

2019中国外贸百强城市前五位的上半年进出口额排行			
排名	城市名	2020上半年进出口额(亿元)	进出口增速
1	上海	16000	0.10%
2	深圳	13400	-0.50%
3	北京	11400	-18.70%
4	苏州	10000	-0.80%
5	东莞	6683.4	-11.50%
6	宁波	4307.5	0.80%
7	广州	4253.6	-7.10%
8	天津	3138.9	0.10%
9	厦门	3081.3	3.90%
10	青岛	2961.4	1.00%
11	无锡	2955.7%	11.80%
12	重庆	2759.2	1.50%
13	杭州	2611.7	0.60%
14	佛山	2016.6	-8.80%
15	郑州	1192.00	11.00%

上半年，宁波进出口额跃至全国第六

7月29日,《中国海关》杂志也发布了2019年中国外贸百强城市名单,宁波位居全国第八,排在深圳、上海、广州、东莞、厦门、苏州、珠海之后,“江湖地位”可见一斑。

其中,在全国外贸百强TOP15的城市中,宁波上半年进出口额4307.5亿元可排至第六,超过了广州。其日渐收窄至0.6%的降幅,仅次于转负为正的厦门、重庆、青岛和降幅0.5%的深圳,比全国高出2.6个百分点。

为什么宁波外贸能“跑赢大盘”?业内人士认为,这与宁波外贸的结构不无关系。

上半年,宁波外贸的“主力军”仍是进出口额占七成的民营企业,且一般贸易占比高达87.1%。相形之下,一些加工贸易、外资企业占比更高的沿海城市,恐怕更容易因疫情受到供给与需求侧的“双向挤压”。而宁波的民企无论是根据市场需求快速转产,还是苦练内功以跻身海外的核心供应商,都体现了更高的自主性与灵活性。

不过,对比全国和宁波的200强外贸企业,我们不难发现宁波外贸仍有很大的进步空间——

首先,宁波外贸前三甲中基、舜宇、台塑去年出口额均达200亿元,但在2019年全国的进口、出口200强榜单中,排名都在100位上下。诚然,全国榜单前十位不乏中石油、中石化等“国家队”和华为、富士康等“巨无霸”,似乎与宁波企业并无可比性,但某种意义上也说明宁波在培育龙头企业方面,仍有一定的提升空间。

再反观宁波进出口200强榜单的熟面孔,不难看出从事大宗商品进口、石油化工、家电制造、日用百货等领域的企业,正是支撑宁波外贸这艘“巨轮”的主力军。然而,具备更高核心竞争力的高新技术产品出口,去年仅占了全市出口额的8.9%,和同等出口规模城市比仍有不小的差距。

换言之,宁波不乏深耕细分领域的“小巨人”,但其在“微笑曲线”中所处的位置仅是中间制造环节,尚未站在附加值最高的“研发设计”与“品牌渠道”这两端。就拿疫情下崛起的自行车制造来说,它仍属于以OEM为主的劳动密集型行业,尽管眼下能凭规模效益取胜,但长此以往,势必会面临激烈的竞争甚至价格战的考验。

不过,这些短板正在被慢慢弥补。今年3月,宁波市出台了外贸实力效益工程实施办法,旨在通过退税、通关、信保、外汇、金融、商务等一系列服务,扶持培育一批外贸龙头企业,助力“种子选手”成长为“参天大树”。而无论是宁波市的“稳外贸新十条”还是宁波海关的“十零”举措,都在为企业的发展搭建良好的营商环境。

当然,企业自身的努力才是硬道理。今年上半年的外贸200强中,锦浪科技再度成为“黑马”,从榜单外一举跃升至112位。公司的业绩预告称,今年1-6月年度净利润同比增长239%-320%。其研发的组串式逆变器,是太阳能光伏发电系统中难以替代的核心设备。正是行业领先的技术,构筑了锦浪海外拓市坚实的护城河。

充满不确定的下半年依然充满挑战,我们期待今后的宁波外贸榜单,能涌现出更多站在微笑曲线两端的身影!

「宅经济」下，居家健身「疫」外崛起

今年二季度的外贸200强企业,进出口额占据了全市的50.1%。透过这些龙头企业的沉浮,我们能看出整个宁波外贸在疫情下的新趋势。其中最明显的,是健身用品、办公用品、防疫物资企业,因海外需求的变化而爆发式增长。

排名第147位的宁波泰茂车业有限公司,是这份榜单的“新面孔”。说起泰茂,恐怕大多数消费者并不熟悉,但它在全国自行车产量排名前三,更是生产全球不少迪士尼IP授权自行车的“幕后英雄”。今年4月,该公司销往海外主要市场的自行车货值高达8400万元。

“二季度自行车在欧美、澳洲等地特别畅销,在各大商超基本连库存都被一抢而空,堪比先前的囤积厕纸。我们老客户下单的需求量翻倍地增加,工厂也开足马力赶订单。我们只好不断招工,已经比平时增加了300人。”泰茂车业市场部业务经理宋福兴说。

宋福兴相信,自行车的爆红并非昙花一现。疫情下消费者日益重视健康,而作为户外健身工具的自行车制造,仍是一个“稳定却有前景”领域。

无独有偶,国内健身器材龙头企业——浙江力玄科技的名次,也从去年同期的158位直线上升至74位,进出口额同比增长近一倍!

目前,力玄的产能处于饱和状态,力争今年销售量突破20亿元。它的核心竞争力,不单单是贴牌制造组装,而是在跑步机、动感单车、皮划艇等健身器材品类的上百个细分品种,搭建了集设计、研发、焊接、装配、检测于一身的产业体系。

同样“疫”外崛起的,还有以口罩为代表的防疫物资和一批满足海外消费者居家工作生活场景的“宅经济”好物。大叶园林的家用园林设备、乐歌股份的智能升降桌、惠康集团的冷柜冰箱……都成了这些企业排名上升的基础。

今年1-6月,贝发集团股份有限公司的外贸额约为去年同期的两倍,跃升至全市第54位,而公司旗下“VANCH”品牌的口罩进入西班牙、意大利等国的政府采购名录,为公司的一季度业绩贡献了不少增量。针对疫情后外商对健康环保的需要,贝发还特意为主打的文具产品选择了抗菌、可降解的原材料,为适销对路打好有准备的仗。

在贝发集团董事长邱智铭看来,今后的宁波外贸需要从制造思维向用户思维转变,而公司也要实现从销售商品到销售模式的转型。6月网上广交会期间,贝发借助直播,获得加拿大政府为期五年、合计1.65亿美元的长期合约订单,还在探索新零售模式带动中小企业出海。