到会,而此前公布的境外采购商预注册数早已超过14万名;其中,更有美国沃尔玛、日本似鸟、墨西哥科佩尔等129家海外头部企业组团参会。这一系列数据和展馆中的热闹景象均在表明一个事实:中国外贸韧性十足、吸引力巨大。

在参与走访多届广交会后,证券时报记者有一个清晰的感受,作为一个已举办了135届的“中国第一展”,在世界经济局势面临众多不确定性的当下,广交会有着“三不变”与“三变”。

第一个不变的是,这一届广交会依然格外重要,中国“开门迎客”的决心未变。正如广交会副主任兼秘书长、中国对外贸易中心主任储士家所言:“在外需不确定性增强、世界经济复苏乏力的

当下,如期而至的广交会,再一次向世界展现了中国不断扩大对外开放、分享发展机遇的决心和信心。”

第二个不变的是,中国企业走向全球的决心未变,广交会的展位仍是“一位难求”。本届广交会上,其展位总数约7.4万个,参展企业超2.9万家,其中参加出口展的更是高达2.86万家。

第三个不变的是,中国企业长期坚持创新的决心未变,广交会上新品不断。预计本届广交会期间,现场展出新品超100万件,绿色产品超45万件、自主知识产权产品超25万件。

在“三不变”之下,则有着三个更为显著的变化:

第一个变化是,中国企业产品在种类不断丰富,同时,高端产品占比日渐提升,产品结构出现显著变化。所谓“八亿件衬衫才换一架波音”的论调早已过时,本届广交会上尤其是智能家电、新能源等几个高技术展馆均人气爆棚。

第二个变化是,虽然广交会展示的多是消费品,但近年来中间品和资本品比重已提高到12%,中国为全球提供了

“硬实力”带动高增长

技术上的“硬实力”,也给这些更关注创新的企业带来了更多新订单和高增长。

“今年过完年回来订单就挺多,公司订单现在大概排到五六月份了。尤其是今年,我们的欧洲客户、美国客户都放单了。”宋华说。

“对于今年的业绩,我们在2024年提出要增长30%的目标。尤其是当我们进入了很多海外龙头企业的供应商名单之后,他们会长期下订单,业绩也更稳定。”石锡敏坦言,想进入这类海外龙头公司的供应商名单并不容易,通常都要耗时两年以上。

“订单方面,去年我们增长超过20%。国内这一业务也在增长,但由于国内柴油机较少,因此我们的订单主要还是靠出口拉动比较多,比如欧美、拉美、俄罗斯等地都有较快增长。”谭福同说。

崔宗彦则表示,公司的订单也一直在增长。“以前外界对中国产品的感觉是不耐用、不稳定,但近几年这些现象都已经出现了较大改观。而在我们这一生产领域,海外对质量和安全更为关注,因此我们一直高度重视保证产品品质。”

虽然一季度经济运行实现良好开局,各方也认为,经济运行仍然面临较多挑战。北京大学国家发展研究院经济学副教授赵波对证券时报记者表示,从基数看,去年二季度经济增速比一季度快,为了确保实现全年经济增速目标,二季度宏观政策还有加力空间,扩张性的财政政策和货币政策应该进一步发力。货币政策方面,二季度乃至下半年都有降准降息可能。财政政策方面,无论是特别国债还是专项债都已经进行了提前部署,还有加力的政策空间。

大量竞争力强、供应稳定的优质产品,助力各国特别是发展中国家实现工业化,也增强了全球产业链供应链的韧性与稳定。

第三个变化是,来自东南亚、中东、拉美、东欧等新兴市场的境外采购商日渐增多,中国企业面向的市场更大了。不少中国外贸企业均表示,在德、法、美、日等发达市场之余,目前也顺应趋势,用更大精力开发新兴市场。

不难发现,这三个变化不仅是中国外贸打响转型升级突围战的关键,也是对所谓“产能过剩论”的一场有力回击:中国企业的优势更多是长期坚持创新和市场竞争下的自然结果。

而与广交会的热闹景象相呼应的是,4月16日,国家统计局公布的2024年一季度主要经济指标表现亮眼,如GDP同比增长5.3%,工业增加值同比增长6.1%,货物进出口总额同比增长5.0%。这一切,既离不开多项扶持政策出台下企业信心的回升,更与大环境中内外需都有回暖的积极变化有关,中国外贸也必然越走越稳。

(上接A1版)德方反对保护主义,支持自由贸易。作为欧盟重要成员,德国愿为促进欧盟同中国关系良好发展发挥积极作用。

两国领导人还就乌克兰危机深入交换意见,表示中德都致力于遵守联合国宪章宗旨和原则,反对使用核武器或攻击和平核设施,妥善解决国际粮食安全,遵守国际人道主义法。

习近平强调,当前形势下,为防止冲突螺旋式升级甚至走向失控,各方应共同致力于早日恢复和平。为此,应该把握以下几个原则:一要以和平稳定的大局为重,不要谋求一己私利。二要为局势降温,不要拱火浇油。三要为恢复和平积累条件,不要进一步激化矛盾。四要减少对世界经济的负面影响,不要破坏全球产业链供应链稳定。中方不是乌克兰危机的当事方、参与方,但一直在以自己的方式劝和促谈。中方鼓励和支持一切有利于和平解决危机的努力,支持适时召开俄乌双方认可、各方平等参与、对所有和平方案进行公平讨论的国际和会,愿就此同包括德国在内的有关各方保持密切沟通。

双方还就巴以冲突等共同关心的国际和地区问题交换了意见。双方都认为,应落实联合国安理会第2728号决议,防止事态扩大,避免局势进一步恶化,保证加沙地带无阻碍、可持续的人道主义准入,支持巴勒斯坦问题在“两国方案”基础上早日通过谈判解决,呼吁有影响力的国家为维护地区和平稳定发挥建设性作用,推动巴勒斯坦问题早日得到全面、公正、持久解决。

会见后,习近平同朔尔茨一起散步并共进午餐,就广泛议题进一步深入交流。

王毅参加会见。

开局良好 一季度GDP同比增长5.3%

(上接A1版)仲量联行大中华区首席经济学家庞溟对证券时报记者表示,这为居民消费意愿增强、消费支出增长和进一步释放消费潜力奠定了基础。

虽然一季度经济运行实现良好开局,各方也认为,经济运行仍然面临较多挑战。北京大学国家发展研究院经济学副教授赵波对证券时报记者表示,从基数看,去年二季度经济增速比一季度快,为了确保实现全年经济增速目标,二季度宏观政策还有加力空

间,扩张性的财政政策和货币政策应该进一步发力。货币政策方面,二季度乃至下半年都有降准降息可能。财政政策方面,无论是特别国债还是专项债都已经进行了提前部署,还有加力的政策空间。

盛来运表示,当前消费恢复不如生产,中小微企业恢复不如大企业。下一步,在继续加强经济回升向好基础的同时,要进一步关注经济发展的不平衡性,尤其是要关注中小微企业的发展。

中央第八巡视组巡视证监会党委工作动员会召开

(上接A1版)杨鑫指出,中央巡视组将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深刻领悟习近平总书记关于巡视工作的重要讲话精神,认真落实二十届中央纪委三次全会部署,学习贯彻巡视工作条例,全面落实巡视工作方针,以“两个维护”为根本任务,持续强化政治监督、坚持围绕中心、服务大局,聚焦党中央和习近平总书记的重大决策部署落实情况,紧盯权力和责任,加强对“一把手”的监督,在强化巡视整改上集中发力,深入查找政治偏差,推动解决突出问题,切实发挥政治监督保障作用。坚持政治巡视定位,准确把握金融单位特点,重点检查贯彻落实习近平总书记重要讲话和指示批示精神,履行职能责任、推动高质量发展,防范化解金融风险,推进金融供给侧结构性改革,纵深推进全面从严治

中央第八巡视组巡视证监会党委工作动员会召开

(上接A1版)

杨鑫指出,中央巡视组将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深刻领悟习近平总书记关于巡视工作的重要讲话精神,认真落实二十届中央纪委三次全会部署,学习贯彻巡视工作条例,全面落实巡视工作方针,以“两个维护”为根本任务,持续强化政治监督、坚持围绕中心、服务大局,聚焦党中央和习近平总书记的重大决策部署落实情况,紧盯权力和责任,加强对“一把手”的监督,在强化巡视整改上集中发力,深入查找政治偏差,推动解决突出问题,切实发挥政治监督保障作用。坚持政治巡视定位,准确把握金融单位特点,重点检查贯彻落实习近平总书记重要讲话和指示批示精神,履行职能责任、推动高质量发展,防范化解金融风险,推进金融供给侧结构性改革,纵深推进全面从严治

党,加强领导班子、干部人才队伍和基层党组织建设,以及巡视、审计等监督发现问题整改等情况。

吴清表示,中央决定对证监会党委开展常规巡视,充分体现了党中央和习近平总书记对资本市场的高度重视,对于加强党对资本市场工作的全面领导,走好中国特色金融发展之路具有重要意义,证监会党委坚决拥护党中央决定。证监会党委和各级党组织将深入学习贯彻习近平总书记关于巡视工作、金融工作的重要论述精神,把接受巡视监督、抓好问题整改与深入学习贯彻党的二十大精神 and 中央金融工作会议精神结合起来,与扎实开展党纪学习教育结合起来,坚决落实监管主责主业,纵深推进证监会系统全面从严治党,更好推动资本市场在强监管、防风险基础上实现高质量发展,以实际行动拥护“两个确立”、做到“两个维护”。

我国发明专利产业化率 实现五连升

记者16日从国家知识产权局获悉,2023年,我国发明专利产业化率为39.6%,较上年提高2.9个百分点,连续五年稳步提高。

根据国家知识产权局近日发布的《2023年中国专利调查报告》,2023年,作为创新的主体,我国企业发明专利产业化率为51.3%,较上年提高3.2个百分点;我国企业产学研发明专利产业化平均收益达到1033.2万元/件,比企业发明专利产业化平均收益(829.6万元)高24.5%。此外,企业通过产学研合作解决关键技术或核心零部件攻关问题的比例最高,达56.1%,表明产学研合作在关键核心技术攻关上发挥重要作用,产学研合作创新

显著。

国家知识产权局相关负责人介绍,2008年,《国家知识产权战略纲要》颁布实施,中国专利调查应运而生。2023年,专利调查工作进一步优化了调查内容和组织方式,强化产学研合作创新、海外知识产权保护、知识产权人才与服务等专题分析。

今年是中国专利调查报告第九年向社会公开发布。该报告不仅为相关政策决策提供了有力的数据支撑,同时也成为社会公众了解我国知识产权事业发展状况的重要窗口,为宣传普及专利制度、增强全社会创新意识起到积极作用。(据新华社电)

“国潮风”劲吹 老字号与新国货引领消费潮流

证券时报记者 周春媚

拿起一只景德镇青花瓷茶杯,釉面洁白光滑,杯面镂雕的“玲珑眼”透着星星点点的光影,精致的工艺诠释着“白如玉、明如镜、薄如纸、声如磬”的千年瓷韵。行走在第四届中国国际消费品博览会(以下简称“消博会”)的景德镇陶瓷精品展区,各式各样的瓷器琳琅满目,前来观赏购买的消费者络绎不绝。

证券时报记者发现,以“国际范”著称的消博会,今年刮起了一股“国潮风”,国潮元素成为一大特色和亮点。各具特色的老字号与新国货同台亮相,引领着消费潮流。面对国潮消费机遇,国货品牌一方面通过产品与营销创新推动品牌年轻化,另一方面则积极“走出去”,拓展海外大市场。

国货潮品频频“圈粉”

物萌苏、微雨纷、桃李开、鸟声喧、蝶自飞、行舟下,这些充满浓郁中国风的意象,分别是贵州茅台酒·春系列文化产品的六款产品。在本届消博会上,贵州茅台举行了春系列文化产品首发仪式,以东方美学的独特意境吸引了一众消费者的目光。

来到贵州茅台的展区,500平方米的展区内人头攒动,不仅展出了飞天系列酒、生肖系列酒等拳头产品,还有作为集

团年轻化产品代表的茅台冰淇淋。记者在现场看到,存放茅台冰淇淋的冰箱前,一直都有排队购买的消费者。

连续两年作为消博会官方IP合作伙伴参会的泡泡玛特,同样是本届消博会中的“团宠”。记者注意到,今年泡泡玛特在展位内的“国潮产品主题展区”展出了多款带有传统文化元素的产品,例如MEGA ROYAL MOLLY 400%潮沙娜·敦煌·龙年限定“龙吟献瑞”系列等。“作为潮流玩具品牌,我们一直在发现潮流,找到潮流,而带有中国文化、中国元素的产品是现在的潮流,我们计划推出更多具有中国传统文化元素的产品,并将这些产品推向世界。”泡泡玛特公共事务总经理王涛在接受证券时报记者采访时表示。

记者发现,无论是历史悠久的老字号还是时尚的新国货,在消博会现场都“圈粉”无数。据了解,本届消博会打造了国货特色潮品区,覆盖了8个场馆当中的3个,国潮已成为消费赛道的一个主流趋势。

推动品牌年轻化

《2024年中国国潮经济发展状况及消费行为调查报告》显示,2023年中国国潮经济市场规模为20517.4亿元,同比增长9.44%,预计2028年将突破30000亿元。报告还显示,消费者购买国潮产品的主要原因是产品更具时尚感和独特的文化内涵,能够贴合中国消费者的文化、

审美和使用需求。

国潮的兴起,为国货品牌带来了广阔的发展机遇。面对这一万亿级市场,国货品牌抢抓机遇,在产品创新和品牌营销上持续发力。尤其随着90后、95后逐渐成为消费主力军,让品牌更年轻化、时尚化成为国货品牌的共同策略。

连续4年参展的片仔癀,此次除了带来片仔癀·安宫牛黄丸等核心产品以外,还重点展出了人参霜和祛斑膏等美妆产品。“我们致力于打造‘东方新国货’片仔癀化妆品,展现中式成分与科技护肤的融合创新,为热爱健康美的女性服务。”片仔癀展商在接受证券时报记者采访时表示。

“出海”走向大市场

“茅台集团已经形成白酒、红酒、果酒的出口产品矩阵,产品销往全球64个国家和地区,我们2023年出口额超43亿元,占到中国白酒出口额的77%。”在本届消博会启动仪式的致辞中,贵州茅台党委书记、董事长丁雄军表示。

片仔癀产品出口至中国香港、印尼、泰国、新加坡、马来西亚、加拿大、澳门等国家和地区,连续多年位居中国中成药

单项出口创汇前列;2023年,泡泡玛特线下门店首次进驻法国、马来西亚、泰国及荷兰,港澳台及海外业务营收达到10.66亿元……记者注意到,“出海”已经成为国货品牌的必选项,多个参展商都向记者表达了进一步扩展海外市场的计划。

企业加速“出海”的同时,政策鼓励支持的力度也在不断提升。2022年,《新时代推进品牌建设的指导意见》发布,明确提出鼓励企业实施品牌国际化战略,拓展国际市场;今年1月,商务部发布关于组织开展2024年“老字号嘉年华”活动的通知,鼓励老字号运用跨境电商开拓国际市场,探索与海外知名品牌开展深度合作……

安永大中华区零售与消费品行业主管合伙人郑铭驹向证券时报记者分析,中国消费品“出海”主要呈现三大变化,一是品类日益丰富,包括食品饮料、美妆日化、电子产品及家电、新能源汽车等各个领域;二是目的地多元化,除了欧美市场,东南亚、中东、拉美等地区也成为重要目标;三是向“全球化”转型,在产品设计、营销策略、供应链管理等方面实施深度本地化战略。



证券时报

(ID:www.stcn.com)