

起航“十四五” 中國家電行業大有可為

□ 本報記者 劉葉琳

2020年，中國電子家電行業經受住了新冠肺炎疫情與世界經濟萎縮的疊加沖擊，行業出口實現逆勢增長，展現出強勁的行業韌性和競爭力。作為中國製造、中國品牌、中國創造的重要組成部分，“十四五”期間在政策指導和專業機構的精確支持下，中國家電企業將繼續發揮優勢，積極深耕國際市場不停步。

家電出口成績斐然

2020年是“十三五”規劃收官之年，在這不平凡的一年，“家電行業的一批頭部企業和細分產品的一批”隱形冠軍積極調整、主動作為，在全球市場的份額和國際競爭力獲得穩步提升”。日前在第八屆中國電子家電企業國際化高峰論壇暨2020年中國電子家電出口百強發布儀式上，中國機電產品進出口商會會長張鈺晶表示，中國家電行業表現出充分的底氣和韌勁，這也詮釋了中國的制度優勢和產業鏈、供應鏈的效率優勢。

數據顯示，

2020年前11個月中國機電產品出口額實現了5.4%的增幅和連續8個月的同比增長，家電行業出口更是取得了增長22.2%的業績。日前，中國機電產品進出口商會發布了2020年中國電子家電出口百強企業名單，該名單的發布既是对“十三五”期間電子家電行業企業所取得成就的總結，也有助於增強企業面對國際市場複雜環境的信心，鼓勵企業在“十四五”期間繼續創新發展、深耕國際市場。

“十三五”期間，中國家電企業抓住世界家電品牌格局變革的有利時機，通過本地化經營、海外併購等舉措，加快全球化經營布局，在海外自主品牌建設方面成績斐然，海爾、海信、美的、格力等十家企業榮膺中國十大家電自主品牌出口企業。

在中國家電出口穩步增長的背後，少不了中國信保的大力支持。中國出口信用保險公司副總經理查衛民介紹，“2020年在支持電子家電行業出口

方面，（信保）及時出臺各種積極政策以幫助企業應對疫情沖擊，前11個月中國信保累計支持企業出口699.7億美元，業務涉及美國、印度、巴西等170多個國家和地區”。

另外，在中國出口企業擴大融資方面，2020年，中國信保為抗击疫情積極出臺十條專項23條意見等階段性超常規舉措。截至2020年11月末，中國信保累計實現承保金額6310.1億美元，增長15.4%，服務支持客戶14.5萬家，增長26%，向企業支付賠款15.6億美元，增長38.7%，幫助企業獲得保單融資支持1766.8億元，增長34.8%。

深耕國際化肩負重任

中國電子家電行業是中國最具國際競爭力的代表性行業，通過積極參與國際合作和深耕國際市場不斷成長壯大，是全球化受益者和堅定維護者。業界人士普遍認為，“十四五”期間，在推動構建以國內大循環為主體，國內國際雙循環相互促進的新發展格局過程中，電子家電行業肩負重任、大有可為。

2021年是“十四五”規劃開局之年，張鈺晶認為，中國電子家電企業要在新的戰略機遇期深刻認識錯綜複雜的國際環境帶來的新矛盾和新挑戰，增強國際市場營銷的機遇意識。要創新經營思路和商業模式，充分利用并打通

國內、國際兩個市場、兩種資源，保持深耕國際化的戰略定力，開展務實靈活、多樣性的國際合作。要实现國際化業務細分管理，優化國際產能布局，加快品牌國際營銷建設，加強行業交流與信息共享。而中國機電產品進出口商會也將繼續致力於服務會員企業國際化、搭建高質量的行業交流和促進平台，拓展更多渠道、整合更多優質資源，對接會員企業國際化的多方面需求，提供更多優質高效的精確服務。

在新冠疫情威脅尚未消除，世界經濟發展仍面臨諸多挑戰的背景之下，家電行業開展對外貿易與投資仍面臨着國際市場需求萎縮，世界主要經濟體間貿易摩擦加劇，產業鏈、供應鏈循環受阻等各類風險，企業需要提高警覺妥善應對。

為助推行業高質量發展有效服務國家戰略，精確支持企業發展，查衛民表示，2021年中國信保除了從承保信用供給、業務運行效率、信息諮詢服務等方面為企業提供全方位的支持，還將與電子家電企業一道加強對市場研究力度，在鞏固傳統市場的同時積極開拓多元化市場。同時不斷創新營銷模式，加大對跨境電商和海外倉等模式的研究，不斷拓寬銷售渠道，創新銷售模式。中國電子家電行業的發展离不开政府的政策指導和專業機構的精確支持，中國信保將與電子家電企業一道順勢而為，用好用活國家政策和金融工具，在信用風險防範、貿易融資促進等方面發揮更大作用。

冲破疫情 家電企業出海各有妙招

□ 本報記者 劉葉琳

近年來，中國電子家電企業運用各種獨特的營銷方式將產品出口到世界各地，在海外市場上乘风破浪不斷前進。

“雙輪”驅動開拓國際市場

2019年美的集團銷售額為2794億元，其中42%的收入來自於海外市場。在海外布局方面，美的集團的法宝就是“雙輪”驅動，即代工業務和自主品牌雙向發展。

目前，美的集團在海外擁有17個製造基地。據美的集團國際副總裁趙文心介紹，即便是在2020年受疫情沖擊的情況下，美的集團也在海外不斷進行投資，一方面在現有基地里擴能

以及增加新品類，另一方面則是建立新的製造基地，美的集團第18個海外製造基地就在非洲建立。

2020年美的集團自主品牌業務比重提升到40%。趙文心表示，未來幾年，美的集團將進一步開拓海外市場，堅持科技引領和投入，堅持按照中國供全球以及區域供區域的思路來布局整體的鏈條，加快整個產業布局，和全球化、本地化的經營布局。

品牌“走出去”挖掘全球機遇

“十三五”期間，廣東萬和新電器股份有限公司在開拓全球市場、高品質發展轉型方面取得了可喜的成績，萬和廚具規模從13億元增長至26億元，業務覆蓋全世界90多個國家。在烤爐、熱水器等多個產品品類上與世界知名品牌建立合作關係，憑著扎實的製造功能和優秀的產品研發創新能力，在歐美等發達地區占據了一席之地，再次證明中

國製造不僅僅物美價廉，而且還具有技術領先、服務優秀、品質過硬的特征。

在廣東萬和新電器股份有限公司副總裁楊頌文看來，卓越的製造能力是萬和全球化的立足之本，高效穩定的製造後台正在成為萬和國際化的堅實後盾，為萬和的國際化進程提供源源不斷的动力。萬和將堅持不懈地提升自身製造能力和生產效率。在雙循環的大背景下，萬和秉持“走出去”“引進來”的基本理念，有序推進企業的全球化進程。楊頌文認為，萬和的全球化戰略任重道遠，萬和“走出去”將不僅僅是產品、設計、研發、製造、銷售、物流等各個環節和系統都是“走出去”的載體。

海外渠道加速向線上轉型

在國際化戰略不斷推進過程中海爾建立了遍布全球的网络。據海爾海外電器產業有限公司副總裁張慶福介紹，堅持“自主創牌”和“三位一體”的本

土化策略，海爾在全球擁有25個工業園，其中12個在海外；有122個製造中心，其中54個在海外；有108個營銷中心，其中66個在國外，海爾在全球擁有14萬個以上的銷售網絡。

然而，2020年海爾最重要的一件事却是加速海外渠道轉型。各區域基於自身市場特點，通過拓展主流渠道、建設自有網絡、發力電商渠道、加強前置渠道布局等舉措，全面優化渠道結構、提升網絡覆蓋率。據悉，新冠肺炎疫情影響下，線上渠道成為拓展重點，通過不斷強化電商平台品牌旗艦店建設和用戶交互體驗，帶動線上銷售高效轉化。

新冠肺炎疫情下，海爾聚焦全球消費者社交行為的變化和機會，迅速推進數字化營銷轉線上，通過電商平台直播、短視頻營銷和體驗云眾播，成功圈粉、積累品牌口碑，真正實現產業的全球聯動、全球發聲和全球引爆。

邁好第一步 見到新氣象

服務外包高質量發展之路怎么走？

□ 李西林

服務外包產業是現代高端服務業的重要組成部分，具有數字化水平高、國際化水平高、吸納就業能力強等特點，在國民經濟和社會發展中具有重要戰略地位。

近年來，在高速增長、量質並舉兩階段發展基礎上，服務外包產業開啓轉型升級新局面，新冠肺炎疫情下展現了極強的發展韌性和活力，為新階段服務外包高質量發展奠定更加堅實的基础。

商務部發布的數據顯示，今年以來，我國服務外包產業實現了兩位數的逆勢增長，1-11月，我國企業承接服務外包合同額12977.9億元，執行額9226億元，同比分別增長12.9%和16.4%，在穩外貿、穩外資和穩就業方面發揮了重要作用。

在新發展階段下，服務外包高質量發展之路该怎么走？筆者認為基本思路是：加快推進服務外包轉型升級，鞏固離岸服務外包作為知識密集型服務出口主渠道地位，提升高技術含量、高附加值的數字化業務比重，強化在產業鏈、價值鏈中的固鏈補鏈強鏈控鏈作用，優化布局服務外包示範城市，建設具有全球影響力和競爭力的服務外包接包中心，進一步將服務外包發展成為打造“中國服務”和“中國製造”品牌的核心競爭優勢，助力形成以國內大循環為主體、國內國際雙循環相互促進的新發展格局。

具體而言，一是以數字化轉型培育提升競爭新優勢。突出創新的核心地位，推動雲計算、基礎軟件、集成電路設計、區塊鏈等信息技術研發和應用納入國家科技計劃支持範圍，夯實轉型升級的技術支撐。大力培育以

數字技術為支撐、以高端服務為先導的“服務+”新業態新模式，加速數字化轉型步伐。推動領軍型企業提升對價值鏈、供應鏈、服務鏈掌控能力，支持有條件的企業建設全球服務交付中心，帶動中小企業融入全球分工體系。積極參與國際服務外包標準體系和全球數字貿易規則制定，鼓勵向“一帶一路”相關國家和地區市場發包，帶動中國技術和標準“走出去”，加快提升服務外包產業競爭力。

二是以需求側政策創新加快拓展在岸市場空間。鼓勵企業特別是國有企業依法合規剥离非核心業務，購買供應鏈、呼叫中心、互

聯網營銷推廣、金融後台、採購等運營服務，引領打破“大而全”“小而全”經營模式。不斷拓寬政府部門購買服務領域，加速釋放在岸服務外包市場潛力。發揮離岸服務外包的技術外溢效應，鼓勵服務外包向國民經濟各行

業深度拓展，重塑價值鏈、產業鏈和服務鏈，拓寬在岸服務外包市場空間。發揮中國服務外包示範城市動態調整的激勵作用，有序增加服務外包示範城市，鼓勵總部在一线城市的企业到中西部和東北地區設立服務交付基地，進一步優化服務外包產業區域布局，激發服務外包產業發展新活力。

三是以協同聯動優化產業綜合發展環境。把握製造服務化、服務外包化、貿易數字化新趨勢，協調推動貨物貿易、服務貿易、數字貿易和服務外包發展。加強中國服務外包示範城市、國家數字服務出口基地與自貿試驗區、服務貿易創新發展試點等開放平台聯動，營造國際化、法治化、便利化營商環境。培養與引進並舉，深化產教融合，打造可持續的服務外包人才供應鏈。加強財稅、投融資、便利化、貿易與產業等政策協同，擴大政策支

持綜合效應。加強服務外包領域知識產權保護及信息安全保障，加快推進服務外包企業信用記錄和信用評價體系建設。支持服務外包智庫建設，建立健全行業協會等中介組織，建設一批輻射全國的服務外包公共服務平台，培育國際知名度高、影響力大的服務外包論壇和展覽會，合力為服務外包產業高質量發展創造更優環境。

2021年是我國現代化建設進程中具有特殊重要性的一年。對服務外包產業而言，應立足新發展階段，貫徹新發展理念，高質量謀劃推動服務外包向高技術、高附加值、高品質、高效益轉型升級，確保“十四五”開好局，在構建新發展格局上邁好第一步、見到新氣象。

（作者系商務部國際貿易經濟合作研究院研究員）

查驗監管設備大顯神通

2020年12月30日，一批8個集裝箱共197噸的進口廢紙在青島港口岸完成查檢工作後通關，成為山東口岸最後一批進口的固體廢物。2021年1月1日起，中國正式進入全面“禁固”時代—禁止以任何方式進口固體廢物，禁止中國境外的固體廢物進境傾倒、堆放、處置。全面禁止固體廢物進口的時代，撕下“洋垃圾”改頭換面的偽裝，技術手段將尤為關鍵，科技力量在國門一線築起“洋垃圾”精確打擊防線的作用將更加凸顯。

固廢進口進入全禁時代

严防“洋垃圾”要“上手段”

□ 本報記者 劉 昕

記者發現，從以往查獲的案件來看，不法分子為逃避監管，多將“洋垃圾”改頭換面，採用偽報、購報或夾帶在正常貨物中，企圖蒙混過關。針對“洋垃圾”作案手法隱蔽、作案環節多、危害極大的特點，相關部門始終保持高壓嚴打，海關總署組織開展了多輪“藍天”專項行動。其中查驗監管設備等科技化手段成為打擊“洋垃圾”走私入境的利器。

深圳口岸依托技術檢測中心和H986大型機檢設備、輻射探測設備的應用，和對機檢單圖和現場監管人員業務水平培訓力度的加強，讓不法分子偷運“洋垃圾”進境的想法破滅。2020年1至11月，該關共在口岸查獲“洋垃圾”783.87噸，比去年同期增長22.47%；南京海關工業產品檢測中心能夠檢測包括化學組分、物相結構、關鍵理化指標等在內的多個項目，判斷樣品生產來源和使用性能，準確判斷樣品屬性，為口岸執法提供強有力的技術支撐，在2020年南京口岸查獲的28批11350噸“洋垃圾”行動中功不可沒。

2020年9月，天津海關利用智能審像查獲了3個集裝箱48噸的洋垃圾。據介紹，天津某實業公司當時申報進口1票聚甲醛塑料顆粒共計3個集裝箱。貨物到港後，該集裝箱機檢圖像被實時傳輸到天津海關集中審像中心，智能審圖系統僅用時3.27秒即發出報警，提示該集裝箱內可能存在國家禁止進境的固體廢物。該貨物隨即轉到海關人工查驗，經開箱查驗發現，集裝箱內部夾藏大量機頭料、破碎片、舊板材等國家禁止進口固體廢物，它們已被移交至緝私部門。

監管效能需全方位提升

20世紀80年代以來，為緩解原料不足，中國開始從境外進口可用作原料的固體廢物。同時，為加強管理，防範環境風險，逐步建立了較為完善的固體廢物進口管理制度體系。2017年，國務院辦公廳印發《禁止洋垃圾入境推進固體廢物進口管理制度改革實施方案》，要求全面禁止洋垃圾入境，嚴格固體廢物進口管理。2020年11月25日，商務部、生態環境部、國家發展和改革委員會、海關總署聯合發布《關於全面禁止進口固體廢物有關事項的公告》，要求禁止以任何方式進口固體廢物。

伴隨固體廢物監管改革推進，廢塑料、廢五金、廢纖維等先後被列入禁止進口目錄，進口固體廢物的種類和數量逐年減少。以青島港口岸為例，由此進口的固體廢物已由2017年的250萬噸減少至2020年的30多萬噸。

專家提示，隨著全面禁令的實施，走私分子可能使用新的違法渠道和走私手法，固體廢物走私將變得更加隱蔽。因此，在持續強化正面監管，對易滲透固體廢物的高風險貨物及時送專業實驗室實施屬性鑒別的同時，應用大數據技術綜合分析商品物流航線、船單收發貨人等情況，實施風險預警和精確打擊更為重要。

同時，應加強口岸查驗監管和後續稽查工作，對查獲有違法違規行為的企業，嚴格按照規定進行相應處置，全方位、多層次地提升監管效能。