

外贸新业态背景下青岛市传统外贸企业转型升级的对策

周丙寅 侯畅通

(青岛恒星科技学院 山东 青岛 266100)

【摘要】互联网+、大数据、云计算等技术的快速发展,推动我们从IT时代迈向DT(Data Technology)时代,同时成为推动我国外贸经济发展的新业态、新模式、新引擎。在外贸领域新一轮的“生产力”和“生产关系”的较量中,传统外贸企业发展面临的问题广泛存在。本文基于PEST模型对青岛市外贸新业态发展现状进行分析,针对青岛市传统外贸企业转型新业态的制约因素提出相应的对策,通过加快“小工厂,大贸易”理念转变,“联合体”式人才培养模式,创新外贸新模式等措施,助力青岛市传统外贸企业向新业态新模式的转型。

【关键词】外贸新业态;跨境电商;转型升级

1 基于PEST模型的青岛市外贸新业态发展现状

青岛市作为山东省乃至全国重要的港口城市,外贸经济的核心地位无可取代。但面对国际上严峻的贸易形势、不确定的贸易风险,青岛市在“稳外贸”“培育新业态新模式”的被迫转型发展过程中的问题也广泛存在。本部分基于PEST模型分析,从政治层面、经济层面、社会层面、技术层面四个方面进行梳理,通过宏观环境分析青岛市外贸新业态的发展现状。

1.1 政治层面

以跨境电子商务为主的外贸新业态都是新鲜事物,在其助力下,青岛市外贸经济踏上了高速发展的“快车道”。青岛市虽制定相应的扶持政策推进传统外贸企业转型,但涉及范围较小,仍有许多政策存在不稳定因素,政策细节和具体实施办法还有待商榷尝试。同时,部分新模式界定模糊,监管条例不够详尽。因此许多外贸企业多持观望态度,外贸企业特别是传统外贸企业并不能真正的享受到政策优惠。同型企业间的恶性竞争,损害外贸企业、消费者利益,甚至出现假冒伪劣,侵犯知识产权等恶性违法事件。

1.2 经济层面

面对严峻且多变的国际贸易环境,受限于进出口地区的集中及贸易结构的单一性,多种贸易形态并未遍地开花。2010—2021年上半年对外贸易额整体呈稳步上涨趋势,借力“一带一路、自由贸易区的建立,2016年青岛市进出口贸易总额突飞猛进。值得注意的是,2021年上半年,东盟以进出口增长71.5%的迅猛势头成为青岛市第一大贸易伙伴,占全市进出口总值的16.8%。

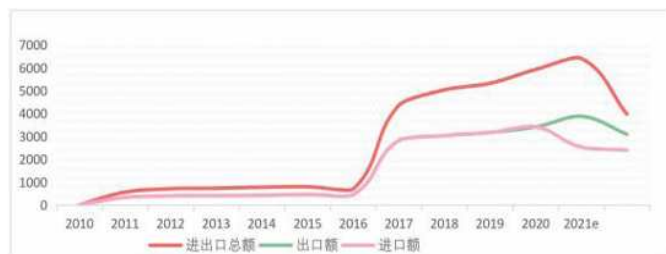


图1: 青岛市 2010—2021(上半年) 对外贸易进出口额
(单位: 亿元人民币)

数据来源: 青岛市统计局

青岛市商务局数据显示,服装、手工艺品、机电产品等商品的合计出口额占青岛市总出口规模的90%,其中机电商品增速较快;青岛主要进口商品以美妆用品、母婴用品、保健品为主,约占总进口规模的95%,但纺织服装、机电产品和高新技术产品呈现下降趋势。

1.3 社会层面

传统外贸企业被迫转型升级的过程中带动了人才需求,

传统贸易从业人员并不能完全胜任跨境电子商务的需求,因此,跨境电子商务复合型人才缺口明显增大,人才市场供需间的不匹配制约了传统外贸转型升级。齐鲁人才网对于跨境电商的调查显示,2020年跨境电子商务人才需求量增幅达40.15%,青岛市对于复合型跨境人才的需求以16.31%领跑全省。同时,根据传统外贸企业的问卷调查得出跨境电商的从业人员更倾向于20—27岁年轻群体,以熟练的互联网技术和贴近消费群体感知能力受到各外贸企业的青睐。

1.4 技术层面

传统外贸企业转型过程中对基础配套设施提出了较高的要求,特别是物流产业。青岛市结合沿海城市优势,构建全方位综合物流枢纽,成为跨境电子商务的重要原动力,也是传统外贸企业转型升级的重要驱动力。同时与国际品牌建立长期合作,进一步打开国际市场,提升国际市场份额占有率。但在国际平台的搭建过程中,缺乏高质量的专业化配备,专业人才匮乏导致跨境项目签订后落地难。此外,青岛市开展跨境电子商务业务的企业仅为5000家,中小企业参与外贸新业态转型的成本较高,融资渠道少,资金获取困难,贷款周期长,贷款程序复杂等问题成为传统外贸企业转型升级的困扰。

2 青岛市传统外贸企业转型新业态发展的制约因素

面对经济市场向买方市场的转变,经验、渠道的优势逐渐减弱,同时新技术的冲击下必将改变外贸模式,无论保持传统线下外贸形势还是依托外贸平台进行线上外贸模式或者借力数据的驱动参与到全球贸易大生态环境中,传统外贸企业都将面临更为艰难的生存环境,面对新形势下的经营压力,传统外贸企业转型新业态既必然又紧迫。

2.1 传统外贸优势减弱

青岛市对外贸易发展历史悠久,但随着外贸环境的不断变化,传统外贸优势已远远落后于DT时代的要求。首先,青岛市虽在2014年获批跨境电子商务试点城市,直到2018年青岛市才取得保税备货运营资质,错过跨境电子商务发展的初期,并没有获得国家政策扶持和国际贸易的倾斜。其次,根据波士顿咨询公司《全球制造转移的经济学分析报告》数据,青岛的年平均工资增长率为8%左右,青岛市用电及天然气的成本上涨接近70%左右,传统外贸的低成本优势已经不再。第三,跨境多依靠第三方物流平台,不仅成本增加,运输过程通关、结汇时扶持政策的滞后也成为转型构成的阻碍。

2.2 专业人才匮乏

根据《2021外贸人才形式研究报告》数据显示,2021年一季度外贸进出口从业人才的需求上涨,同比增长11.2%,跨境电子商务运营人才更是同比增长2倍。2021年第一季度的数据显示,传统外贸销售人员的需求以53.9%占据核心位置,但同比呈现快速下降的趋势,而跨境电子商务运营

管理岗位的招聘需求同比增长为190.9%，成为招聘市场新的风向标。跨境电商人才的缺乏，与跨境电商市场的快速增长形成了鲜明对比，严重制约着外贸企业，特别是中小型企业的发展。

2.3 外贸市场集中度高

根据青岛市统计年鉴数据显示，2020年美国以90.47亿美元成为青岛市最大的外贸出口国家。东盟以60.79亿美元成为青岛市最大的进口国，并且增速为36.3%。青岛市对外贸易多集中在东盟、欧盟和美国三个地区，并且增长势头明显。2021年前8个月，青岛市与三地的进出口额分别是859.7亿元、660.1亿元和625.2亿元，分别增长61.8%、24.8%和39.4%。因为外贸地区的集中性使得青岛市对于美国、欧盟及日韩的依赖性强，因此对抗国际政治风险或突发事件的能力较弱。

2.4 外贸交易模式单一

青岛市对外贸易以代工模式（包括OEM和ODM）为代表，并且以民营企业为主，已经构建成较为完善的外贸体系。结合数据分析，一般贸易成为青岛市对外贸易的主要贸易方式并呈现稳定增长的趋势，保税物流等贸易方式因复杂多变的贸易环境出现了较快的下降趋势。青岛市统计年鉴数据显示，2020年青岛市民营企业进出口4222.7亿元，增长19.5%，占全市进出口总值的65.9%，占比提高6.3个百分点。民营企业多依赖传统的对外贸易模式进行交易，多集中在生产、加工、组装等低端环节，产品附加值低，创新意识不足，企业自有品牌的缺乏，新业态下转型升级风险较大。

3 青岛市传统外贸企业转型新业态模式的对策

3.1 加快跨境电子商务整体布局

首先，以跨境电子商务为主的新外贸具有数据应用能力和生态价值链两大鲜明特点，依托平台的数据存储和积累功能，将闭环数据反哺到信息层，将会带来更多的商机。其次，青岛市政府推动“一园六中心，一区多功能”的整体规划，创建从保税仓储、物流运输、创业孵化、人才培养、金融服务的全方位服务体系，为外贸企业的转型升级提供全链条式服务。再次，深化供给侧结构性改革、推动“放管服”改革，加快构建新外贸平台，吸引国内各行业的龙头企业扎根青岛，带动青岛市外贸企业向系统化、网络化、平台化方向升级发展。

3.2 加大复合型贸易人才培养引进力度

一方面，以“联合式”人才培养模式替代传统的“师徒制”培养模式，更好的为岗位塑造可用的人才。另一方面，青岛市应加强与高校“产、学、研”的合作，采取“进阶式”的人才培养模式，以岗位促专业，以满足企业需求为导向，不断深化教学实践改革。同时，青岛市政府出台相应的引导政策，在引入+留人体系中发挥引导作用。

3.3 拓宽外贸市场规模

新业态环境下，通过柔性制造优化供应链，拓宽销售地区，产能根据市场需求快速响应的同时可以降低抗击政治风险及突发事件的能力。2020年，青岛市搭建了汇聚新发展动能的平台，也勾勒出一个更具开放活力青岛“卖全球”“买全球”“服务全球”的高质量发展路径。2021年青岛市趁热打铁，开拓性建设中荷首个“前展后仓”项目，通过打造融合线上线下撮合、直播推介、海外仓展销一体化等贸易全流程的新型海外仓，截止到2021年8月，保税物流进出口775.5亿元，增长62.7%，最大限度降低突发贸易形势的影响。

3.4 深化外贸新模式创新

2020年，青岛市海关统计局针对跨境电子商务进行数据统计，跨境电子商务进出口额为54.2亿元，增长688%。其中，

跨境直购出口额为12.9亿元，增长336.3%，网购保税进口额为18亿元，增长382.4%。外贸企业间通过跨境电子商务进行的贸易直接出口21.5亿元，出口海外仓7223.7万元。青岛市政府鼓励外贸企业向杭州、深圳等地学习先进经验，将经验结合青岛当地特色形成行之有效的外贸新模式加以推广。

3.4.1 BOB (Business-Operator-Business) 模式

建立在供应方和采购方之间的，结合品牌运营或服务交易的BOB模式是青岛市通过外贸利好政策向具有品牌意识的中小企业倾斜，鼓励企业大力进行自主研发，不断提升自身品牌的高质量生产，进而提高国际知名度，由简单的跨境贸易向品牌输出转型。

3.4.2 B2M (Business to Marketing) 模式

消费者需求作为企业生产、营销的重要指标，获取消费者需求信息成为外贸企业的核心工作。通过多种渠道对站点进行广泛的推广，引导消费者需求为目的，从而实现销售增长、扩大市场占有率。

3.4.3 M2C (Manufacturers to Consumer) 模式

M2C是以生产厂商直接联系消费者的一种新型的交易模式，消费者可以更为直观的了解商品的生产过程，提高对产品的信任程度。同时可以增加生产厂商对于消费者需求的及时掌握，降低库存成本。M2C模式将商品转销的环节减少至一对一，降低了销售成本的同时能够保证商品的质量，从而提高市场的市场占有率。

3.4.4 ABC 模式

由代理商(Agents)、商家(Business)和消费者(Consumer)共同搭建的集生产、经营、消费为一体的ABC模式通过将三者相结合，打破原有的竞争关系，实现资源共享、货源共享、信息共享，从而推动跨境消费者向网商转变，降低宣传营销成本的同时提高消费者的消费积极性从而获取收益。

4 结语

青岛作为首批对外开放的14个沿海城市之一，便利的交通条件和得天独厚的地理位置促进了青岛市外贸发展，外贸作为青岛高质量经济发展中不可或缺的重要组成部分，有着不可替代的关键作用。跨境电子商务作为新业态下“贸易出口走廊”，通过打通货源、物流、支付之间的闭塞通道，重构全链体系，为对外贸易的沟通、磋商、谈判提高效率，简化手续的同时降低运输和结算的成本。本文通过PEST模型对青岛市外贸发展现状进行分析，寻找制约青岛外贸新业态发展的阻碍，并结合青岛现实情况，因地制宜的、有针对性的提出相应的建议。

参考文献：

- [1] 郭四维，张明昂，王庆等. 新常态下的“外贸新引擎”：我国跨境电子商务发展与传统外贸转型升级[J]. 经济学家，2018，(8)：42-49
- [2] 王惠敏. 跨境电子商务与国际贸易转型升级[J]. 国际经济合作，2014，(10)：60-62
- [3] 徐豪，左琳. 跨境电商：新业态，新模式，新引擎[J]. 中国报道，2020(07)：20-23.
- [4] 廖颖. 湖南市场采购外贸新业态发展现状问题及对策[J]. 营销界，2019(51)：76-77.
- [5] 刘馨蔚. 中国跨境电商迈入进出口“新业态”[J]. 中国对外贸易，2018(4)

作者简介：

周丙寅(1991年1月29日)，性别女，民族汉，籍贯(山东省淄博市)，职称讲师，学历硕士，主要研究方向区域经济学。