

# 外貿新氣象

8月以來，位於湛江廉江的廣東高博電器公司的生產車間火力全開，數千個電飯鍋通過組裝、檢測、包裝後，準備發往港口。作為內地著名的「電飯鍋之鄉」、全國首批中小企業特色產業集群，廉江年產近1億個電飯煲，每3台中國產電飯鍋就有1台來自這裏。上半年，廉江小家電出口達5.6億元（人民幣，下同），同比增長21.2%，顯著高於全國家電整體出口增幅，成為廣東外貿一大亮點。完備的產業鏈、與珠三角等地小家電企業形成差異化產品和市場定位、深耕新興市場，以及政府、海關、企業協同發力，成為廉江小家電「出圈制勝」的法寶。

文/圖：香港文匯報記者 敖敏輝 廣東湛江報道



# 瞄準中端火力全開 廉江飯煲出圈制勝

產業鏈自主可控 產能佔全國三成 差異化深耕新興市場



高博電器等廉江小家電企業主攻中端鍋型，東南亞、非洲、南美是主要出口市場。

## 數讀廉江小家電產業

年產值：近300億元人民幣  
 行業企業數量：約1,200家  
 電飯鍋、電熱水壺產銷量佔全國30%，  
 零配件產銷量佔全國60%，產品銷往70  
 多個國家和地區  
 2024年上半年，出口同比增長21.2%

整理：香港文匯報記者 敖敏輝

廉江小家電出口火爆，各企業生產線「火力全開」。

走進高博電器的噴塗車間，一排排自動化機器旁只有寥寥幾名技術工人，傳送設備快速運轉。距離作業區10多米的區域，被已經完成噴塗工序的電飯鍋內膽「擠」得滿滿當當。

### 細化外銷策略成效積極

高博電器外貿主管梅博達笑着說，別看這些電飯鍋堆積如山，過不了幾天就可以全部出貨，一周左右時間就可以進入到東南亞和北美等市場。東南亞和中國一樣，同樣是以大米為主食，電飯鍋在這裏有穩定的市場需求。這些年，融合蒸、煮、燉、煨、燜等多種功能的智能電飯鍋在國內日益普及，但東南亞地區老百姓依然喜愛最為普通的鼓形鍋（鍋身如一個鼓），這是中國早年流行的普通機械鍋，功能以煮米飯為主。「市場需求是多樣的，比如珠三角同樣是電飯鍋的產業聚集區，主打智能電飯鍋，出口主要面向歐美市場。而高博電器等廉江小家電企業，主攻中端鍋型，東南亞、非洲、南美是主要出口市場。」梅博達說，和浙江、珠三角等地小家電集群形成產品和市場的差異化，是廉江小家電產業能夠保持成長壯大的重要原因。在當前全景經濟承壓、消費低迷的大環境下，廉江小家電企業進一步細化外銷策略，取得積極成效。

### 半數時間外訪客戶做調研

華強電器是廉江小家電龍頭企業之一，在去年較高增幅的基礎上，今年上半年的出口實現了20%以上的增長。華強電器銷售總監陸潤強告訴香港文匯報記者，今年前7個月，他和團隊每個月都要出差東南亞一到兩次，一半以上時間都是在國外拜訪客戶，做市場調研。「比如在和越南客戶對接中，我們共同研發一款適合該國市場的電飯煲，越方負責磨具，我們來負責生產，這正成為公司在越南市場一個新的增長點。」陸潤強說。

### 專注電飯鍋研發超40年

威王電器是中國十大電飯鍋出口企業之一，公司研發了100多個品類的電飯鍋、電熱壺等小家電產品。威王集團國際銷售總監黃純師說，以鼓形鍋、西施鍋為代表，廉江專注電飯鍋研發、生產超過40年，是中國最優質的機械鍋產地，珠三角、長三角最頭部的小家電企業也很難比擬。而在產業鏈優勢、成本優勢方面，其他產地更無法與廉江相比。香港文匯報記者了解到，以廣東廉江經濟開發區為主要聚集

地，廉江擁有小家電及配件生產企業1,200餘家，生產電飯鍋、電壓力鍋、電磁爐、電熱壺等50多種家電產品，產品約佔中國市場三成份額。

廉江市家用電器行業協會會長陸錫章告訴香港文匯報記者，生產一個電飯鍋，所需全部原材料、配件乃至工具、機器，都可以迅速在廉江本地找到。「廉江的產業鏈、供應鏈高度自主可控，這也使得我們產業發展韌性高。同時，廉江作為一個縣級市，人口約140萬人，勞動力資源非常豐富，且人力成本遠低於珠三角地區。因此，無論外部環境如何變化，我們自我調節能力比較強，能夠迅速抓住市場機遇，外部環境不利時，又能靈活應對挑戰。」陸錫章說。

陸錫章還指出，政府和海關部門在廉江小家電產業發展壯大中也發揮了重要作用，無論是申請海關AEO企業申請認定（海關最高信用等級），還是推動項目落地，都把政策效應用到了極致，「有了各方協同，我對廉江小家電產業的未來充滿信心。不說太遠的目標，我相信，廉江小家電今年這種良好的內外銷形勢，未來三五年內不會變。」



高博電器研發人員在進行電飯鍋技術研發。

## 善用規則破壁壘 海關助企業「出海」

去年12月，在海關部門的大力支持下，作為內地小家電產業唯一的「國字號」技術貿易平台，中華人民共和國WTO/TBT-SPS（廣東廉江）小家電技術性貿易措施研究評議基地落戶。該基地的主要功能是收集和分析國外技術性貿易措施信息，為我國小家電企業應對國際貿易壁壘提供專業指導和建議，並通過WTO貿易規則體系為產業和企業爭取相關權益。事實上，在該技貿基地成立之前，海關部門前期已經通過「邊中建、邊應對」，運用WTO爭端解決機制，幫助小家電企業應對有關國家關於家電強制認證、進口配額制等問題。威王集團國際銷售總監黃純師告訴香港文匯報記者，冠疫情期間，有南亞國家推出了一項針對電器電線的國家標準，所有進入該國市場的家電，都要符合該標準。「推出行業國家標準是沒問題的，但這個政策實施十分倉促，根本沒有留給我們採購符合相關標準要求電線的時間，更重要的是，我們已經跟該國合作夥伴簽訂了大量訂單，政策生效後，這些產品無法進入該國。」黃純師說，這不符合WTO非歧視性、公平貿易和透明度等原則。

### 梳理貿易政策 收集市場需求

為此，廉江家電企業和行業協會向湛江海關反饋在該國外貿受阻的問題。海關總署獲悉後，經調研，通過相關機制向WTO提交「特別貿易關注」。經過中方努力，該國最終將此項國標認證的正式實施時間延長了半年。「在這半年內，我們因相關政策導致積壓的貨物都出完了，挽回了數十萬損失。放眼整個廉江小家電產業，挽回的損失在千萬元以上。」黃純師說。「事實上，在紛繁複雜的國際貿易形勢下，海關部門在助力企業「出海」過程中，扮演著越來越重要的作用。除了通關流程優化、高級信用企業認證，湛江海關、廉江海關兩級海關還會主動幫我們梳理海外貿易政策，乃至收集各國的市場需求，用足用好這些貿易政策和市場信息。」高博電器外貿主管梅博達說，系列「增值」服務、貼身服務，極大助力企業開拓國際市場。



香港文匯報記者 敖敏輝 湛江報道

廉江海關關員在廣東高博電器公司調研生產和出口情況。

## 寵物餐食鼓形鍋 美國銷售倍增

## 美國銷售倍增

在廉江小家電行業，「出海」過程中，精細化營銷、定製化生產，不但穩定了客戶，還開拓了新的市場空間。梅博達告訴香港文匯報記者，菲律賓、馬來西亞、越南等高博電器在東南亞重點開拓的市場，在參展、平台推廣等方面，資源會有所傾斜。「剛開始做出口的時候，我們的第一個客戶是菲律賓，第二個是馬來西亞，後來慢慢打下了基礎，我們也確實發現這幾個國家市場空間很大，就一直重點開拓，把工作做深、做細。」梅博達說，外部環境有再大的變化，在這幾個國家的銷售也不會出現斷崖式的下降。如今，高博電器把這種思路運用了到其他市場，同樣取得了積極成效。

在以智能電飯鍋為主的美國市場，高博電器團隊通過調研發現，當地養寵物的家庭佔比大，動物餐食的烹飪工具，有很大市場空間。為此，公司研發面向這類客戶的鼓形鍋，結構簡單、操作簡便，大受歡迎。今年上半年，高博鼓形鍋出口美國市場同比增长超過100%。「在廉江，電飯鍋的品類是最齊全的，以我們威王為例，單是電飯鍋就有數十款，每一款都有針對的細分市場。事實上，高端電飯煲我們都能做，廉江也是珠三角地區智能電飯鍋的重要代加工基地。但對廉江小家電產業來說，差異化才是最重要的特點，比如，我們能夠一次性煮幾十人上百人米飯的商用電飯鍋，珠三角的企業是很少做的，而廉江企業就堅持做，而且品質可靠性遠超其他產區。」威王電器國際銷售總監黃純師說。

# 內地外貿連升五個月 上月出口增8.4%

香港文匯報訊（記者 海嵐 北京報道）作為今年以來中國經濟增長重要驅動力之一的外貿出口，8月延續超预期增長態勢。海關總署10日發布數據，中國8月出口同比增长8.4%，增速較7月加快1.9個百分點，手機、汽車等機電產品出口加快，帶動當月出口表現超预期。從今年前8個月整體看，貨物貿易進出口總值28.58萬億元人民幣，同比增長6%，月度進出口值連續5個月同比增长。其中，出口16.45萬億元，增長6.9%；進口12.13萬億元，增長4.7%；貿易順差4.32萬億元，擴大13.6%。

專家：向高端產業傾斜 有充足韌性  
 專家表示，中國出口結構向高端產業傾斜，在

複雜國際形勢背景下外貿展現充足韌性，未來有望保持平穩增長。海關總署統計分析司司長呂大良表示，今年以來，中國經濟運行持續回升向好。近日，WTO發布的報告顯示，三季度全球貨物貿易保持復甦態勢。在國內外需求帶動下，前8個月進出口保持增長，電子設備、運輸設備等製造業進出口增速達到兩位數，能礦產品進口量增加4.9%。從各經濟體最新數據看，上半年中國出口、進口全球份額都穩中有升。

### 對東盟出口份額佔比創新高

從出口目的地看，除了對東盟、美國出口走弱，8月中國對多數經濟體的出口表現向好。其

中，對東盟、美國出口同比增速分別放緩2.9個、2.4個百分點至9.5%、5.3%，對東盟出口增速仍高於總體增速；對歐盟、拉丁美洲出口增速分別加快5.6個、5.7個百分點至13.9%、19.7%；對俄羅斯、非洲、日本出口同比均由降轉升，增速上行至10.4%、4.5%、0.7%。前8個月，中國對東盟出口份額佔比提升至16.4%創歷史新高，對歐洲和美國出口佔比分別為14.8%和14.4%，基本與去年底持平，對巴西出口份額提升較快，佔比達2.1%。

### 民營出口企業佔比穩步提升

中國出口結構向高端製造領域傾斜。8月，箱包、服裝、玩具、傢具、燈具等勞動密集型產品

出口同比均為負增長；汽車、船舶作為近年中國高端製造的代表產品，出口同比分別為32.7%、60.6%；手機新品發布增加，當月出口增速加快至17.1%。光大銀行金融市場部宏觀研究員周茂華指出，8月中國出口高於趨勢值，高於全球經濟與國內GDP增速，以機電產品為代表的高技術、裝備製造業出口表現良好。同時，民營出口企業佔比穩步提升，外貿新模式發展良好，外貿展現活力。同時，外貿企業面臨全球形勢日益複雜嚴峻，外貿表現韌性足。預計未來一段時間全球經濟有望保持擴張，中國外貿企業積極應對，外貿結構持續優化，外貿因政策實施力度加大，外貿出口有望保持平穩。