



以中國為起點，一條跨越多大洲的「一帶一路」供應鏈正在形成。隨着全球貿易環境日益複雜、市場競爭愈發激烈，依賴單一市場已不能滿足中國外貿企業可持續發展的策略。為降低經營風險並尋找新的增長點，外貿企業積極拓展多元化布局。與過去產品出口為主的「走出去」不同，不少企業加快產業鏈出海，更深入地拓展海外新市場，通過挖掘當地新需求為企業帶來新的發展機遇和增長動力。香港文匯報記者近日在第136屆廣交會上採訪發現，約六成參展企業不再僅依賴國內的生產基地，而是在全球建廠，通過建立更貼近客戶的生產布局，來應對運輸成本上升、加徵關稅以及更複雜國際貿易壁壘等帶來的風險。

作為中國外貿出口的「晴雨表」和「風向標」，本屆廣交會上，不少企業在展位上展示出在馬來西亞、泰國、墨西哥等海外設廠的醒目標記，顯露出這些企業布局全球的野心。「我們已經着手準備在中東設廠，計劃選址在沙特阿拉伯。當地正在建設沙中產業園。」廣東熱浪新材料科技有限公司市場總監梁永飛認為，在沙特阿拉伯籌建工廠，可以應對中東市場的價格要求和供貨需求，有助於確保交貨期，也能提供更多「按需定製」的產品。梁永飛還提到，「今年訂單成績非常好，特別是新興市場表現最突出。中亞和中東地區市場增長很快，預計今年出口訂單會增長10%。」

●文/圖：香港文匯報記者 盧靜怡 廣州報道

全鏈條生產模式 既保質又控交貨日期

不少外貿企業的出海布局已不再是簡單的複製工廠，而是具有戰略性的全球供應鏈布局。東宇鴻翔新材料科技有限公司是一家主營家居裝飾材料的企業，核心市場在北美。由於美國對中國產品加徵懲罰性關稅，公司近年分別在馬來西亞、柬埔寨等國家建立了新的生產基地，以此繞開關稅壁壘，同時保證交貨期穩定。該公司銷售經理趙壽春表示，這一舉措不僅幫助其守住北美市場，也讓企業成為當地供應鏈中不可或缺的一環。

「我們的一大優勢在於自主生產鏈的整合，從印刷到成品的每一個環節都在公司內部完成。這種全鏈條生產的模式，既保障了產品質量，也能更好地控制交貨期。」趙壽春舉例說，公司在馬來西亞建立了貼面、吸塑門板等生產線。「我們不依賴其他工廠，所有的工序都在自家工廠完成，既快又穩，也讓我們對庫存的管理更加靈活。」

與東宇鴻翔相似，山東威達機械亦在海外布局了多個生產工廠。這家機械企業主要生產銷售「鑽夾頭」等電動工具部件。該公司高級客戶經理張進欣表示，公司在越南、墨西哥等地投建了工廠，並逐漸得到回報。「在海外建廠，反過來又促進了我們在其他市場上拓客『搶單』的能力，有的客商了解到我們海外工廠的規模和生產水平，更加信任我們。」她介紹，今年以來，公司整體業績實現了60%以上的增長，高端產品增幅最勁。

設海外服務團隊 更快響應國際市場需求

在產業鏈供應鏈布局海外的同時，越來越多中國外貿企業亦在海外設立服務團隊，為國際市場提供「更快響應」和「更強服務能力」。石家莊卡諾裝飾材料有限公司分別在美國和越南等地布局了6家企業，在泰國、波蘭、南非等地都有代理展廳。

「在服務方面，只要客戶提出需求，銷售和研發團隊會根據客戶的需求，拿出一款產品方案。從提出需求到車間完成生產小樣，再到寄給海外客戶，這個過程會在一周內完成，確保設計和質量滿足客戶要求。」該公司銷售經理李秉樺表示，公司銷售團隊也被細分到北美、歐洲、中東、東南亞等各大市場，及時反饋一線需求和意見，「這樣不僅能第一時間了解市場趨勢，還能不斷優化產品。」

專家：拓新興市場 或對沖關稅風險衝擊

中信証券首席經濟學家明明指出，隨着地緣政治衝突、關稅和貿易政策不確定性等因素對國際貿易的擾動不斷加深，俄羅斯、巴西、越南、印度等新興市場對中國的貿易依賴度提升明顯。今年前三季度，中國對東盟、巴西、墨西哥的出口份額均有明顯提升。「即使明年中國出口或面臨美國加徵關稅的潛在風險，但企業出海建廠、拓展新興市場等措施，或能一定程度上對沖關稅風險對貿易量的衝擊，中國出口在全球的份額有望保持相對穩定。」



●廣東熱浪新材料科技有限公司市場總監梁永飛



●東宇鴻翔新材料科技有限公司銷售經理趙壽春



●石家莊卡諾裝飾材料有限公司銷售經理李秉樺

廣交會六成展企全球建廠 深拓海外市場應對貿易壁壘風險

外貿企拓多元布局 產銷全產業鏈出海



●不少企業加快產業鏈出海，更深入拓展海外新市場。圖為廣交會上，境外採購商在展位前諮詢。

跨境電商快速增長 新興市場需求爆發

跨境電商，逐漸成為不少外貿企業開拓海外市場的「必爭之道」。本屆廣交會發布的《2024跨境電商洞察白皮書》指出，中國賣家在美國跨境電商平台的銷量佔比為39%。美國消費者對機器人產品的熱度走高；德國人最青睞家居、無線電子設備和服裝；日本市場則以服飾、個護健康和傢具產品為主，在該類目中，中國賣家店舖佔到了40%。

新興市場預計將成為2025年跨境電商增長的主要動力。白皮書提到，隨着中產階層擴大，東南亞和拉丁美洲等市場的電商需求將大幅上升。東宇鴻翔新材料科技有限公司銷售經理趙壽春告訴香港文匯報記者，公司從2020年開啟線上零售以來，已登錄亞馬遜等平台，年銷售額達2,000多萬元人民幣。跨境電商已經成為公司出口訂單的「主力軍」，佔近三成份額。新興市場的需求不斷增長，比如南美和沙特等地區的訂單呈現爆發式增長。

東南亞採購商望借華電商拓產品影響力

跨境電商及倉儲物流服務商inQbrands市場部總監孫青青表示，不少東南亞和南美的採購商希望借助中國的跨境電商力量拓展品牌影響力。「客戶知道我們在跨境業務方面的優勢，來到我們的展位諮詢如何進入北美市場，幾天下來已有上百家國內供應商來諮詢合作。」

海關總署數據顯示，今年前三季度，中國跨境電商進出口額佔到總外貿的5.8%，同比提升0.3個百分點。跨境支付平台PingPong的負責人透露，東南亞電商市場明年規模或將達到3,000億美元。這些地區在支付技術、物流基礎設施方面的升級，正為跨境電商的快速增長創造條件。「這些地區的中產階級正在擴張，移動支付技術和物流基礎設施的改善，使得電商規模持續擴大。新興市場特別是東南亞、拉丁美洲和非洲將成為2024至2025年電商增長的主要動力。」



●第136屆廣交會上，來自海外的採購商絡繹不絕，一個展位的洽談桌位置已經坐滿。



●石家莊卡諾裝飾材料展位上，幾名採購商在了解產品信息。

企業「抱團出海」解產業鏈配套難

專家解讀

在全球政治經濟格局不斷變動的背景下，中國的外向型製造業企業正加快「出海」步伐。有的企業在東南亞、墨西哥和南美等地區設立生產基地，利用新興經濟體的勞動力優勢，貼近發達國家的市場，繞開部分終端市場的貿易壁壘；也有一部分企業正從海外建廠向搭建完整的海外供應鏈體系轉型，將產能轉移到海外；還有的依託企業在技術、產品設計、產品質量等方面的優勢，在海外與國際巨頭同台競技，從輸出中國製造，到輸出「中國製造+中國產品+中國品牌」轉型。

廣東亞太電子商務研究院院長、暨南大學教授陳海權告訴香港文匯報，這一波「製造業出海」新趨勢，不僅為中國企業構建了強大的生產製造能力，還讓它們在全球市場上搭建起高效、靈活且成本可控的供應鏈體系，極大地推動了中國消費品牌出海和跨境電商的蓬勃發展，未來五年，亞太地區有望成為全球產業鏈和供應鏈的關鍵樞紐。

加快整合資源 提升競爭力

不過，「出海」布局也將面臨諸多挑戰。陳海權指出，外貿企業在向海外擴張時，可能面對人才緊張、原材料供應缺乏、生產加工環節等產業鏈配套難等問題。「在東南亞、南美等新興市場，當地知識產權保護較為薄弱，註冊和保護知識產權成為企業出海的必備課題。同時，合規化成本也增加了企業運營的負擔。」陳海權認為，企業若要應對這些問題，需在多個方面進行精細籌劃：選擇適宜的出海目的地，深入了解並利用當地投資政策，優化跨境稅務籌劃，增強海外公司財稅管理能力，穩健配置境外人力資源，並加快數字化轉型與創新。

對於有市場拓展性需求的企業，「抱團出海」是一種有效策略。陳海權建議，外向型製造業企業可以聯合抱團，考察並落地目標產業園區，以降低成本、增進產業鏈配套支持，帶來產能、原材料和人才的協同提升，這種集群化出海模式不僅有助於增加安全性，還能提高企業適應當地市場的能力。此外，中國企業還要加快整合資源，融入「樞紐+國際幹線通道+最後一公里服務」的國際物流體系，提升整體供應鏈的競爭力。

設計師實地調研 研發新品驚喜海外客

特稿

不少外貿企業的設計師們可謂是「空中飛人」，每年都要去全球各地出差調研市場需求，捕捉最鮮活的靈感，帶給國際客戶驚喜。與國際接軌的設計，已經越來越成為中國產品的代名詞。斯達高公司的展位上，2,000多件瓷藝品如「春滿園」「集賢瓷」「愛麗絲下午茶」等系列，彷彿把一座「鳥語花香」的小花園帶到了展會現場。每隻瓷器上的鳥類圖案，都源於創始人詹培明從非洲草原到安第斯山脈拍攝的小鳥，例如皇霸鷄、叉尾犀鳥、火烈鳥等。海外採購商們常常被這些活靈活現的圖案設計所迷住。詹培明告訴香港文匯報記者，拍攝靈感成為了產品創新的重要來源。

產品質量是穩定老客戶關鍵

在另一邊的展廳裏，來自浙江的達柏林閩門公司專注於滿足歐洲客戶的「挑剔」需求。公司市場負責人林日贊透露，他們特地飛到意大利實地調研，研發了全新的地暖閩門產品，耗時一年半才通過歐洲市場的嚴格審核。在服務方面，該公司也給出了「終身保更換」的承諾。「我們提供10年質保，無論使用年限，都提供更換服務。」林日

▶斯達高公司的瓷藝品。



贊說，公司對產品質量的自信和對客戶服務的承諾，是穩定一批長期老客戶的關鍵。今年海外市場的訂單持續增長，尤其是在歐洲市場，今年年產值達到3億元人民幣。

廣東熱浪新材料科技公司的市場總監梁永飛說，為滿足泰國和東南亞客戶「赤腳踩地板」的偏好，他們公司專門設計了舒適性地板，防滑又耐潮。走在上面如「踩雲」一般，既環保又無毒，備受當地客戶的青睞。「這些貼合當地需求的设计和研發，都是透過與海外客戶密切溝通而掌握的。」