

兔年“开门红” 外贸人忙起来

记者探访青岛外贸企业 有的订单排到四月份 有的全员外出招聘操作工

作为拉动国民经济的三驾马车之一,出口在青岛城市发展中占据重要位置。2022年,青岛外贸进出口额达到9117.2亿元,实现了历史性突破,青岛正向着外贸万亿之城进发。在青岛外贸破浪前行的征途中,外贸企业是支撑其发展的中流砥柱。对于青岛大大小小的外贸企业而言,新的一年充满了机遇和挑战。青岛外贸企业都在忙些什么?是否有源源不断的订单?今年都有哪些打算?带着这些问题,记者走进青岛多家外贸企业,看看它们的新春故事。



青岛锦尚兴进出口有限公司工人正在赶制出口订单。

外贸企业满负荷运转

春节假期刚过,位于平度的青岛宏瑞特食品有限公司就开始全员忙碌起来。工人们在车间里加班加点分拣果干,装卸人员则把打包好的果脯制品装箱,等到集装箱货车前来发货,这些被打包好的果脯将被发往美国、泰国等地。为了保证订单能按时交付,公司只好招聘更多的车间操作工人,原先负责行政、业务、后勤等岗位的人员全部去了各大招聘会网罗人才。

疫情三年,部分外贸企业遭遇了订单的流失,但宏瑞特的外贸订单却不降反升,三年来每年的销售额都能保持40%左右的增长。青岛宏瑞特食品有限公司副总经理郭丹道出了其中的秘密,“一方面我们通过批量采购降低了生产成本,另外一方面我们又加大自主研发力度提升了产品的品质,这也使得我们的产品更具有市场竞争力。”

纺织服装是青岛的传统优势产业,同时也是青岛接单量最高的行业之一。青岛锦尚兴进出口有限公司是一家专业从事服装进出口的外贸企业,其客户主要集中在日本市场。青岛锦尚兴进出口有限公司总经理钟洁介绍,由于去年积压的订单比较多,今年工厂的生产排期已经到了四月份左右,目前公司各个岗位都在满负荷运转。

令钟洁感到欣慰的是,往年节后会出现的“用工荒”问题今年公司并没有遇到,工人的返岗率达到了90%,而往年只有40%—50%左右。订单方面,由于公司此前一直专注于日本市场,积累了众多长期合作客户,因此订单也较为稳定。

靠着一根绳子起家的青岛海丽雅集团有限公司节后也投入到紧张的生产中来。公司相关负责人介绍,安全应急方面订单与去年相比基本持平,经济强势复苏的表现还未特别凸显。特种绳缆的订单量同比增长10%。该负责人同时表示,随着公司发展的加快,公司需要补充高端营销和技术管理人才,订单量的增加也急需补充基层操作人员。

“出海”开拓更多新订单

订单是外贸企业发展的生命线。伴随着疫情防控形势的变化,走出去开拓市场抢订单成为众多青岛外贸企业今年的头等大事。过去三年,外贸企业主要通过阿里巴巴、亚马逊等跨境电商平台联系客户。今年,不少企业都拟定了出国计划。

宏瑞特食品的客户主要集中在美国、东南亚等区域,今年,公司制定计划希望能突破印度、俄罗斯、非洲这些新兴市场。郭丹介绍,今年公司会到这些目标市场的国家参加展会,积极拓展市场。在郭丹看来,随着公司产品生产成本的下降以及品质的提升,现在完全有底气进入这些全新的市场,希望今年能在这些新兴市场有所收获。



青岛海丽雅集团有限公司车间生产一片繁忙。



青岛宏瑞特食品有限公司厂区正在等待装入集装箱的货品。



青岛宏瑞特食品有限公司生产车间。

作为绳缆行业的龙头企业,海丽雅同样制定了外贸订单拓展计划。海丽雅集团相关负责人介绍,他们将“走出去”开拓国际市场,参加“2023年德国杜塞尔多夫工业安全及健康展览会”“2023年美国丹佛户外运动用品展览会 Outdoor”,使中国制造的应急救援装备在国际市场占有一席之地。另外,还将继续加大外贸平台的投入力度,提升企业品牌及产品的宣传推广。

练好内功谋求更大发展

在外贸企业纷纷出海寻求订单之际,青岛锦尚兴进出口有限公司却不走寻常路。对于公司总经理钟洁来说,2023年最重要的事情就是继续深挖公司的生产能力。青岛锦尚兴进出口有限公司深耕日本市场多年,主要以品牌代工为主,有着稳定的客户和订单。在钟洁看来,与其拓展更多的客户,不如先练好内功深挖一个客户。锦尚兴目前代工日本一个快时尚品牌中的单个品类的服装,在钟洁的构想中,未来可以拿下该品牌更多品类的服装生产订单,能把一个客户做深做好,在拓展其他新客户的时候也就更加得心应手。

近年来,伴随着人力、运输等各项成本的提升,不少国际知名服装品牌将生产环节转移到了东南亚,这也让钟洁感受到了一定的压力。即便如此,钟洁仍然对2023年充满信心。“全世界没有哪个国家有像中国这样完善的服装产业链和快速反应能力,对于这些国际服装品牌来说,它们不仅要求更低的成本,还要求更快的生产速度,中国制造在全球范围内依然具有较大优势。”

除了做精外贸订单,钟洁还将目光投向了内贸订单。“已经有一些国内服装品牌找到我们合作,希望能为它们代工生产,但我们还是希望能再多考察考察,找到一些优质的品牌合作。”钟洁说。

政府“组合拳”助企业抢订单

当前,青岛正朝着万亿外贸之城发起冲击,政府更是打出“组合拳”助企业出海抢订单。

近日,青岛市商务局发布《2023年青岛市走出去拓市场促招商抢订单工作方案》(以下简称《方案》)以及配套制定的《青岛市支持企业开拓国际市场的若干政策措施》(以下简称《政策》)正式出台,打出了以“青赴全球 出海招商”的“方案+政策”组合拳。

本次出台的《方案》是针对疫情防控措施调整后,围绕全市24条重点产业链,梳理出100家拟拜访境外企业招商引资目标库、84家拟拜访境外机构招商引资目标库、20个2023年重点组织的境外展会计划,以及50个2023年推荐的境外展会计划,与重点国别(地区)开展更大范围、更宽领域、更深层次开放合作。

观海新闻/青岛晚报 记者 李沛

■记者手记

为什么他们不愁订单?

疫情三年,外贸行业或多或少受到了一些影响,但依然有一批企业实现了逆势突围,无论是订单量还是销售额都不降反增。绝非运气好,也并不是偶然,这些企业都有着自己的独门秘籍。这些企业都做到了各自行业的最前端,或凭着自主研发的技术,或凭着有竞争力的价格,在激烈的市场竞争中屹立不倒。

在绳缆业,青岛海丽雅集团有限公司可谓大名鼎鼎,其生产的绳子曾创下四个“中国第一”。中国深度,绳缆可适用于海下8000米的深度;中国强度,绳缆的强度是同直径钢缆的2—5倍;中国温度,绳缆在-196℃至560℃的环境下不分解不熔化;中国精度,绳缆表皮与内芯的移滑度为零。

青岛宏瑞特食品有限公司是果脯行业的隐形冠军,其桃果脯、果丁产量占国内果干细分品类产量的34.6%,宏瑞特采取的生物酶制糖技术取代蔗糖技术,配合交替干燥技术,使得生产更加环保,提升生产效率的同时,大大缩短了高端果干的生产周期。

就像没有人能随随便便成功,也没有企业能随随便便获得订单,这些迎来“开门红”的外贸企业背后是几十年如一日的付出,2023已经到来,愿他们再创佳绩。