

商闻热点

中国取暖产品走俏欧洲

高品质新品或是企业未来持续获单“活力密码”

□ 本报见习记者 邵志媛

“取暖器、热水器、热泵、电壁炉……”受俄乌冲突、能源危机、气候等因素影响,今年中国“暖产品”迅速走俏欧洲市场。出口方面不仅突破了往年旺季的体量,而且随着取暖器国际需求量的持续增加,不少境外进口商纷纷临时追加订单,众多中国小家电企业迎来一轮“补单潮”。

订单忙,企业抢抓商机

突如其来的大量订单使专业生产、出口各类取暖设备的外贸企业应接不暇。专业做电暖器出口的阿里巴巴国际站商家宁波艾伏电器有限公司便对这一经历深有感触。

“今年五六月份时,公司整体订单量已超去年全年。”艾伏电器公司总经理刘继文对国际商报记者说,除了往年的一些老客户订单量上涨,企业今年在阿里国际站平台还接到了不少取暖器的新单子。“今年很多取暖器订单都不用寄样品,客户直接下单,而且下得很急,过去从未有过这种情况。此外,像油汀这类可用于替代整个家庭供暖系统的家用取暖器销量远远大于小型取暖器。”

不仅如此,空气源热泵产品也备受海外客户欢迎。“我们今年的订单实现翻倍增长。受全球能源低碳化趋势,叠加国际局势因素影响,空气源热泵产品

广受市场青睐,目前工人们都在加班加点赶制订单。”同样来自阿里国际站的商家浙江中广电器集团海外营销中心总经理刘丽萍对国际商报记者说,公司正常的交货期是45天,接下来的订单旺季交货期要延长到2-3个月。

与上述两家企业一样,许多外贸企业都感受到了来自欧洲的“热情”,大量订单蜂拥而至,出口表现亮眼。海关总署数据显示,今年1-8月中国取暖小家电品类总出口额同比增长21.4%,其中,向欧洲(俄罗斯除外)出口额同比增长29.8%。

阿里国际站数据显示,今年第三季度阿里国际站家用取暖电器站内商机同比增长(下同)48%,订单量同比增长84%。其中电暖器站内商机增长92%,订单量增长127%;电热毯站内商机增长154%,订单量增长50%;热泵热水器站内商机增长87%,订单量增长102%。

面对取暖类产品欧洲市场的热销,不少企业积极开发推出新产品,开拓深

耕目标市场。

广东金莱特电器股份有限公司是一家专业生产以及销售家用电器、照明产品的外贸企业,近年来公司相继推出空气净化器、消毒灯、风扇、水培机和取暖器等新产品,并深度开拓了非洲、东南亚、南亚、欧洲等市场。

今年以来,广东金莱特也加快了电暖器出口欧洲的步伐。该公司市场部经理曾晓燕告诉国际商报记者,一方面,公司目前正在加紧办理取暖器欧洲出口认证;另一方面,在现有PTC电暖器产品的基础上,继续加紧增列相关取暖新产品。

潜力大,品质赢得市场

目前,市场上比较热销的取暖器包括暖风机、电油汀、踢脚线取暖器、小太阳、暖手宝、暖脚器等小家电产品。虽然这些产品的单价相对不高,但因其具有刚需属性,市场潜力较大。

国内市场方面,数据显示,2020年中国取暖器市场规模为548.5亿元。未来5年,预计中国取暖器行业市场将以12.8%的复合增长率增长,并于2023年达到约829亿元的市场规模。

欧洲市场方面,光大证券研报分析认为,在俄乌冲突持续、俄气供给大幅下滑的背景下,欧洲天然气紧缺或将持续2-3年。而欧洲的能源转型,业内普遍预计还需要5-7年。因此有分析称,2023年欧洲对取暖电器的基本需求仍将保持持续增长。

面对百亿级的国内市场以及欧洲庞大的需求,小家电企业如何获取持续性的市场订单,实现健康持续发展?

资深产业经济观察家梁振鹏在接受国际商报记者采访时表示,一方面,小家电企业应提升自身产品的品质和功能性,进而提升出口竞争力及出口产品的性价比。另一方面,企业应不断提升自主品牌出口比例,同时不断拓展海外市场销售服务网络,从而在出口业务中获得更高的话语权和营收效益。

阿里国际站消费品行业运营负责人关秀红对国际商报记者表示,小家电企业应通过生产效率提升及产能合理扩张不断拓展市场,同时根据细分市场下的消费需求变化研发新品。

重庆奋力书写内陆开放高地建设新篇章

(上接1版)

一是推进高标准制度型开放。发挥自贸试验区改革“试验田”作用,实行更大程度的压力测试,在若干重点领域率先实现突破。对标高标准国际经贸规则,持续深化数字贸易、知识产权保护、公平竞争等领域制度创新。深入推进全面深化服务贸易改革创新、服务业扩大开放综合试点,积极争取促进内外贸一体化发展试点,不断完善投资贸易自由化便利化政策。

二是推动外贸高质量发展。推进产贸联动创新升级,加快承接国际及东部地区产业转移。推进跨境电子商务综合试验区建设,扩大总部贸易、转口贸易、二手车出口、市场采购贸易等新业态规模。深化与RCEP成员国经贸合作。力争到2024年全市外贸进出口总值突破1万亿元,规模保持中西部领先,服务贸易进出口总额达到1000亿元。

三是打造高质量外资集聚地。缩减外资准入负面清单,依法保护外商投资合法权益,营造市场化、法治化、国际化一流营商环境。持续加大招商引资力度,吸引外资积极投向先进制造业、战略性新兴产业和现代服务业等领域,促进更多的优质外资项目落地。

加快形成全方位开放格局,融入国内国际双循环

党的二十大报告指出,“必须完整、准确、全面贯彻新发展理念,坚持社会主义市场经济改革方向,坚持高水平对外开放,加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”,深刻阐述了高水平开放和构建新发展格局的内在逻辑关系,必须一以贯之推进落实。

一是提升开放通道平台能级。党的二十大报告特别强调“加快建设西部陆海新通道”。重庆将全力保障西部陆海新通道、中欧班列等通道高效运行,持续做好通道带物流、物流带经贸、经贸带产业文章,畅通促进国内国际双循环的战略通道。提升两江新区、西部(重庆)科学城以及综保区、国家级经开区等开放平台能级,高标准实施中新互联互通项目,推动高端产业集聚,着力打造一批标志性和引领性的开放平台。

二是统筹国内国际两个市场。党的二十大报告提出“依托我国超大规模市场优势,以国内大循环吸引全球资源要素,增强国内国际两个市场两种资源联动效应,提升贸易投资合作质量和水平”。重庆将发挥优势,加快打造辐射西部、面向东南亚、南亚的特色型国际消费中心城市,集聚国际资源,拓展国际市场,形成“买全国、卖全国,买全球、卖全球”大市场。

三是完善产业协同开放体系。党的二十大报告强调,建设现代化产业体系,坚持把发展经济的着力点放在实体经济上。重庆将加大制造业扩大开放力度,引进、培育壮大领军企业和“链主”企业,推动传统产业转型升级和战略性新兴产业发展壮大,推动“重庆造”产品出口,全力维护产业链供应链安全稳定。扩大服务业开放水平,加大金融服务、文化旅游、现代物流等开放力度,加快建设服务外包示范城市,开展国家文化服务出口基地创建,积极争取网络游戏属地审核试点。深度挖掘农业开放潜力,培育壮大一批农产品出口示范基地、示范企业。



评论

欧洲缘何倾心中国“取暖神器”?

□ 本报记者 魏 桥

近来,中国生产的电热毯、电暖器、暖手袋、空气源热泵等各种取暖设备需求大增,产品远销欧洲,成为欧洲消费者的过冬“神器”。

这些“取暖神器”海外需求的火爆,从主观上看,因受欧洲能源危机等影响,欧洲等国天然气价格上涨和供应短缺进一步推动了欧洲市场需求的飙升;从客观上看,这并非偶然,也源自中国制造在不断创新中厚积薄发的实力积累。

加足马力满足欧洲订单需求,充分展现了中国产业链供应链的完备和稳定。按照国民经济统计分类,中国制造

业有31个大类、179个中类和609个小类,是全球产业门类最齐全、产业体系最完整的国家。浙江省慈溪市作为中国取暖器生产基地之一,出口量占全国三成,且产业集群发展的协同优势凸显;在当地生产一台取暖器,无论是开关还是暖气片,都可以在当地找到货源。与此同时,企业产业链韧性亦不断显现:承接大量突如其来的海外订单,相关企业加班加点赶制订单,确保产品能够及时发货。

海外需求的爆发式增长也离不开中国制造的“成功”“出圈”。在最新发布的世界500强企业榜单中,中国工业领域企业有73家入围,比2012年增加28家。产业创新是许多制造类企业以量

的积累实现质的飞跃的制胜“法宝”。“出圈”海外的“取暖神器”,不仅在功能上更加齐全,兼具语音、定时、防霜冻等功能,有的还可以进行无线连接操作;在安全性细节的设计上更加周到,能确保相关产品在快速升温的同时保障塑料等配件的安全稳定。此外,不少企业近年来不断在数字化、自动化制造技术方面加大投入,在提高自身生产效率的同时也推动着中国制造持续转型升级,赢得国际市场的认可。

“取暖神器”能如期到达欧洲消费者手中,“一带一路”上飞驰的“钢铁驼队”发挥的作用亦至关重要。作为与西亚及欧洲各国贸易及物资运输的重要渠道,中欧班列因其实行分段运输,不

涉及人员检疫的独特优势,成为新冠肺炎疫情防控期间保障中欧贸易往来的重要物流通道。在“世界小商品之都”义乌,从这里发出的各类取暖产品搭载“义新欧”班列,与其他商品一起陆续抵达欧洲国家。

党的二十大报告明确提出,“坚持把发展经济的着力点放在实体经济上”“推动制造业高端化、智能化、绿色化发展”,为中国推进制造业高质量发展指明了方向。要让更多类似“取暖神器”的中国制造产品走俏海外,需要更多中国企业在技术研发和创新水平上久久为功,着力破解制造业部分关键环节“卡脖子”的技术难关,加速从“中国制造”向“中国创造”迈进。

10月份PMI有所回落

经济恢复发展基础需进一步稳固

□ 本报记者 魏 桥

10月31日,国家统计局服务业调查中心和中国物流与采购联合会发布的中国采购经理指数(PMI)显示,10月份制造业PMI、非制造业商务活动指数和综合PMI产出指数分别为49.2%、48.7%和49.0%,分别比9月下降0.9、1.9和1.9个百分点。

国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河在解读数据时表示,10月份,受国内疫情多发散发等影响,中国采购经理指数有所回落,中国经济恢复发展基础需进一步稳固。

制造业景气面总体稳定

从分类指数看,构成制造业PMI的5个分类指数(生产指数、新订单指数、原材料库存指数、从业人员指数、供应商配送时间指数)均低于临界点。

不过,从整体看,赵庆河表示,10月份,接受调查的制造业21个行业中,有11个位于扩张区间,制造业景气面总体稳定。这主要体现在,一方面,生产经营活动预期指数为52.6%,位于景气区间,制造业恢复发展预期总体稳定。接受调查的21个行业中,有13个生产经营活动预期指数高于临界点,其中农副食品加工业、铁路船舶航空航天设备、电气机械器材等行业生产经营活动预期指数持续位于58.0%以上较高景气区间,企业对近期市场发展信心相对较强。

另一方面,大型企业PMI为50.1%,比9月下降1.0个百分点,继续保持扩张。其中,生产指数为51.3%,连续6个月高于临界点,大型企业生产持续增长。

此外,赵庆河提到,调查结果还显示,10月高耗能行业中反映市场需求不足的企业比重为56.7%,高于总体3.9个百分点;高耗能行业PMI为48.8%,低于9月1.8个百分点,降至收缩区间,是制造业景气回落的主要原因之一。

“10月份制造业PMI比9月略有下降,主要原因在于当月国内多地疫情出现反弹,对制造业的产需造成了一定负面影响。”星图金融研究院高级研究员付一夫在接受国际商报记者采访时表示,从结构上看,大型企业保持了扩张态势,并且多数行业仍处于景气区间。不过中小企业生产经营压力有所加大,中、小型企业PMI分别为48.9%和48.2%,分别比9月下降0.8和0.1个百分点,继续位于临界点以下。

服务业恢复态势放缓

数据显示,10月份建筑业商务活动指数为58.2%,比9月下降2.0个百分点,仍位于

较高景气区间;服务业商务活动指数为47.0%,比9月下降1.9个百分点。

赵庆河分析称,10月份,国内疫情点多面广频发,服务业景气水平有所回落。从行业情况看,零售、道路运输、航空运输、住宿、餐饮、租赁及商务服务等接触性聚集性服务行业商务活动指数低位回落,业务总量下降;电信广播电视及卫星传输服务、货币金融服务等行业商务活动指数继续高于55.0%,业务总量保持较快增长。从市场预期看,业务活动预期指数为56.7%,高于9月0.6个百分点,其中邮政、互联网软件及信息技术服务等行业受“双11”促销活动临近等因素带动,业务活动预期指数均位于60.0%以上高位景气区间,企业预期向好。

此外,赵庆河说,建筑业中,土木工程建筑业商务活动指数为60.8%,连续两个月位于高位景气区间,表明工程建设施工进度稳步推进,行业生产活动扩张加快。从市场预期看,业务活动预期指数为64.2%,为近期高

点,建筑业企业对行业发展乐观度有所提升。

“非制造业恢复态势有所放缓,主要原因在于10月疫情多地散发,致使相关接触性聚集性服务行业商务活动指数均出现低位回落。不过相关生产性服务业领域表现依然活跃,且建筑业也处在景气区间,延续了较好的恢复势头。”付一夫解读道。

付一夫表示,当前,疫情的反复依然是制约制造业和生活性服务业稳定增长的重要因素。为此,需要更加高效、科学地统筹疫情防控与经济社会发展之间的关系,精准施策,破难点疏堵点,从而确保各行各业的稳定运行与消费市场的畅通循环,尽可能地降低疫情反复带来的扰动。

“另外,‘双11’临近,消费市场即将迎来一波集中增长,对服务业来说具有积极影响。”在付一夫看来,届时非制造业PMI有望得到回升,不排除重回扩张区间的可能。