

## 質升量漲 晉江外貿拓荒培新

本報記者 柯國笠 蔡明宣 施珊妹 曾小鳳 董嚴軍

近日記者從泉州海關獲悉,1—6月,泉州市外貿進出口1391億元(人民幣,下同),同比增長20.6%,進出口規模創歷史同期新高。其中,出口986.3億元,增長18.2%。

高速增長背後,是泉州勞動密集型產品出口整體回暖,出口505.7億元,增長16.6%。其中,紡織服裝、塑料制品、玩具分別出口264.5億元、56億元、12.4億元,分別增長22.9%、33.1%、1.4倍。

晉江作為泉州外貿的核心主產區,上半年外貿增長背後有什麼樣的變化因素?外貿出口產品結構有什麼不同?面對更加紛繁複雜的外貿環境,晉江企業做出了哪些努力?上周,本報記者走訪了幾家代表性企業。

## 量漲 訂單回歸正軌

連日來,位于晉江五里經濟開發區的泉州嘉利兒童用品有限公司的廠房內,數條流水線上的工人正在緊張有序地趕制着新一批的訂單,廠房外大卡車頻繁來回,即便到了夜晚,工人們還在持續加班趕貨。

“上半年,公司就一直高負荷趕訂單。從現在持續到9月份,將是公司的出貨高峰期。”泉州嘉利兒童用品有限公司總經理陳藝娟告訴記者,得益于5年前的全球化布局,近年來公司訂單保持高速增長,在前幾年高基數增長下,公司今年預計仍有40%的訂單增長。

不祇是嘉利玩具,作為外貿出口企業,晉江市七彩狐服裝織造有限公司一直以來專業生產泳裝、健身體操服、單車服、瑜伽服、運動內衣、彈力運動系列,今年迎來“爆發”。

“還不錯,今年上半年我們的訂單比去年同期有雙位數增長。”七彩狐集團董事長洪建庫高興地與記者分享上半年的戰果。

洪建庫告訴記者,由于七彩狐產品主要集中在泳衣等季節性較強的服裝上,往年都有淡旺季之分。但是自從多年前開始對南美洲等南半球新興市場進行開拓,七彩狐實現了南北半球不同時間的訂單互補,整個夏天都在為南半球的客商趕工生產。

而在東石,傘企也切身感受到了這種變化。“客戶還在陸續下單,總體感覺訂單比去年多,目前訂單排到9月份。”梅花傘業外貿負責人官雄告訴記者,外貿訂單已回到了2019年的水平,“生產可以說是供不應求,反而是產能受到了限制。”

今年以來,各企業訂單均有明顯回暖。“目前,歐美訂單增長明顯,客戶下單更有信心了。”泉州市雨相伴傘業科技有限公司副總經理劉基山告訴記者,今年老客戶均已開始陸續下單,且單量跟去年同期相比,數量更多,尤其是歐美國家,經過去年一年時間的庫存消化,今年已紛紛開始下單。

“近兩三年,公司外貿訂單持續增長,現在已基本回到了2019年的數據,外貿業務持續向好。在跟海外客戶交流的過程中,我明顯感受到他們對於中國晉江東石傘具的認可,很多專業採購商都對晉江東石的傘具印象深刻。”福建優安傘業科技有限公司總經理王翔鵬表示,俄羅斯和東南亞的訂單增長明顯。

## 質升 加碼核心競爭力

訂單持續攀升的背後,有的企業得益於其對選品的優化組合與產品創新力。

嘉利兒童就是其中之一。這家企業原本是童車的研發生產和出口銷售為主營業務,但是童車的生產和銷售有明顯的淡旺季,後來企業發現萬聖節玩具訂單正好可以填補這一空白,於是從2019年開始涉足萬聖節玩具品類。如今,嘉利兒童可以實現全年無縫銜接的排單,也可以穩定住一批熟練的工人。

“得益於產品創新,我們已經接到了明年的客戶訂單。”陳藝娟說,這些新增的訂單中,有一部分是“綠色環保沙灘玩具”的返單,另一部分則來自節慶玩具。

看似同一品類,實則“別有洞天”。陳藝娟介紹,圍繞客戶需求與對目標市場消費者的洞察,每年企業都會提前進行產品研發,即便是熱銷款,也會在原有基礎上做配色、包裝的調整。如同樣一款車子,明年的新款可能會在車子的外觀或者智能上做優化升級。

而產品覆蓋全球的七彩狐則在產品和市場分布上實現了很好的結合,獲得了更大的發展空間和更穩定的訂單表現。

洪建庫透露,這源于集團較早地對客戶進行規劃。“大家過去可能都把重心放在歐美市場的耕耘上,但由於泳裝是季節性產品,我們早早就有意識地對客戶市場分布進行了部署。所以今年,我們南美市場增長,

有效彌補了淡季的影響。”

不僅如此,七彩狐的設計風格也緊跟全球各個市場的需求。作為老板的洪建庫對此十分重視。“要掌握利潤話語權,就必須做好設計這一環節,讓不同的產品有針對性地符合不同國家客戶的‘胃口’。”洪建庫說。

他拿起一組針對南美地區客戶設計的時尚泳裝,該民族風泳裝,採用了當地客戶喜歡的吊墜裝飾,運用燙金工藝,使其極具古典風格又散發蓬勃朝氣。七彩狐在每年流行趨勢的基礎上,將更多元素融入客戶偏好的款式風格中,結合不同國家的風俗習慣、特色進行設計。

除了款式設計外,七彩狐也十分注重產品的面料和功能性面料的開發。這些年,七彩狐將產業鏈布局再向前端延伸,採購經編機自己織布,對面料的了解勝于同行,也極大地為自身帶來了優勢。“提花面料、功能性面料制作的泳裝,在市場上十分走俏。而這一供應鏈的優勢和對市場趨勢的洞察,是其他客戶所不能比擬的。”洪建庫說。

## 拓荒 “洗牌”後再探新路

過去數年,受消費喜好、出口目標市場政策變動等因素影響,傳統常規產品出口量下滑,但更有議價空間、質優價高的產品出口增量明顯,俄羅斯、南美等新興國家、地區的出口領漲,跨境電商也邁向新階段。

王翔鵬告訴記者,在新一輪的全球市場經濟環境下,國際的傘具採購商也經歷了一輪新的洗牌。

如果說,在產品、設計、供應鍊上的持續增強,是晉江外貿企業苦練內功的主動變革,那麼市場的拓荒、渠道的更迭,則是晉江企業向外探索的積極嘗試。

多年積累,七彩狐將南半球的一個個“小客戶”養成了“大客戶”。七彩狐今年公司的增量,就源於這些南半球客戶。

“今年他們下的訂單量相比往年增長了不少。其中不祇有泳裝、沙灘褲,還有瑜伽服等。多年沉澱,整合南半球客戶資源已經變成了我們的‘傳統’強項。”洪建庫說。

王翔鵬認為,目前市場留下來的多為專注專業經營傘具的客商,他們對於工廠的篩選更加看重綜合實力,比如工廠的規模及專業程度、產品的質量及創新度等。在優勝劣汰的市場環境下,晉江東石具有40多年沉澱的制傘產業集群優勢,在國際市場的競爭中凸顯優勢,外貿市場進一步得到客戶的認可。

“前段時間到俄羅斯拜訪客戶的同時,走訪了吉爾吉斯斯坦、烏茲別克斯坦等4個中亞國家,中亞國家的文化跟俄羅斯相近,因此,優安納將在原有俄羅斯優勢市場的基礎上,進一步做大中亞市場。”王翔鵬說。

在俄羅斯市場,優安納傘業不僅已從批發走向門店,並且正在籌備從門店走向線上。

王翔鵬告訴記者,優安納傘業在俄羅斯本來就有比較好的貨盤,當地也有電商商家拿貨,近兩年在當地的電商市場有不錯的發展,基於良好的市場基礎,今年也準備在當地啟動線上銷售,做大自有品牌。在海外的銷售渠道也逐漸從單一走向多元。

同樣探索跨境電商的還有運動品牌左右力量。

“國內電商投入產出比不高,越來越多的人想通過跨境電商出海尋找新機會。”左右力量品牌創始人丁仁豪說,除了上述因素外,品牌也想尋找新的機會與市場增長點。於是,今年年初公司開始涉足跨境電商,並通過shopee、TikTok布局東南亞市場,下半年將通過亞馬遜等平臺布局歐美市場。

從國內轉向跨境,并非一蹴而就。丁仁豪直言,與那些拼價格的品牌不同,要想利用跨境渠道造牌,就需要比別人思考得更深更細。

“順暢出海”還需要有一支專業的團隊。丁仁豪通過與本土TOP級的跨境團隊合作,重新組建項目公司進行品牌獨立運作。“當前國外跨境電商處於高速發展階段,新進入的企業要想跟上這趟快車就得強強聯合,各自發揮在供應鍊與運營商的優勢,才有可能真正借助跨境突圍。”

跨境小訂單成為不少外貿企業訂單增長的重要組成部分。今年以來,丁仁豪的工廠新增了不少跨境訂單。“海外電商和傳統的零售也在改變,伴隨著海外電商發展迅速,傳統外貿的客戶群也會相對發生改變。”

不僅如此,尋找新訂單,成為今年很多工廠的重要任務。為此,進入新平臺成為外貿工廠的新選項,比如跨境電商品牌Temu、Shein推出的全托管模式,已經吸引不少工廠試水。

□2024年“情源晉江·泰國之行”

“情源晉江”青少年文化交流活動啓幕  
25名晉江學子抵達泰國曼谷

本報訊(記者 王雲霏)昨日,2024年“情源晉江·泰國之行”青少年文化交流活動啟程,晉江25名優秀學子抵達曼谷。

交流團一行抵達曼谷素萬機場時,泰國泉州晉江聯合總會會長陳俞龍一行已經在此等候。“大家一路辛苦了!”“歡迎大家,希望

你們在泰國擁有一段美好的旅程!”……一聲聲暖心的問候,讓學生們感動不已。

接下來的幾天,交流團將前往泰國佛統府公立健康華學校和泰國亞洲商業學院交流學習,拜訪泰國福建會館、泰國泉州晉江聯合總會,與泰國晉江籍青年交流

互動,共同續寫文化交流新篇章。

“我親手制作了鑰匙扣,準備送給泰國的小伙伴。”交流團成員、晉江一中學生陳姝蓉表示,期待通過這次文化交流活動,與同學們共同增長見識、開闊視野,在感受泰國文化的同時,展現晉江青少年的良好精神面貌。

第21屆福建省青少年機器人競賽  
在晉江開賽

本報訊(記者 沈茜 秦越)22日,第21屆福建省青少年機器人競賽在晉江一中開賽。來自福建省各地的849支隊伍1217名選手參加競賽,共享一場匯聚創意、智慧與激情的科技盛宴。

本次競賽將持續至24日,設有機器人綜合技能比賽、極限挑戰賽、工程挑戰賽、創新挑戰賽和創意比賽、虛擬機器人比賽等六個賽項,并按小學組、初中組、高中組三個學段進行比賽。選手們將在為期三天的賽事中對機器人進行現場編程、設計、組裝及演示答辯,比拼才智和創意,角逐各類獎項。

據了解,福建省青少年機器人競賽是福建省科協開展的一項品牌性青少年



科學技術普及及展示活動,旨在培養青少年的創新精神、動手實踐能力和團隊合作意識,鼓勵廣大青少年

在科學、技術、工程和數學(STEM)相關領域進行學習、探索和實踐,提高青少年科學素養。

2024年食品科技創新大會在晉江舉行  
院士專家共話食品行業發展

本報訊(記者 柯雅雅)如何以創新理念和實用技術驅動休閒食品產業變革?日前,以“新質賦能 食界領航”為主題的2024年食品科技創新大會暨科技創新成果展示與專家對接會在晉江舉行,科研大咖、專家教授、千家食企研發人員齊聚,共同討論食品科研成果與行業發展趨勢。

中國工程院院士金徵宇及來自北京工商大學、福州大學等高校的多位教授分別帶來“碳水化合物與人體健康”“健康谷物的科學內涵與食品創制”“海峽兩岸特色食品加工與貯藏新技術”等成果推介,天津科技大學教授帶來“生物技術賦能食品配料產業成果”“基於微生物調節的功能性食品研究成果”推介。此

次,會議還舉行了專家教授與企業代表訪談對話,探討食品科學技術創新的熱點及方向,共商食品科技成果的轉移對接與轉化落地。

值得一提的是,鮮之惠、雅客、盼盼、壹合、泉利堂等5家企業分別和天津科技大學食品科學與工程學院進行合作項目簽約。

“產教融合、科教融合是推動食品科技發展的重要途徑,學校與企業和研究機構的緊密合作,能夠有效促進科研成果的轉化,加速新技術、新產品的研發和應用。”天津科技大學校長路福平表示,此次對接會簽約了多個產學研合作項目,院校和企業也進行了深入交流、充分對接,期待能有更多的優秀創新技術引入

產業,為食品科技的發展注入新活力。

“有食品科研成果、行業發展趨勢、科技前沿動態,這是一場幹貨滿滿的會議。”一家與會企業相關負責人告訴記者,通過科技創新賦予產品健康、時尚、價值體驗等多重屬性,以滿足日益多元化的消費需求,也是企業、行業實現高質量發展的重要途徑。

食品行業是晉江實體經濟的重要組成部分。歷經30多年積澱發展,晉江已經成為中國最大的休閒食品出口加工基地之一,現有生產企業700多家、貿易企業超千家,形成了涵蓋十多個門類、數百個品種的產業格局,榮膺中國食品工業強市、全國縣城食品經濟發展示範縣等稱號。