

# 抓住新机遇 走出去

## 寻求第二增长曲线

### 南海构建“1+4+4”跨境出海综合服务体系,助力企业拓宽海外市场增量,实现品牌出海

10月18日,第三届“一带一路”国际合作高峰论坛在北京开幕。同日,在距离北京2000多公里的南海区,一场工商界跨境出海高质量发展大会举行,以实际行动积极参与建设“一带一路”。

视角转向正在广州举办的第134届广交会。正在参加展会的南海企业,时不时传回已经拿到订单的消息,企业代表们都有共同的感受:来自“一带一路”共建国家的采购商增多,且多数采购商购买意向强。

再来看一组数据:南海去年对“一带一路”沿线国家、RCEP成员国、东盟进出口同比持续增长,其中12月均增长20%以上;今年1至7月对东盟贸易额逆势增长16.7%,占比达33.7%。

这些都释放出一个强烈的信号:共建“一带一路”国家市场是南海外贸企业的“新蓝海”,而南海也将加大力度扶持外经外贸发展,所以“走出去”寻求第二增长曲线,南海企业正迎来新机遇。

### 率先走出去 拓展“国际朋友圈”

回顾历史,南海人很早就意识到“走出去,世界就是眼前;走不出去,眼前就是世界”。清代及民国时期,桑园一带的丝织品远销海外,形成“一船丝绸出,一船白银归”的盛况。

近年来,“一带一路”和RCEP的深入实施,为南海企业“走出去”提供了重大机遇。在南海,不少企业已抓住机会,在国际市场上招引人才、升级技术、释放产能,上演一出乘风破浪、逆势增长的好戏。比如,华特气体通过收购新加坡工业气体,增设华特泰国公司,既加强了乙炔生产、DOT钢瓶检验等方面的技术储备,又实现了境外收入的倍增。

不难看出,外经外贸是经济增长的重要驱动力之一,不仅有利于本土企业扩大市场、增加销量,同时能有效促进全球经贸的合作共赢。

然而,出海如同一场扬帆远航,彼岸看似美好,途中却暗流涌动,充满了不确定因素。例如,民营企业目前跨境出海受经营规模、资金体量、人才储备等因素的制约,存在国际合作商贸信息获取渠道不畅、涉外政策法规生疏等诸多短板。

如何助力企业补足短板?对于这一问题,南海已有答案。省委十三届二次全会提出,优化对外开放布局,打好外贸、外资、外包、外经、外智“五外联动”组合拳。南海认真落实省委工作部署,制定“五外联动”工作方案,持续推动外贸稳规模优结构、外资扩增量提质量。

今年以来,南海多批次组

织企业到日韩、欧洲、东南亚开展经贸交流,就是带领企业了解当前国外市场形势,更好支持南海企业“走出去”、抢订单。南海区总商会已经与土耳其工业自动化制造商协会、挪威经贸产业发展促进会、丹麦中国金桥公司签署了友好合作备忘录,也与柬埔寨中国佛山总商会、美国费城安良工商会、波兰粤商会、新加坡-中国(新中)友好协会等海外商协会达成友好合作意向。在南海区工商界跨境出海高质量发展大会上,南海区总商会与乌克兰中国商会、坦桑尼亚中华总商会、保中商业发展协会等11个海外友好商协会签署友好合作备忘录。

南海区工商联主席、总商会会长张伟明表示,现在是资源共享、合作共赢的时代,通过与海外商协会友好合作,为企业搭建起一个与海外企业、企业家的交流平台,让企业能够链接更多优质的海外资源,也可以帮助企业了解不同国家的文化、市场和法律等,让他们在进行商务合作时更加顺畅。



### “1+4+4”跨境出海综合服务体系

构建“1+4+4”跨境出海综合服务体系,其中“1”指建设一个企业跨境出海综合服务平台,“4”指打造四个南海产业跨境供需对接基地,“4”指探索四个企业实现高质量出海的有效路径。

#### 建设企业跨境出海综合服务平台

海外大中型商贸展览 展会资讯	重点行业海外信息及 会展活动资讯	重点区域重点行业 实时采购信息
南商企业出海 产品推广	企业出海服务机构 咨询对接	驻外使馆及商协会 社会团队联络信息
海外重点区域及国内最新 外经外贸政策信息	线下服务对接基地及 企业组团海外参展服务	

#### 打造南海产业跨境供需对接基地

南海企业国际公共采购 服务基地	对非交流合作中心及 非洲国家采购基地
南海家装建材集中采购平台 与供应展销基地	南海泛家居产业 TikTok+抖音双循环营销基地

#### 探索企业实现高质量出海的有效路径

加快出海综合服务 数字化转型	提供全球领先的 战略咨询
组建南海企业出海智库	汇聚外侨、海外商协会力量 拓展外经贸渠道

### 构建跨境出海综合服务体系 打通企业“走出去”的堵点难点

助力企业“走出去”,南海步履不停。大会上,南海发布《南海区工商界跨境出海行动计划》(以下简称《行动计划》)。

《行动计划》提出,构建“1+4+4”跨境出海综合服务体系,通过建设企业跨境出海综合服务平台、打造四个南海产业跨境供需对接基地和探索四个企业实现高质量出海的有效路径,通过搭建政、企、资、研对接沟通平台,畅通采购商、供应商、平台资源及合作伙伴沟通堵点,链接优质的海外资源,助力企业拓宽海外市场增量,实现品牌出海。其中,企业跨境出海综合服务平台将为企业“走出去”提供当地政策法律、社会文化、人力资源、产业政策等信息资讯和决策参谋。

四个南海产业跨境供需对接基地包括南海企业国际公共采购服务基地、对非交流合作中心及非洲国家采购基地、南海家装建材集中采购平台与供应展销基地、南海泛家居产业TikTok+抖音双循环营销基地。其中,对非交流合作中心及非洲国家采购基地将在金沙洲常态化运营,将助力南海企业开拓更多对非贸易投资渠道;南海家装建材集中采购平台与供应展销基地则在千灯湖创投特色小镇核心区以及将在共建“一带一路”国家打造建材制造业代表产品馆,一站式集中展示中国优选泛家居产品。

据了解,南海家装建材集

中采购平台与供应展销基地由南海国资参股的佛山南海集优采购平台有限公司运营。该公司董事长陈文华介绍,目前南海中小企业虽然具备出海的实力,但如果只凭借企业自身的力量去接订单,大多数只能接到施工单位的订单,且单品竞争非常激烈,获取大的订单比较困难。而南海集采平台是一个实体公司运营的新平台,能独立一站式获取“南海制造”的境内外订单,形成规模效益。

“集采平台公司拿到订单之后,我们在库进行匹配,也欢迎符合条件的南海优品企业入库,供应所需的产品。”陈文华说,目前阿联酋广东商会已与南海集采平台签订战略合作协议,围绕建设一站式集采展示馆、承接阿联酋集中采购中国制造业业务、整合资源设海外仓等方面进一步深化合作,预计实现20亿美元的外贸订单量。

“我们之前开拓国际市场时都沿用比较传统的思维,包括参展、收集客户信息等,但是此次发布的‘1+4+4’跨境出海综合服务体系,为老牌外贸企业注入新的发展动能,启发了我们用新思维去开拓新市场,使企业在客户信息和市场收集方面有更快的渠道。”佛山市歌纳卫浴有限公司副董事长杨间贤说,这种系统化、全面的外贸渠道拓展服务,为企业搭建起合作交流、抱团出海的平台。

### 多方提出“金点子” 助企业开拓“一带一路”市场

南海民营经济发达,有4.8万户制造业企业,特别是部分“南海制造”质量已接近或达到世界先进水平,他们走出国门寻求第二增长曲线的需求愈发强烈。

知名经济学家管清友谈到,中国企业到了改革开放后第三次大规模“走出去”的时候,且这一轮“走出去”可能是以中小企业为主。

今年是“一带一路”倡议十周年,“一带一路”市场将是外经贸发力的重点。

南海企业如何才能抓住这一重点?在南海区委书记顾耀辉看来,南海企业要在激烈的国际市场竞争中取得成功,需做好科创赋能、提升内力,借梯登高、善用外力,协同发展、凝聚合力,整合资源、激发活力。

首先,南海企业要加强技术研发和产品开发,不断提高产品质量和附加值,展现“南海制造”的实力与魅力。此外,合规经营也是企业内力的重要一环。企业在海外要增强合规意识,强化风险识别化解,提升国际化经营水平。

其次,南海企业要加强与央企、国企等优质大型企业合作,借船出海、联合出海,加快走向国际市场。要依托行业协会等资源抱团参展、抱团对接,与产业链企业一起抱团出海。同时还要与其他国家的企业进行投资、合作,大胆与

当地生态伙伴合作开发,积极整合具有较高技术水平或品牌价值的企业,实现产业链的延伸、价值链的跃迁。

中国商业经济学会执行会长、研究员陆德瑞认为,企业不光要“走出去”,还要“走进去”。他建议,南海企业要开拓“一带一路”市场,要以文化为媒介,提升中国企业、中国品牌的国外认知。同时,他希望南海企业带着中国理念、中国制造、中国文化“出海”,真正实现品牌国际化发展。

“目前非洲等新兴市场正处于工业化和城镇化快速发展阶段,对产品需求量很大,为‘南海制造’出海提供了机会。”广东外语外贸大学非洲研究院院长刘继森建议,南海企业不能“蜂拥而上”,而是要采用一个镇街研究一个非洲国家市场的模式,在政府的引导下有序“走出去”。

暨南大学经济学院副院长钟韵则认为南海制造业基础好,南海外贸企业在开拓市场时已形成独有的模式,比如抱团出海,但未来在开拓“一带一路”市场时,要从以往关注怎样抱团出海,怎样跟进服务,转变为如何进行多元融合,构建在全球生产网络当中的新地位,提升在全球价值链的位置;要考虑将科技元素植入到传统产业当中,抢占产业发展制高点。

制图/张韦奇