



晉江經濟報微信公眾號



晉江新聞網微信公眾號

2022年11月2日 星期三  
农历壬寅年 十月初九

JINJIANG ECONOMY NEWS

## 晉江經濟報

E-mail:jjb419@yahoo.cn

菲律賓版

第3447期

晉江新聞網

www.ijjnews.com

# 以晉江爲例 研究縣域發展背後的實踐邏輯和理論機制

## ——訪中國社會科學院社會學研究所副所長、研究員王春光

本報記者 蔡斯洵

日前,中國社會科學院社會學研究所副所長、研究員王春光接受晉江經濟報記者採訪,結合其主編的《晉江經驗——中國式現代化道路的縣域探索》一書,分享自己的所思所感。

**晉江經濟報:**請您分享一下主編《晉江經驗——中國式現代化道路的縣域探索》一書背後的故事。

**王春光:**1994年一次偶然的機會,我來到晉江,從此與晉江結下“不解之緣”,一直關心關注着晉江的發展。

中國有2800多個縣級行政區。縣域如何發展?實際上,這事關國家現代化與中華民族復興。

在改革開放的過程中,不管是工業化、城市化、現代化,晉江都是做得比較好的一個城市。晉江所擁有的“敢拼、愛拼、善拼”的精神,涵蓋很多傳統的文化肌理。晉江擁有中原文化、移民文化、海洋文化,也擁有國際文化、宗教文化,這些文化底蘊與晉江人“敢于闖世界”的拼勁息息相關。晉江對我的研究產生很多啟發,我想通過晉江這個案例,研究剖析縣域發展背後的實踐邏輯和可行的理論機制。

**晉江經濟報:**您怎麼看待晉江慈善事業與共同富裕之間的關係?

**王春光:**晉江我年年都來,年年有變化,年年有進步。我們最近調研了一些晉江企業家,他們賺了錢後反饋家鄉。許健康在溪邊村投資了1.25億元人民幣,推動鄉村振興。晉江的企業家不是一個人富,而是一個人富了帶動鄰居、帶動村裏富裕起來。這種情況體現了晉江人擁有很強的家鄉情懷。當然,現在企業家的慈善觀念也在轉型,他們的善舉走出晉江、走向全國。晉江企業家已從傳統的慈善觀念向現代的慈善觀念轉變。

**晉江經濟報:**在晉江,傳統慈善觀念向現代慈善觀念轉變體現在哪些方面?

**王春光:**傳統慈善一般是救助救困、修路修橋等,更多支持硬件設施建設,現在的慈善慢慢轉向專業化,更多聚焦在城市發展。原來慈善捐資一般捐給慈善組織,現在企業們自己成立基金會。每個慈善機構有自己的專長和發展的目光,有的做教育,有的做村莊建設,有的做科技創新。晉江的慈善有更多樣化的,可以在技術升級、技術培訓、引進高端人才等方面有作為。慈善組織越來越多樣,我覺得這是好事。

**晉江經濟報:**晉江入列“大城市”引起廣泛關注。您覺得未來的晉江該從哪些方面發力,才能更加匹配“大城市”的稱號?

**王春光:**20年前,我們都想不到晉江會有現在這樣的發展。在“晉江經驗”引領下,晉江一直在往前走。如今的晉江,作為全國百強縣,一直領跑福建省縣域經濟。晉江在現代化發展過程當中,處於一個先行位置,晉江的工業化、城市化、市場化和現代化治理水平等方面都處於全國前沿。大城市就要有大城市的胸懷、大城市的容量、大城市的治理水平。我相信,未來的晉江會變得更加包容,歡迎各地的人來晉江發展、創業,也相信未來晉江的文明程度、現代化水平會越來越高。

## 晉江外貿多渠道“出海”搶單

本報記者 蔡明宣 曾小鳳 董嚴軍



傘企更是大膽采用新型材料,讓產品的功能性與美觀性都得到加強。

### 強政策 “真金白銀地鼓勵和支持”

企業衝在前,政府服務在後。企業“外出搶單”的背後,是政企的“雙向奔赴”。

日前,泉州市密集出臺《海外搶單專項行動方案》《2022年推動企業開拓國際市場若干措施》等支持舉措,對企業展位費用給予70%補助,對赴境外走訪客戶的企業人員往返機票費用給予80%補助,對組團承辦單位給予10萬~20萬元人民幣分檔補助。

除了政府給企業真金白銀的鼓勵和支持外,晉江市商務局還將與航空公司協調,保證企業的往返艙位,最大限度避免因航班熔断導致企業工作人員滯留境外;與晉江市公安局出入境管理大隊建立聯動服務機制,開設“搶訂單,拓市場”商務專窗,為外貿企業提供“一站式”高效便捷服務。

晉江市商務局相關負責人表示,當前,晉江企業“出海”搶訂單隊伍仍在持續擴增。晉江市商務局將根據後續國際專業展會的舉辦檔期,及時摸排企業參展需求、參展動向,落實兌現鼓勵扶持政策,增強企業開拓國際市場的信心,為晉江外貿高質量發展增添動力。

除了政策引導支持企業“外出搶單”外,晉江還從加強重點外貿企業服務保障、支持舉辦外貿供采對接會、暢通外貿物流通道及加大出口信保支持力度四大方面全面助力晉江企業外出搶訂單。

受訪中不少企業表示,外貿運輸渠道的打通,讓他們可以更大膽地出海搶訂單。

上半年,中國出口信用保險公司福建分公司為晉江出口企業開通“理賠綠色通道”,保障企業及時獲得風險補償。上半年,信保公司共服務晉江企業609家,其中小微企業540家,累計承保金額約12億美元,賠付款項約552萬元人民幣。

今年7月,晉江市出臺75項穩大盤穩增長措施。措施明確,加大出口信保支持力度。鼓勵出口信用保險公司推進“單一窗口+出口信保”統保業務,擴大短期出口信用保險覆蓋面,出口信保支持比例由10%提高到20%。支持商業保險公司開展短期出口信保并降低費率,為外貿企業在新簽或者續轉時降低保險費率10%~15%。

此外,晉江還通過引導企業用足用好福建省“商質貸”“外質貸”“紓困貸”等政策性優惠貸款,給予企業出口信用保險保單融資、出口退稅融資等貼息支持,降低企業融資成本;通過引導外貿企業抱團對接Amazon、TikTok、1688等知名跨境平臺開展線上業務培訓、產銷對接活動,支持中小微企業以“境內線上對口談、境外線下商品展”等方式參加境外展會,并積極幫扶企業拓展直播業務,助力外貿轉型和內外貿一體化發展。



“因為不能‘走出去’參展,就通過當地代參展人員把產品帶到海外展會現場推廣洽談,而我們則在線上輔助溝通配合。通過這種線上線下融合的‘代參展’模式,我們竟打開法國和意大利市場。”7月份通過“代參展”參加德國柏林亞洲服裝及配飾博覽會,讓晉江市佳緣針織服裝有限公司嘗到了甜頭。該公司負責人吳先生表示,明年,佳緣將加大投入,繼續參展。

面對復雜的全球經濟形勢,為積極應對訂單下滑、業務萎縮的危機,晉江外貿企業不斷創新形式,通過雲展會、代參展、建立海外營銷網點等方式積極搶單,多渠道拓展國際市場。

### 搶訂單 “多種形式參展找機遇”

“我們已經報名了參加明年2月份美國拉斯維加斯紡織服裝展,目前正在積極準備面料新品。”晉江市濱浪制衣織造有限公司陳德勇表示,新冠疫情發生以來就沒有出去參展過,此行的目的很明確,獲取新訂單,拜訪老客戶,及時獲取行業發展市場信息。

晉江市濱浪制衣織造有限公司是一家以外貿出口為主的制衣企業,主營面料及瑜伽、健身、跑步等運動服裝,主要客戶來自美國及歐洲。“以往公司的訂單主要來自線下展會,每年參展頻率大概是一至兩次;自2020年以來,海外的展會就沒有參加過,增量訂單受到影響。”陳德勇說。

為了應對此次的參展,陳德勇所在的企業做了萬全的準備。“針對即將到來的拉斯維加斯展,我們自主開發了一系列面料新品,不少面料都是專利新品;成衣方面則準備了不少運動服裝的新樣品。”陳德勇坦言,大家都是铆足勁衝着這次展會去的,要想效果好,提前做好準備是必須的。

記者從晉江市商務局獲悉,晉江市共有29家企業報名參加11月份7個境外展會。其中,10家企業參加香港灣仔禮品及家居用品展覽會,12家企業參加德國慕尼黑國際體育用品展,2家企業參加土耳其國際皮革、鞋材及機械展,1家企

業參加迪拜國際甜食及休閒食品博覽會,1家企業參加菲律賓建材、暖通、工程與礦山機械展,1家企業參加菲律賓電力能源展覽會,2家企業參加越南國際皮革展。

泉州市鏈坤進出口貿易有限公司是一家一站式鞋服設備及輔料出口商,產品行銷中東、南美、南亞、非洲和歐洲等地區。疫情影響下,鏈坤的訂單不降反增,主要得益於創新的參展方式。為拓展新市場,鏈坤利用遍布全球的老客戶資源,將營銷網點布局到市場一線。同時,通過網點下沉海外市場,線上服務對接海外客戶,鏈坤挖掘了不少國外新客戶,訂單需求穩中有升。

“目前,我們已經把要參展的各種樣品寄到土耳其了。當地負責運營的公司伙伴將組織參加土耳其國際皮革、鞋材及機械展,并借此機會展示新品,與海外客戶進行面對面的溝通與交流。”泉州市鏈坤進出口貿易有限公司總經理吳地梅說。

更讓吳地梅欣喜的是,5月以來,原有訂單不斷回歸,海外客戶不斷釋放投資欲望,讓他們看到了海外市場“觸底反彈”的巨大商機。主動出擊,推動訂單回流。除了走出去參展、推動海外營銷網點落地外,“代參展”模式也是晉江外貿企業積極搶單的有力武器。

不少企業反映,“代參展”非常及時地為企業提供了維護老客戶和挖掘新客戶的辦法,讓企業在困難時期找到了新的突破。

截至目前,晉江已有12家企業通過代參展模式,參加今年7月份的德國柏林亞洲服裝及配飾博覽會,以及8月份的美國拉斯維加斯國際服裝、服飾、面料及鞋類博覽會。展會期間達成意向成交金額共665萬美元,其中,現場成交額約105萬美元。

### 練內功 “大浪淘沙勇者勝”

疫情的這三年,看似“閉關”的晉江外貿,實則在修煉內功,苦練本領。

向“內”管理,數字化讓晉江外貿產能效益雙豐收。

在華昂智能科技公司,搭載智能機械手臂的智能生產線平均12秒就可生產一祇硫化鞋,比傳統生產線用工減少60%。目前,該公司已實現智能車間的規模化生產,產品附加值也比改造前提升近兩倍。數字化的驅動,讓華昂公司備受範思哲、CK等國際奢侈品牌的青睞,外貿訂單逐年增多。該公司董事長黃勁煌表示,將來制鞋行業一定是一個高科技的產業,一定會涉及很多先進的數字化應用。這個行業不是夕陽產業,而是朝陽產業。

向“新”發展,全新產業鏈條讓企業降本增效。

專注于產業升級的七彩狐,10年間出口銷售額增長達130%。業務板塊從泳衣擴展到沙灘褲、瑜伽、健身服等多個品類;企業規模從一家制造廠發展到7家,并同時擁有紗線廠、織布廠、數碼印花廠等十幾個配套工廠的集團化公司。

伴隨着產業上下游配套工廠的聚集,除了泳裝、瑜伽運動服生產等原有業務外,七彩狐將于近期啟動棉服生產。未來,七彩狐對於新增訂單的渴求將越來越大。

因此,作為海外展會的老朋友,七彩狐也報名參加了德國慕尼黑國際體育用品展。七彩狐相關負責人許永祝表示,目前,七彩狐的訂單已經排到明年3月,但外出直接對接客戶,對實體經濟、實體工廠很重要。“相比雲上接單,線下面對面接訂單,無論是在成交量還是服務客戶上,都有更直接的優勢。”

向“創新”要爆款,創新設計讓產業逆勢增長。

疫情之下,晉江傘業頂住壓力逆勢增長。2021年,晉江東石制傘業營業收入達125億元人民幣,同比增長5.16%。文創傘、水槍傘、超輕傘……層出不窮的創新設計,讓晉江傘業漸漸迎來新一輪爆發。

“近年來,東石傘業推出了一個又一個爆品。得益于在研發上的持續投入。”晉江市傘業行業協會會長王翔鵬介紹,三折自開收傘獨占鰲頭,市場上超90%的三折自開收傘均來自晉江東石,年銷售額超20億元人民幣。不僅如此,東石