市场需求超2000亿美元

掘金中东市场 外贸企业大有可为

□ 殷浩 毛双飞 陈莹

大部分中东国家尤其是海湾国家，拥有大量石油和外汇储备，而且国内正处于大规模经济建设和城市建设的阶段，制造业和农业又比较薄弱，对日用品、服装、机械、建材等产品有着巨大的进口需求。

近日，宁波沃腾国际贸易有限公司的一批秋冬装已装船发往迪拜，中东市场正成为沃腾公司新的重点出口市场之一，沃腾已打算在迪拜设立展示和物流中心，拓展中东市场。

办展会 深入买家门口做生意

据《东南商报》报道，目前欧美市场的疲软，正让中东市场成为外贸企业眼中的一个新亮点。今年9月，第九届中国(约旦)商品展将在约旦首都安曼举行。今年的展会首次分成两期举办，将成为中东地区最大的展会。前八届展会累计成交总额1.3176亿美元。

与此同时，宁波市外经贸局发出“征集令”，将该展会列入重点支持的境外展会，对宁波报名参展企业还将给予财政资金补贴。有了政策引导，报名参展的企业大增。

以电线电缆为主要出口商品的宁波高新区合腾贸易公司也确定参加这次中国（约旦）商品展。该公司总经理张先生告诉记者，合腾此前参加过这个展会，总体感觉中东市场有商机，买家需求旺盛，以往结交中东买家都是在广交会，现在深入到中东买家的家门口做生意，能更好地开拓中东市场。

“我们这个展会以往参展的不到80家宁波企业，今年到现在为止已经有超过100家企业报名了，我们预计最终参会的宁波企业将超过130家。”中国(约旦)商品展组委会项目经理李峰告诉记者。

此外，“中东(迪拜)中国家居品牌博览会”也将在12月在迪拜举行。该展会是2012年宁波市重点支持海外展会。宁波市外经贸局也将对参展企业给予重点补贴，目前该展会的招展报名工作已启动。

中东最需要三大类商品

“中东市场可以说有两大商机，一是建设及重建商机，二是日常生活消费商机。”负责组织中国(约旦)商品展的上海米奥莱特会展有限公司总经理潘建军已对中东市场研究了9年，他认为，“中东市场最需要的商品有三大类，包括建材、日用消费品、机械，市场总规模超过2000亿美元。”

分析人士认为，中东国家自身经济结构比较单一，除了石化产业之外，其余轻重工业均处于起步阶段，经济建设所需要的工业设备、机械、建筑材料等全部需要进口，服务市场需求也很旺盛。

“现在欧美需求低迷，南美和中东市场需求增长相对稳定，在保持传统市场份额的基础上，宁波企业应该加大对中东、南美市场的拓展力度，以使更多企业度过当前的出口困难时期。其实宁波出口商品结构与中东市场的需求比较对路，拓展中东市场大有潜力可挖。”宁波市外经贸局对外贸易促进处处长刘舟群表示。

外贸难中求进还看政策
期盼长短期组合政策出台

海关总署最新公布的数据显示，7月份，我国进出口总值为3287.3亿美元，增长2.7%。其中，出口1769.4亿美元，增长1%；进口1517.9亿美元，增长4.7%。面对这份并不乐观的外贸数据，受访专家表示，中国外贸正面临转型升级的关键点，困难之下，政府层面需出台长短期相结合的措施，以支撑外贸平稳过渡。

《国际商报》消息，受访专家表示，传统出口市场持续疲软、新兴市场高速增势回落导致外需冷淡，中国外贸正面临转型升级的关键点。困难之下，政府层面需出台长短期相结合的措施，以支撑外贸平稳度过关键期。

是什么原因导致出口遇冷？商务部国际贸易经济合作研究院院长霍建国分析说，欧债危机、美国经济回暖起伏不定、日本经济正处于关键的调整期、新兴市场发展中的波动等因素导致中国产品对传统市场出口的难度增加。

从内部原因看，霍建国认为，企业自身面临的成本压力比较大。另外，国家此前出台的一系列改善外贸企业经营环境的措施还有一段时间才能到位，而且到位后产生的效果也有滞后性。

对于进口也未能达到预期，东吴证券宏观分析师强琪菁分析称，内需不足是主要原因。

在霍建国看来，今年中国进出口增速完成“保十”目标颇有难度，乐观看，欧盟虽然仍深陷债务危机，但不至于出现太大的问题；美国经济复苏力度虽然减弱，但还在增长，因此，经过各方努力，“保十”的目标还是可以实现的。“目前，中国外贸已进入转型升级的关键时期。面对困难，中央和地方在政策上恐怕还得加大支持力度。”霍建国说。

从短期来看，中央和地方政府要在海关和质检环节继续推进贸易便利化。地方要切实落实好出口信贷政策，一定要确保有市场、有订单的外贸企业的出口，全面缓解中小外贸企业的压力。另外，政府还要在海外促销、采购、参加展会等方面加大对企业的支持力度。但他同时强调，不到万不得已政府层面应避免一些如降低出口退税等较大的政策调整。

另有专家建议，出于社会因素的考虑，政府制定的政策难免会在一定程度上削弱转方式、调结构的部分效果，但应尽量与转型升级的总趋势保持一致，达到既能让企业承受得住转型升级的压力，又能使外贸增速良好发展的效果。

值得注意的是，前7个月的数据表明，我国外贸在转方式、调结构上已经出现积极的变化。

除了出口市场多元化趋势明显之外，外贸产品结构也在发生转型。数据显示，1~7月，我国机电产品出口6491亿美元，增长9.1%，较同期我国外贸出口总体增速高1.3个百分点，占出口总值的57.4%。另有数据显示，1~7月，一般贸易进出口同比增速达7.7%，高于加工贸易增速两倍多。

（滕飞）

上半年出口货值同比增长37.6%

质量精神助北仑灯具走出“寒冰期”

□ 钟志

在经济形势如此艰难的环境下，宁波北仑地区为数不多的灯具出口企业却亮出了良好业绩。总数不足20家的灯具企业迎难而上，上半年共出口灯具1222批、货值5885万美元，货值同比增长37.6%。

质量兴企

6月份，北仑检验检疫局开展的灯具企业问卷调查结果显示，所有企业都一致认为，生产企业才是产品质量的第一责任人。飞利浦家居灯饰(宁波)有限公司认为，只有持续改进产品质量，才能成为顾客的首选。

在重点企业的带动下，小微型灯企也纷纷开始走上“质量兴企”之路。宁波市北仑博炜电器有限公司从2009年开始出口，创办之初缺乏有效的质量控制措施，产品在首次检验时经常被发现不合格。在北仑检验检疫局的不断帮扶下，该公司通过自身不懈努力，逐渐转变了原有模式，提升了技术实力，出口产品通过多项认证，保证了产品质量。

贴上世界品牌

“我们不断接到施耐德公司的订单，原先的低端客户已逐渐放弃，公司目前正沿着做品牌的道路前进。”宁波启源照明科技有限公司总经理纪启源表示。

早期，该公司长期保持着与中东国家客户间的合作关系，数年来靠大量生产出口普通节能灯来维持着公司的运营。“普通节能灯附加值低、利润薄，我们的贸易对象又是低端客户，因此产品只能走中低端路线。再加上近年来原材料价格飞涨，对公司来说更是雪上加霜。如果继续以量取胜，怕是很难发展下去，公司不得不另谋出路。”

去年，启源公司在北仑检验检疫局“分类管理办法”的引导和促进下，不断完善公司内部质量管理体系，终于在压力之下“突出重围”，通过了全球能效管理专家——施耐德电气的严格考核，并接到了他们的第一笔工作灯订单。随后在北仑检验检疫局的帮助下，公司顺利完成了这至关重要的首次订单。如今，该公司已与施耐德达成长期供货协议，今年又研发了数款新产品。

转型LED产品

今年5月，北仑某灯具企业研发出公司成立以来的第一款LED灯泡，并接到了第一笔出口西班牙的订单。然而由于缺少这方面经验，首批产品被检出存在触电隐患，不符合标准规定。北仑检验检疫局获悉后主动上门服务，与企业技术人员一起讨论整改方案，同时对其进行产品标准培训，并指导企业检验人员正确使用电气强度测试仪、绝缘电阻测试仪等检测仪器。半个月后，整改合格的1000只LED灯泡终于踏上了出口路。

在经历了去年一季度出口值下滑，六七月荧光粉涨价带来的阴霾后，北仑灯具企业纷纷加大对LED照明产品的开发力度。宁波凯耀电器制造有限公司继去年LED灯条出口欧洲后，经过大半年的努力，成功研发出该公司第一款LED照明灯具，首批产品计划输往欧洲。据飞利浦家居灯饰(宁波)有限公司物流部经理朱燕玲介绍，今年以来该公司新开发高端LED产品110款，其中90%出口至欧洲发达国家市场，目前公司LED产品出口占比从两年前的5%提高到了50%左右。

架设外贸B2C平台

七匹狼：外贸电商的“反季节”营销

泉州传统企业纷纷开设起外贸B2C平台，在春夏时节把上一季的冬装卖到南半球市场，据悉，今年5月，三伏天里，冬装在国人眼中是库存，但如果换位思考：在南半球国家消费者的眼中呢？那就是当季的消费品了。正是因为想通了这一点，泉州企业纷纷开设起外贸B2C平台，在春夏时节把上一季的冬装库存整理出来，卖到南半球市场去。这种反思维的消化库存的新办法，让泉州品牌尝到了甜头。

电商版本的“外贸+内销”

今年5月，国内知名男装品牌七匹狼电子商务中心海外的渠道已正式上线，并在单月就突破了17万美元的销售额，6月份销售额直接翻番，达到了35万美元。

“完全是被逼出来的！”提起上线不久的海外电商渠道，福建七匹狼实业股份有限公司电子商务中心营运总监钟涛说，这完全是因为电商也面临着库存压力，在国内市场一时难以得到解决的情况下，只好把目标转移到海外市场。

目前七匹狼主要销售目的地是澳大利亚。“选择澳大利亚，是因为‘反季节’，中国夏季时，澳大利亚正值冬季，上一年库存下来的冬装，正好有了合适的去处。”钟涛说。

钟涛分析说，澳大利亚的中国人不少，通过网络购买七匹狼服装的，主要也是中国人，所以款式、型号都不是重点。“据我们在网站上做的市场调查，七匹狼在澳大利亚市场的知名度还是不错的，所以我们也很有信心做好外贸电商。”

钟涛表示，七匹狼对于外贸电商B2C的构想，是先覆盖英语地区，接下来再覆盖日韩地区，再之后是法国、德国等欧洲区域。

国际快递送货上门

通过海外的B2C电子商务平台建立库存消化渠道，如何解决价格、人才、物流的问题呢？

在钟涛看来，中国品牌的产品在海外电子商务市场并非没有优势。“国外的电子商务市场发展更为规范，只要确定了基本售价，加上税收、快递费用，就是这件产品在海外的售价了，只要消费者可以接受，就没有问题了。”钟涛说，从七匹狼目前在澳大利亚的销售情况来看，产品的销售价格并没有过低，甚至有的产品折合成美金之后，和国内的吊牌价是一样的。

“消费税、快递费，这些都是消费者承担的，国际快递比国内快递费用肯定是要高一些，大概一件20元至25元左右，折合成美金的话，也就是快递费四五美元。现在通过DHL、香港的一些快递公司走货挺方便的。”钟涛表示。

至于七匹狼的外贸电商团队，钟涛表示，只要英语好的人才就行了。现在招英语八级的人才，月薪只要2000多元。要外贸人才并不难，难的是招电商人才，都是年薪10多万元起的。

（钟尚品）

简 讯

前7个月我国进出口同比增长7.1%

海关总署日前公布了今年前7个月我国外贸进出口情况。据海关统计，1-7月，我国进出口总值21683.7亿美元，比去年同期（下同）增长7.1%。其中，出口11312.4亿美元，增长7.8%；进口10371.3亿美元，增长6.4%；贸易顺差941.1亿美元。

在我国与主要贸易伙伴双边贸易中，1-7月，中欧双边贸易总值下降0.9%。同期，中美双边贸易总值增长10.5%。此外，1-7月，我国与东盟双边贸易总值增长9%。中日双边贸易总值下降0.2%。同期，我国与俄罗斯和巴西双边贸易总值分别增长17.7%和10.3%。

海关统计显示，1-7月，广东外贸进出口总值增长5%。同期，江苏、上海和北京进出口总值分别增长0.7%、2%和11.1%。此外，浙江、山东和福建进出口总值分别增长2%、4.2%和11.6%。上述7省市进出口值合计占我国进出口总值的80.1%。

（新释）

德外贸盈余世界第一

德《明镜周刊》8月13日汉堡消息，一直以来德国出口大于进口。据《金融时代德国》（“FTD”）和伊福（“Ifo”）的研究显示，今年德国外贸盈余将超过世界上任何国家包括中国。联邦专家委员会成员皮特·博芬格（Peter Bofinger）说：“根本问题没有改变：德国国内需求太弱。”许多经济学家认为，内外贸易不平衡是世界金融危机的主要导火索，德国和中国的外贸盈余过大。如果一个国家出口过多，另一个国家就必然进口过多并为此而负债累累。按照伊福的数据，德国今年的外贸盈余将高达2100亿美元，这是欧债危机爆发之前的水平。中国、日本和其他石油输出国都没达到这一规模。《金融时代德国》指出，欧盟委员会在明年将对德国过高的贸易不平衡提出警告。欧洲新的宏观经济早期预警机制认为，过高的外贸盈余对欧洲大陆的经济稳定是一种威胁。

（商务部网站）

马来西亚出钱支持本土品牌拓市场

马来西亚外贸发展局从今年7月开始推行新的市场发展奖金政策，在外贸发展局注册的企 业可针对每个国家申请最高2万马币的资金，用于海外专利、商标及知识产权的费用。马外贸发展局官员表示，今年政府共划拨5200万马币 作为市场发展奖金(MDG)，截至7月，已批准了1800万马币，从7月开始政府放宽了申请资格，增加了市场发展奖金的用途，特别是知识产权的注册费用。

（商务部网站）

首家行业协会外贸B2B交易平台上线

华南(国际)电光源灯饰照明外贸交易平台(www.nhela.cn)日前正式上线，这是全国首家具有外贸B2B交易服务功能的行业协会网站。

据悉该平台目前已经整合了全球1万多家照明灯具行业采购商信息资源，将帮助协会会员开拓国际市场，同时还将为不熟悉外贸交易流程的中小企业提供交易合同谈判、交易订单处理、经营数据管理等在线外贸B2B交易系统，以及整合外汇结算、通关、物流、保险、融资等与交易配套的线下服务。

（搜狐）

阿里巴巴引入第三方信用记录字号

日前，阿里巴巴国际站与旗下深圳一达通公司正式推出数据认证服务，企业会员经海关、税务验证的数据将自动生成，就像淘宝信用评级，过往交易一目了然。

据了解，在跨国贸易进行时，外贸中介服务公司会对双方企业进行信用评估，买方企业可根据信用评估结果到银行进行贷款；卖方则根据信用交易数据争取订单，过往订单量越大，说明其交易能力越强，因此获得的订单就越多。通过第三方服务平台的客观数据，可为平台上的海外买家提供更多有效信息，提升国内企业的接单能力。

（杨婧如）