推动经济运行整体好转

台州第一批出海“抢订单”的企业回来了,又有一批外贸企业飞往迪拜

出海“抢单团”抢回了什么?

■通讯员陈轶男

随着德国杜塞尔多夫塑料橡胶展、世界制药原料展览会法兰克福展、米兰国际摩托车展等展会落幕,一批敢为人先出海“抢订单”的台州企业也陆续回来了。

出海“抢订单”成果如何?笔者与这些企业高层聊了聊,发现他们不仅带回了“真金白银”的订单,更有一手的新消息、新思路和未来发展新规划。

带回新订单,“把脉”市场新动向

展会,是外贸企业接订单、联络客户的“重要窗口”。这扇窗打开,收获自然就来了。

今年10月中旬,该市组织了22家企业、39人参加德国杜塞尔多夫塑料橡胶展,这是世界塑料、橡胶工业展中规模最大的国际展览会。11月初,该市又组织了18家企业、95人参加世界制药原料展览会……

“已经3年没有去欧洲参展了,第一天就有40多位意向客户。”浙江海正药业股份有限公司的营销中心总经理顾钦介绍,公司此行收到的意向订单超1000万元。眼下,这些订单已在陆续投产。

台州市汇源模具有限公司同样收获满满。随飞机抵达德国的第二天,销售经理张圆就已计划好了外出路线,拜访3年未见的老客户。“线上沟通再频繁,也抵不过一次见面。”张圆说。

订单背后藏着市场变化。启程时,张圆一行人的行李箱满满当当,其中包括一批模具样品。她此行的一个重要目的就是探市场。

几天下来,张圆明显感觉到欧洲市场对产品的需求在变,“大家更倾向于选购环保、可回收的产品,这意味着,我们以后得提升生产技术、精度,不断减少耗材和浪费。”转型或许伴随阵痛,但张圆等人坦然接受,市场风向变了,企业也必须得跟着改变。

顾钦也灵敏地“嗅”到了一丝变化。“展会上,我们留意到美国一些企业考虑到成本和人力因素,已将部分市场转移到东南亚地区,往后我们会抓住变化中的新机会。”

此前,海正药业主要专注于仿制药市场,这次接触了一些创新药公司以后,或考虑通过CMO(合同加工外包)的形式拓展新合作。

带回新规划,探寻发展新方向

如果说疫情以来,政府各类补贴政策是“授人以鱼”,那么组团出海,就是“授人以渔”,帮助企业明确发展方向。

前几次,台州都将目的地选在欧洲,因为欧洲市场是最重要的海外市场之一。同时,台州着眼的不仅仅是明年,更是长远的未来。

“不仅抢到订单,同时我们还明确了今后发展方向。”采访中,西格迈股份有限公司副总裁蒋欣洋如是说。出了趟远门,他们预计拿回3000万美元的订单,同时明确了投资300万美元租赁场地设立海外仓。

据介绍,西格迈是国内知名的汽车配件减震器产品生产商,今年前11个月,公司外贸同比增长94%。而这次出海抢到大量订单,让公司上下对企业发展的信心更足了。“通过展会面对面交流,我们也随之制订了2023年整个战略合作计划。”蒋欣洋说,2023年,通过新厂房的建立和新产线的完成、投产,公司或将迎来新一轮强劲的增长势头。

在国外的27天时间里,浙江创台车业有限公司外贸主管李智敏摸准了市场变化趋势。“欧洲乃至南美等市场大有可为,人们对摩托车尤其是新能源系列的需求日益高涨。”此行他们共接洽40多位新老客户,获得价值600万美金的订单。

近段时间,该公司生产车间里,工人们正紧锣密鼓地将一批大排量摩托车装车,准备出口西班牙。“这批摩托车共100多辆,装满4个集装箱,价值100多万元。”李智敏笑着说。公司新投入更多的资金用于研发新款个性化摩托车、新能源摩托车和配件产品,争取明年获得更多的外贸订单。

赶赴新展会,期待“满载而归”

近日,16家企业、27人飞往迪拜,参加2022年中国(阿联酋)国际贸易博览会。当飞机降落,企业忙着抢订单、探市场,商务部门工作人员则需马不停蹄地收集信息、牵线搭桥,帮企业拓市场。

台州爱普斯工艺礼品股份有限公司总经理倪婷随团开启“迪拜之旅”。近两日,她和团队正在做最后的产品清单确认,同时紧急补充了一箱样品,空运寄往展会会馆。

“不好意思,一直在忙。”“希望一切顺利。”从下午等到晚上,笔者才收到倪婷回信。

电话那头,倪婷说话语速稍快,但条理清晰。“加上此前海运过去100多件样品,现在参展样品总数达200件。我们希望能全面向客户展示设计和生产实力。为吸引那些素未谋面的新客户眼球,我们又紧急挑选了多款不同元素、风格的产品。”除了空运,她们打算往随身携带的行李箱里也塞一些。

多年经商经验告诉她,准备越充分,拿下订单的可能性就越大。

12月14日晚上8时,倪婷等人接到取消登机前48小时核酸阴性的要求,拓市场、拿订单的信心又增了一分。

“落地迪拜后,会有会展公司带队,我们统一搭乘大巴往返酒店与会展中心。”倪婷说,除了带上商务部门发放的防疫包,她自己还准备了一些消炎、止痛、退烧药品,期待能顺利扛过这次“大考”。

嘉兴“百团万企”抢订单团组集结出征

为新年开门红、全年稳“飞”起来抢订单

■通讯员郑小梅、沈婷、杨文婕

近日凌晨,一个由36家桐乡企业组成的抢单团坐上大巴赶往机场,飞往迪拜参加2022中国(阿联酋)国际贸易博览会。

不仅是桐乡,平湖、海宁、海盐等地的“双抢”团组也正在集结、即将出征,为新年开门红、全年稳“飞”起来抢订单。

开拓新蓝海

此次桐乡企业组团“出海”参展,是近3年来桐乡首次组团赴境外开展拓市场活动。“这个团组也是桐乡目前规模最大的境外参展团组。”桐乡市商务局外贸外经科科长张向亮说。

此次国际贸易博览会展期为12月19日至21日。包括桐昆集团、新凤鸣集团、同辉纺织等知名企业在内,桐乡参展企业36家,展位55个。在这个国际大展上,桐乡将整体推出“桐乡智能商品展”特装形象,展出包括纺织品、五金、建材、汽配、医药等产品,通过抱团参展打响“桐乡智造”品牌。

张向亮告诉笔者,作为一次由政府牵头的抢订单、拓市场活动,团组筹划早、推进快,“我们与展会筹办方充分沟通,为桐乡企业尽力争取优势资源。”

组团参展信息发布后也得到了桐乡企业的热烈响应。“一般国际展会桐乡企业参展数在十几家,这次一下就有30多家企业报名,我们都有点意外。”张向亮说。

为了让外贸企业放心走出国门,桐乡专门出台了专项政策,对企业出境参展机票、展位费和保费予以一定补贴,还提供了商务包舱等全方位服务。

企业对迪拜展的热度也从一个侧面表明中东市场正在成为桐乡外贸的新蓝海。张向亮说,从统计数据来看,桐乡对中东、非洲等新兴市场的出口增长速度加快,比重也在快速扩大,而迪拜正好能够辐射中东和非洲。

浙江新铭龙经编织物有限公司销售副总经理钱晓燕说:“我们特意提前做了市场调研,发现中东市场对于抗菌类纺织品很感兴趣,为此,我们精心挑选出60多组沙发、窗帘面料,装满了整整一个航空箱。”据介绍,新铭龙以往出口市场以欧洲和东南亚为主,随着国际市场需求调整,企业也在调整发展方向,开拓新市场。钱晓燕也表示,3年时间没出去了,这次正好能实地做一番市场调研,了解客户需求,拓展更多资源。

集结“走出去”

从12月4日嘉兴发出“百团万企”外贸“双抢”首发团以来,嘉兴“双抢”大赛“开赛即高潮”。

在刚刚结束的日本东京AFF展上,嘉兴团组拿到的意向订单预计拉动明年一季度全市纺织服装行业出口增长超过5个百分点;在法国举办的欧洲健康和天然食品与配料展上,平湖的浙江上方生物科技有限公司狂揽3000万元意向订单。正如刚刚结束欧洲之行的嘉兴市商务局局长张月琴所言:“市场的需求是双向的,我们需要市场,市场也需要我们。”

在嘉兴“双抢”首战告捷斩获颇丰的示范带动下,眼下“抢订单”的嘉兴外贸军团正在集结、蓄势待发。明年1月10日至13日举办的法兰克福国际家用及商用纺织品展览会上,仅海宁就有41家企业报名参展。

而在该市商务局提供的2023年出境“双抢”团组计划统计表上可以看到,明年1月举办的香港玩具展览会、法兰克福国际家用及商用纺织品展览会,明年2月举办的香港国际皮毛时装博览会、德国科隆亚太采购交易会,明年3月在孟加拉国、罗马尼亚、韩国、德国、越南等国举办的各类专业展会,甚至明年4月在日本、德国、法国、东南亚各国举办的各类展会,都已经排进嘉兴各县(市、区)的“双抢”行程计划表。

回来了,熟悉的展会回来了!出征,嘉兴“百团万企”抢订单团组“集结”出征!

张月琴表示,现阶段采取政府带队、政府牵头等方式开展“百团万企”行动,带领广大外贸企业“走出去”,就是为了帮助企业巩固客户、提振信心,通过发挥政府引导作用,帮助企业积极布局海外市场、走国际化发展道路,“这其中,我们特别关注中小企业,因为相对而言中小企业的生存能力更弱,更需要我们的帮助。广大中小企业稳了,经济就稳了。”

我与企业共成长

“五双鞋”的故事

■蔡发荣

前不久,一场别开生面的“云直播”在康奈集团有限公司举行。我作为温州市鹿城区民企新闻发言人、康奈集团党委书记,带领鹿城区海外传播官阿珂莫(Akmai)一同走进企业体验馆展厅,向直播间里来自12个国家的7万多名观众分享了康奈“五双鞋”的故事。

第一双是“质量鞋”。1980年,康奈集团创始人郑秀康下海学做鞋,他对质量的要求非常高,率先在自己的鞋盒上标上厂址,还留下能联系上他的联系方式。他说,用这种方式可以让客户找到自己,他可以对鞋的质量负全部责任。而这,也成了康奈始终追求高质量高标准精神的起源。

第二双是“诚信鞋”。1987年,一场“火烧温州鞋”事件,城门失火,殃及池鱼,让郑秀康触动极深。他将企业更名为“长城鞋业公司”,寓意打造质量和信誉的“长城”,并注册“康奈”商标,以昂首挺胸的人头像为标识,寓意“抬起头诚信做人,埋下头认真做事”“健康发展,其奈我何”,立志为温州鞋企找回诚信。

第三双鞋是“品牌鞋”。1993年,已经实现机械化生产的康奈制作出了欧版大利莱皮鞋,这款布洛克风格的高档皮鞋,在当时卖到了400元人民币,被誉为“新郎鞋”。康奈也因此一举荣获“十大鞋业大王”称号,康奈品牌从此在全国打响,为温州质量品牌立市打响了第一炮,温州鞋业也从此“正名”。1999年,康奈再进一步,获得了中国驰名商标称号。

第四双鞋是“舒适鞋”。随着人民生活水平的提高,大家对皮鞋的舒适度体验也提高。康奈与英国SATRA合作,开展舒适度研究,建立国内首个舒适度研究实验室。现在,康奈打造了“国民舒适好鞋”,推出了可以跑步的商务鞋、走路不累的高跟鞋和一路潮前的云朵鞋。

第五双鞋是“高档鞋”。2012年,公司启动康奈世家品牌战略,打造国人自己的高端品牌,并开展高端定制业务。目前,康奈车间正在生产一个国际著名品牌的产品,我们和这个客户合作十多年了。今年,康奈的外贸出口增长了30%。

从这“五双鞋”的故事中,我们可以看到康奈集团从追求质量,到打造品牌,到转型为智能制造产业的不断追求成长的历程。这“五双鞋”的故事,也一直鞭策、激励着我们康奈人踔厉奋发、笃行不怠,与企业共同成长,一起向打造全球第一舒适鞋履品牌公司的奋斗目标迈进。

持续创新抢占市场话语权

这个“力争全球第一”的车间不简单

■单冠定

它,人均创利在公司名列前茅;它,用孜孜不倦的精耕细作抢占龙头产品70%以上的国内市场话语权。它便是位于东阳横店的普洛药业股份有限公司下属普洛得邦制药二车间。

走进普洛得邦制药厂区,一排排洁净明亮的厂房在绿意葱茏的点缀下,显得朝气蓬勃,颇有花园式工厂的味道。厂区里建筑、管道井井有条,二车间占了其中4幢,近1万平方米。

若是初来,一定不会想到,二车间已经在这里经营了15个年头。被同事们亲切地称呼为“老柯”的车间主任柯昌耀介绍,目前车间有员工95人,大部分是工作10年以上的老员工,设8个班组,主要生产原料药和中间体。

车间成立以来,整个团队不仅凭借奋斗博得了市场份额,还拿到了“国家火炬计划产业化示范项目”等荣誉。“让领导放心、让员工舒心、让家人安心,是我们车间文化建设的初衷。”老柯说。

这个车间不简单。

步入二车间,几名员工正在各自负责的工段忙碌着,查看反应状态、记录数据,一切有条不紊。6S管理、目视化管理的看板皆已上墙,反应釜等设备上的作业指导提示一目了然。

医药关乎人们的生命健康,这就要求生产车间对生产全过程的质量和安全有绝对的管控能力。据统计,二车间今年迎接各类检查达88次。对老柯来说,安全底线必须牢牢守住,“二车间保持了十余年零事故。”

当然,要成为公司里的“优等生”,仅靠这些还远远不够。得邦制药二车间的“杀手锏”来自于其的创新基因——善于内部挖潜、不断迭代。AP004、AP006等几个优势项目在保证质量领先的前提下,市场做到国内第一,这和十数年如一日的持续创新、持续改进有关。

以AP004原料药项目为例,从2008年项目通过GMP认证正式投产,到2021年,建成第三条生产线,产能持续扩张,还是供不应求。于是,老柯带着车间管理团队配合公司技术团队琢磨如何改进工艺。经过刻苦攻关,成果出来了:开创出一项“独门绝技”,使产能大幅增长,大幅降本增效,产品质量和收率双双得到明显提升。另一个项目AP005产品满足了某国际知名医药企业对生产工艺的严苛要求,通过了FDA认证,二车间成为该客户全球唯一供应商。二车间还营造了全员积极提供合理化建议的氛围,车间文化墙上的作业指导书里详细地写明了改进后的操作步骤。“废水灭活-吹脱”等环保预处理工艺、密闭抽料器改进、增添精密过滤器等精益求精的做法,无不闪现着二车间团队智慧的光芒。

老柯笑着说,二车间要在普洛药业“强科技研发、高标准合规、低成本制造”这一发展理念的指引下,积极培养新形势下的高科技人才,大力提升自动化生产装备,真正“做精原料”,“我们现在有个新的目标,AP004原料药项目要建第四条生产线,力争从国内第一做到全球第一。”

享惠红利持续释放

义乌小商品“掘金”RCEP国家

■记者张浩呈 通讯员方建明

《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)生效实施已满3个季度,首年关税为零的产品达到2034种,对义乌小商品“掘金”RCEP国家的促进作用已初步显现。今年1-11月,义乌共签发RCEP优惠原产地证5076份,签发总金额9713.05万美金,累计减免关税超677万元。

关税减免“省钱”

原产地签证作为自由贸易协定的主要实施手段,可以带来一定程度的关税减免,在服务中国商品“走出去”的过程中,作用特殊,地位重要。

“有了RCEP原产地证书,公司出口日本的袜子可享受到0.8%的关税减让,产品在国际市场的竞争力有了进一步提升。”浙江梦娜袜业股份有限公司外贸负责人董翠卿说。浙江梦娜袜业股份有限公司作为国内生产规模前列的袜类企业,前11月公司已成功申请了307票RCEP原产地证书,享惠货值超286万元。

义乌市韵丰进出口有限公司每年采购鞋帽、玩具、工艺品等义乌小商品销往世界各地。“像我们出口到日本的塑料文具盒,有了RCEP以后税率从4.8%降到了3.9%,产品出口竞争力大大提升。”义乌市韵丰进出口有限公司单证员毛金玲介绍。今年1-11月,韵丰公司成功申领RCEP证书294份,货值超1308万美元,节省关税成本约91万元。

背对背原产地证明“省事”

RCEP背对背原产地证明也为企业提供了全新贸易思路。2022年2月21日,义乌海关为一批原产于日本的清酒成功签发了RCEP(《区域全面经济伙伴关系协定》)背对背原产地证书,凭借该份RCEP背对背证书,义乌市容兴进出口有限公司的这批清酒成功在新加坡清关。这是浙江省签发的首份RCEP背对背原产地证书。

背对背原产地证明是RCEP的一大亮点。义乌市容兴进出口有限公司的这批清酒运抵义乌后,在保税区经过短暂的存储,加贴标签再与义乌小商品一同拼柜转口至新加坡。若按传统的自贸协定原产地规则,这批货物会因为不符合直接运输规则,从而无法享受到自贸协定下的优惠。现在,根据RCEP原产地规则,海关可以依据货物原始的原产地证明,签发背对背原产地证书再证明货物在我国并没有进行实质性加工,货物依然保持原先的原产资格,在成员国内仍能享受关税优惠。

自助打印“省时间”

自RCEP正式实施以来,义乌海关和义乌市贸促会迅速行动,通过线下培训+线上“云”课堂、“三服务”上门、制发RCEP享惠指南等方式对辖区企业提供RCEP政策运用精准指导,着力解决企业不会用、用不好协定优惠政策问题,助力企业降本增效。截至目前已开展RCEP在线培训35余场次,覆盖企业超3000家。

同时,海关部门大力推广原产地证书“智能审核+自助打印”,实现原产地证书办理全流程电子化。企业只要配备一台彩色打印机,就能通过国际贸易“单一窗口”网上办事平台即时申请、即时审核、即时打印,实现签证“零接触”“跑零次”。目前,义乌辖区内88%的原产地证书已实现自助打印方式签发,最快1分钟即可完成证书打印,大大降低了企业的时间成本。

义乌“8·2”疫情期间,部分外贸从业人员无法现场办理业务。得益于“智能审核+自助打印”模式的推广,有效对冲了疫情造成的影响。“疫情期间我们每周打印中韩自贸协定原产地证约400到500份,可享受相关关税减让,业务不降反增。”义乌森雅进出口有限公司单证员吴根花介绍。