



距圣诞节尚有4个多月,国内制造商的外贸订单已到收尾阶段——

# 圣诞产品出海的“喜”与“忧”

纵横

□ 本报记者 沈佳瞳 田墨池 实习生 贺奕

## 疫情之下,销售量逆势增长

“最近实在太忙了,我马上还要去生产车间盯一下进度,确保按时交货。”7月28日下午,扬州美瑞华工艺礼品有限公司党支部书记谢中华在回电时,疲惫的语气中难掩喜悦之情。

这家全扬州最大的圣诞工艺品生产企业,自1995年成立之初就专注于圣诞产品的制造与出口。圣诞袜、圣诞帽、圣诞老人、驯鹿、拐杖糖,美瑞华上千种新颖的产品让人眼花缭乱,几乎覆盖了市面上能看到的所有圣诞节玻璃饰品和纺织品。

同时,公司也采用了一种极有远见的经营模式——两头在外,生产在内,即设计和销售端放在美国总部,生产端放在国内的生产基地,这也让公司在突如其来的疫情和风云变幻的局势下,幸运地“躲过一劫”。“美国总部直接对接客户下订单,由我们扬州公司生产、发货,公司连广交会都不参加,订单不愁。”谢中华列出了一组数据:今年1—7月的生产、销售与2021年同期基本持平,1—7月生产的产品70%已经发给国外客户。近两年玻璃制品销售量涨幅在8%左右,纺织品销售量涨幅达15%。

美瑞华公司所在的扬州宝应县小官庄镇,被誉为“玻璃圣诞工艺品之乡”,更是国外圣诞用品商人口中的“东方圣诞小镇”,扬州作为全省重要圣诞订单出口地更扮演着“晴雨表”角色。扬州海关数据显示,今年5月至今,扬州地区出口圣诞用品1.37亿元、432批次,同比分别增长98.14%、75.61%。

圣诞订单的“回春”为外贸企业的产业升级提供了契机。一张薄薄的节日卡片,产出2个多亿的年销售额,太仓市星光印刷(苏州)有限公司把贺卡做成一门“大生意”。“在欧美国家,每个城市和小镇,大街小巷必不可少的就是贺卡店。这些店通常规模都挺大,还会按照送贺卡的场合和祝福分门别类。”公司总经理尤利生告诉记者,为了满足出口产能需求,近年来公司持续扩大自动化规模,打造了一批自动化生产设备和智能工业机器人,贺卡车间从原先400余人减少到200人左右。

“因贺卡订单量大、款数多、工序及配件多,公司自主研发一系列自动上料设备,已实现自动化、智能化、机器换人、无人工厂的运作模式,不断完善工艺,降低成本,提高效率。”尤利生说,为满足市场的高端需求,公司还购置多台先进生产设备,截至目前,已有超过200个先进印刷单元为客户服务。

## 困境叠加,或让企业“有生意没利润”

几家欢喜几家愁。在圣诞饰品行业摸爬滚打了15年,宝应艺博工艺品有限公司负责人黄彩贵不禁慨叹,“这两年

距离圣诞尚有4个多月,国内圣诞产品制造商的外贸订单却已到了收尾阶段。每年5月—8月,是圣诞用品出口旺季,一艘艘满载圣诞产品的货轮,从国内各大港口出航,发往世界各地。

然而,面对百年变局和世纪疫情相互叠加的复杂局面,不少挺过来的圣诞产品外贸企业喜忧参半,喜于订单量还足以支撑经营,忧虑也很显而易见——未来的生意将何去何从?

的圣诞外贸市场真是越来越难做了。”

“成立之初,我们公司基本都是通过外贸中介,从国际连锁大品牌拿订单,说到底就是贴牌加工。但没有自己的品牌和销售渠道,当然就没法把主动权掌握在自己的手里,利润也很低。”黄彩贵告诉记者,2014年,一位国外客人抱着试一试的心态给他下了一笔10万美元的订单,自此公司开始走上自主接单出口之路,并通过阿里巴巴国际站等数字化出海服务平台,与更多外国客商建立了长期合作关系。但今年,订单下滑40%,往年都是9月初交货,今年7月底就已经完成生产了,这让黄彩贵和身边不少企业主直呼“赚不到钱了”。

“不赚钱”背后,首先是运力的紧张与运价的飞涨,很可能让企业面临“有生意但没有利润”的尴尬境地。“圣诞用品不同于其他外贸商品,占地面积大、附加值低,因此最佳物流方式是海运,走集装箱。”黄彩贵解释,由于受疫情影响,海运效率越低,箱子、舱位供不应求,海运运费越高,而这些运费最后会通过产品单价显现,影响订单数量。“近三年我们集装箱运费上涨了2倍左右,美国客户的海运费增长幅度更大,上涨了5倍左右,直接导致公司产品的成本大幅度上涨。”谢中华如是说。

扬州礼瀚工艺品有限公司国际贸易部经理朱子玉也有着同样的感受。“疫情前我们60%的订单从扬州港出货,价格较低廉,出货也方便,但因为疫情,这两年扬州港基本订不到船,所以只能转往上海港、青岛港,不仅费用高涨,还需要办理通行证等一系列手续。”

与此同时,近几年外国客户的圣诞订单也逐渐“吝啬”起来。“在目前的国际经济形势下,我们来自美国的订单量稍微有所下降,但好在欧洲的订单量是在不断增加的,亚洲这边日本的订单量则基本保持不变。”朱子玉说,由于物流、原材料涨价等现实因素,公司不得不提高报价,一小部分订单也会因此受到影响。

“之前一个美国客户和我开玩笑说,现在采购是能够在东南亚买,就在东南亚买,除非买不到。”一位业内人士认为,

虽然这话有一些夸张,但也一定程度上反映着市场的悄然变化。“过去我们线下拿订单主要通过广交会等传统模式,因为外商更偏好亲眼看到产品,但这几年疫情之下广交会停办,这也让我们与外商线下沟通交流的机会变少了,订单的不确定性增加了。”该业内人士表示。

## 降本增品,告别“一闲半年”的尴尬

事实上,圣诞产品的季节性很强,企业一年实际只生产6到9个月,其余时间都在等待来年订单,或更新款式、打版出样,“一闲半年”是行业常态。没有一年到头稳定用工,生产情况随订单而调整,随之而来的就是不可知的用工缺口,而对于需要很多手工、纺织工人的圣诞订单生产来说,眼下愿意从事这一行的年轻人正在减少,想要招人只能提高待遇。在一家位于宝应的圣诞产品生产车间内,记者看到流水线上清一色都是年纪偏大的女工。

“即便当地人工成本仍在逐年上升,但目前我们没有想过把厂搬走,而是把工人给搬过来。”朱子玉介绍,现在公司有大批员工来自河南、河北、湖南等地区,会专门从这些地区应聘工人,再派车把他们接来,还包吃包住。“目前的这种用工状态还是比较顺利的,相比本地人,来自这些地区的工人薪资会相对低一些,这样有效降低了一定的人力成本。”

仅靠圣诞产品,已不足以在这场外贸“圣”筵中分一杯羹,因时而变、更多样化的用品成为越来越多企业的选择。“近几年,我们创新增加了户外花园系列产品,如喂食器、喂水器,去年该系列销售额达到2000万元人民币,占公司年销售额的四分之一,预计未来3—5年相关产品的行情还会蒸蒸日上。”谢中华说。

尝试不仅仅停留在产品层面,还有标准化市场格局的建立。“为了推进印刷标准化,星光华东基地成立全国第一家包装印刷标准化试验与推广基地。”尤利生表示,基地的建立不仅是全新的探索,它更是以市场需求为导向,开创包装印刷在市场经济条件下标准化工作新格局的新尝试。

全镇有100多家生产圣诞产品企业、从业人员过万,圣诞产品生产及出口占全镇经济总量三分之一,小官庄镇也助力企业适应新的市场形势,出台《关于推动玻璃产业加快发展的扶持意见》。“一方面,我们推动现有产业前延后伸,延长产业链条,强化文化创意,加快新品研发,推动产品向中高端发展;另一方面,增强玻璃产业发展的宽度,向中硼硅领域拓展,加大附加值高、发展潜力大的医用玻璃等项目招引力度。”小官庄镇镇发局有关负责人告诉记者,目前全镇正投资4亿元,新建占地200亩的玻璃产业园和玻璃展示馆,放大产业集群效应,提升产业吸引力。

# 壮大江苏优势粮食产业集群

□ 杨向阳 胡迪 张为付

2022年江苏省政府工作报告提出,要坚决贯彻习近平总书记重要指示精神,切实扛起粮食安全政治责任,为全国粮食安全作出贡献。优势粮食产业集群建设是粮食产业高质量发展的必然选择,是全面推进乡村振兴与实现农民持续增收的重要途径,是保障粮食安全的有效载体。现阶段,江苏立足自身资源优势,粮食产业集群发展取得积极成效,但仍存在整体集群度不高、集群内部发展不健全、品牌引领带动作用有待提升等问题,亟需科学设计壮大江苏优势粮食产业集群的路径,着力从政府引领、科技支撑、龙头企业、特色品牌等方面加强政策支持。

——明晰集群发展目标,发挥政府统筹协调引领作用。

紧密围绕区域优势资源与特色粮油产品,制定优势粮食产业集群发展战略。通过出台指导意见或《江苏优势粮食产业集群发展规划》等,设立专项资金,支持建设一批年产值超过百亿元的优势粮食产业集群。以粮食产业集群链延伸为依据,构建农户与企业、农产品供应商和销售商等相互依存的利益共同体,实现产业集群内企业专业化分工,保证产前、产中、产后等相关主体联系紧密。采取贴息甚至免息等方式,为具备较大发展潜力的粮食企业提供信贷支持;采取税收优惠或财政补贴等形式,促进粮食集群内企业与相关科研组织机构合作。

——强化科技支撑能力,拓展集群产业链条深度。

构建优势粮食产业集群需要强大科技支撑,其力度决定了粮食产业集群发展深度。加快产学研科技创新平台建设,整合高校、科研院所、技术创新联盟等资源,发挥人才优势与科研优势,深入推进粮油加工企业与其合作,包括培育培育优质品种的稻谷、小麦等粮食新品种,落实专门基地试种等,为区域粮食产业集群提供科技支撑。充分发挥企业创新主体地位,部分粮食产业集群由企业尤其是龙头企业为主导,应加大企业自主创新能力建设,提高粮食产品产出率,提升产品附加值,实现粮油产品粗加工向精深加工转变。重视科技创新成果孵化,采用政府、风险投资、粮食企业等多主体资金集中使用等方式,支持粮食产业科研成果的产业型孵化,为科技助力粮食产业集群建设提供基础。

——做大做强龙头企业,发挥龙头企业辐射效应。

针对粮食产业集群内的已有企业,一方面,有效甄选出区域内基础好、规模大、有特色、比较优势显著的优势粮食龙头企业,通过专项支持,发挥其示范、带动作用,进一步扩大现有粮食产业集聚效应;另一方面,通过参股、控股等开展招商引资,通过联合、兼并、重组等打破所有制限制,实现资源集约与资本积累,迅速增强粮食企业规模与市场竞争力,使之成为区域内粮食产业集群的有效推动者。

——依托区域特色品牌,推动构建优势产业集群。

依托“水韵苏米”省域公用品牌与地区特色粮油品牌建设,推动形成优势粮食产业集群。提升原粮从田间到餐桌、从种植到加工的全产业链管理,实现区域内育秧、种植、仓储、加工、销售、溯源等一二三产业融合发展。通过电商平台发布江苏优势特色粮油品种,结合品牌推介,扩大区域品牌社会影响力;鼓励粮食集群内企业自建电商平台,在已有仓储能力和物流能力的基础上,构建粮油产品网络销售体系,线上与线下相结合,有效扩大区域品牌辐射效应与资源集聚效应。

(作者分别为南京财经大学粮食经济研究院副院长、教授;南京财经大学粮食经济研究院博士;南京财经大学教授、现代服务业智库首席专家)



为付有约



星光印刷厂区。田墨池 摄

精准施策、靶向发力,打造经济新引擎——

行业风

□ 本报记者 李晞 实习生 漆致远

为加快推进省属企业数字化转型,近年来江苏持续聚焦重点领域和关键环节,以数字技术与实体经济深度融合为主线,推动数字经济成为省属企业高质量发展的新引擎。

“到2025年,省属企业创新研发投入总额达到60亿元,企业数字化系统业务覆盖率不低于80%,数字化品牌建设走在全国前列。”省国资委主任、党委书记谢正义在7月27日召开的省属企业数字经济发展推进会上表示。

## 数字赋能生产 打造行业标杆

“为协同推进数字产业化和产业数字化,赋能传统产业转型升级,我们将着力打造省属企业数字经济发展‘2373’工程。”省国资委相关负责人解释道,“其中的‘2’是指推动基础设施智能化升级,建设新型数字基础设施;‘3’是推进产业数字化、数字产业化、数字化管控工作;‘7’是推动电力、制造、建筑、交通运输、农业、矿业、商贸服务七大重点领域企业数字化转型;最后一个‘3’则是实施数字创新平台创建、数字创新企业培育、数字创新人才集聚三项行动。”

走进徐矿集团张双楼矿的智能调度指挥中心,这里没有飞扬的煤尘,也没有机器的轰鸣,映入眼帘的是监控屏幕上各类数据的跳动。工作人员只需“一键启动”,采煤机、皮带机、转载机便陆续“苏醒”,硕大的煤块沿着煤壁“纵身”跃下,坐上溜子源源不断地“奔向”地面。

“近年来我们大力推进煤矿机械化、自动化、信息化、智能化‘四化’建设,有2对矿井入选全国首批71家智能化示范矿井并

列并如期建成,建成10个智能化工作面,井下工作面实现5G覆盖,关键场所机器人巡检,几代矿工期待的‘机器巡视、无人值守’智能化开采由梦想变成现实。”徐矿集团总经理石炳华告诉记者,集团旗下的张双楼煤矿建成全省首个井下5G工作面,通过了全国首批、江苏首家智能化示范矿井验收,“2021年全集团、全区域、全产业链杜绝了重伤及以上事故,实现了全面安全生产,江苏省内连续六年实现安全生产,创历史最好水平。”

在传统的码头作业中,散货码头人机配合、机械配合环节繁多,尘土飞扬、噪声轰鸣的景象时常可见。而在江苏省港口集团旗下的太仓鑫海散货码头作业现场,卸船机、装船机、堆取料机等各类大型设备配合高效有序,但机械设备上却不再有司机工作。

散货装卸作业全流程无人值守由愿景变为现实,这得益于苏州港鑫海公司研发的全流程自动化无人化散货码头系统。相关负责人介绍,系统上线后,司机从前方一线撤到后方办公室,由现场本地操作改为后方监控,不仅有效降低操作人员劳动强度,更从根本上改善了作业环境,真正实现“码头蓝领”到“港口白领”的转变。

“省港口集团已全面建成太仓四期集装箱自动化码头,推动南京、苏州等集装箱码头堆场装卸作业自动化、无人化,试点智慧岸桥建设和港口无人驾驶集卡。未来,重点对港口基础设施进行智能升级,对传统经营模式进行业态创新,全力打造‘数字港口’。”省港口集团总经理关永健表示。

## 夯实数字基础 探索经济蓝海

数字经济的本质特征是数据资源将成为关键生产要素。

作为省内最大的地方能源投资主体,省国信集团锚定能源、金融、战略新兴产业投资三大主业主板块,坚持“突出重点、创新引领、数据赋能”,为国资国企提供数字化转型综合服务。

当前多地连续高温,正值能源保供关键时期,在迎峰度夏期间省国信集团信息化系统发挥极为关键的核心作用,“通过生产监控系统可以实时感知各地电厂的运行情况,精确用好每一吨煤、发好每一度电,为晋电送苏、调峰填谷提供技术支撑。”省国信集团总经理董梁表示:“经过多年发展,国信打下了较好的数字化转型基础,建成应用涵盖综合门户、生产管理一体化集中信息系统、人财物、产供销等企业资源统一纳管,表单、账簿、档案等信息载体集中共享。尤其是集团能源板块的信息化系统,其建设水平位居全国能源行业前列。”

加快推进数字转型升级、大力发展数字经济,是加速驱动企业管理提升和产业转型的关键路径。作为省属企业排头兵,江苏交控加快布局数字交通基础设施建设,全力打造数字科技、数字交通与数字经济协同发展新高地。

“集团抢抓智慧交通发展新机遇,以数字化理念重塑智慧交通建设管理模式,率先构筑了‘云端网端’一体化的数字新基建底座,实现了对传统机电系统的软硬解耦、数字改造和智能应用。此外,SD-WAN建设成为智慧江苏十大标志性工程。”江苏交控副总经理陈金东告诉记者,下一步集团将在“打造数字新产品、激活数据新要素、培育数字新业态、壮大数字新企业”四个数字赛道布局,力争到2025年在数字科技、数据要素、数字治理、数字交通等领域达到国际影响、国内领先,跻身数字经济创新领军企业。

## 激活关键增量 深化融合创新

把数字经济作为企业转型发展的关键增量,苏豪控股集团对照创建一流企业的要求,持续推进数字化转型。在开展数字化应用的前瞻性研究方面,苏豪控股集团获批全省唯一省级跨境电商工程研究中心,并组建金融科技研究院,深化数字化转型研究。

“集团以产业数字化、数字产业化双轮驱动创新发展,全面推广数字技术及数字应用。一方面,是贸易数字化转型稳步推进,线上搭建市场营销平台、供应链管理平台等;另一方面提升金融赋能服务水平,开发‘弘运通’手机应用APP,为客户提供一站式的金融投资数字化服务,已拥有超3万优质注册用户。”苏豪控股集团总裁魏爱春表示,下一步集团将成立“智改数转”工作领导小组,编制行动方案,建立从规划到专项工程、年度要点的全流程推进机制,实施五大重点工程,推动企业“上云开数赋智”,打造一批数字化转型标杆企业项目。

作为多元化发展的省属企业,中江国际集团不断探索建筑、贸易、投资等相关业务领域的数字化转型发展之路。在其主营业务建筑行业的数字化建设方面,集团持续推动建筑工业化升级,并打造中江智慧建造这一知名品牌。中江国际集团总经理朱新宝介绍,在2018年集团组建了BIM研究中心,开展BIM技术在设计、建模、施工建造等领域的研究应用,制定了基于BIM的数字化建筑、数字化产业园区的设计与施工模式。

“近年来中江BIM设计项目在多个国家级和省级BIM大赛中获奖,‘十四五’期间我们将充分利用产学研合作,深入开展BIM技术、数字孪生、人工智能等数字智慧建造技术研究,大力推进‘智慧工地’建设并启动建筑机器人研究,以机器人降本增效。”朱新宝说。