



迎战外贸逆风局

编者按/在贸易摩擦升级背景下,做好自己的事至关重要。虽然关税压力可能成为短期影响外贸产业的变量,但中国企业或可借此机会扩围“朋友圈”。本报记者近期采访了多个外贸产业链商家和机构,关注他们如何在“逆风局”下开拓新的出口增长点,提升出口韧性。



跨境贸易“防冲击”:支付网络“开路”商家加速转型转移

本报记者 蒋牧云 李晖 上海 北京报道

“中国外贸企业面对外贸环境压力,需要走自己的品牌之路,建设独立站关键要打通支付和物流。”东莞市工贸发展促进会会长、东莞市佛爱娃工艺品有限公司董事长雍程翔向《中国经营报》记者表示。

随着美国关税政策频繁调整,国内外贸产业链自上而下在做好“防冲击”姿势的同时,也正在积极迎战“逆风局”。记者近期调研走访包括外贸商户、跨境支付机构等多个产业链参与方发现,

外贸商家“迎战”

在雍程翔看来,美国市场到底需不需要中国,要由美国消费者来回答。

2025年4月以来,美国将中国输美商品关税税率从84%提升至125%,并进一步将所有进口商品关税税率提升至145%,直接冲击国内外贸行业。

“我们陶瓷厂的业务几乎全在美国市场,现在单子做了亏本,不做又赔违约金。”一家陶瓷行业外贸企业负责人告诉记者。除此之外,服贸受到的影响也较大,有服贸企业主向记者表示:“最初增加34%的时候,我们还和客户约定了各承担一半,没想到后续持续加税,目前只能先暂停项目,看后续能否有其他的解决方法。”

作为一位有着数十年经验的老外贸人,在雍程翔看来,美国市场到底需不需要中国,要由美国消费者来回答。

他告诉记者:“在宣布对等关税的第二天,我的一个美国贸易伙伴就下了订单,他已经很清楚可能会付104%的关税,但他还是下了,而且价格还跟以前一样。这代表了一部分美国消费者对中国产品的信心。”但他也透露,当下确实有商家比较难:“我一个企业朋友目前仓库里面压了3000万元的货物,全部是对美出口的,这种情况只能等待。”

事实上,由于贸易环境的不确定性此前存在一定市场预期,不少外贸产业链公司近年来已在不断调整布局,进行市场转移。广州速盗网络科技有限公司是2023年希音的年度最佳供应商,此前一直活跃在大电商平台。公司创始人张海涵告诉记者,为了应对贸易环境变化,

部分商家选择收缩观望的同时,也有商家已经或正在进行业务调整,比如向欧洲或者东南亚等市场做转移,并通过AI等技术手段进行降本增效。

同时,作为跨境贸易的基础设施,跨境支付机构也第一时间感受到市场水温变化。多家跨境支付公司相关负责人告诉记者,目前正在全球多个市场加速布局支付网络,分散此次关税冲击,同时也探索提供更加灵活的策略和技术支持,帮助企业应对全球化布局中遇到的海外支付难题。

公司在2024年3月搭建了POD(按需定制,特点是无需库存,按订单生产)跨境电商平台独立站Print-fash。“但美国市场占了POD市场的大约50%,这可能对我们的业务带来较大冲击。”张海涵直言。

“我们的商品是灯具,主要的市场在非洲、拉美洲,但由于原油是我们的主要原材料,近期因为贸易摩擦,供应商也在不断调价,价格波动也让我们的成本很不稳定,坦率地说,我们小厂家并没有更多能做的,但我们也相信最终这些都能有一个解决。”一位华南外贸商告诉记者。

过去10年间,国际贸易环境出现过多次变化,也推动产业链持续进行多市场布局。跨境支付服务商连连国际CEO沈恩光向记者表示,如今跨境电商市场主体八至九成都采用了多平台运营模式,以及全球化市场布局战略,一定程度上起到了风险缓释作用。长期来看,商家必须要做全球供应链的布局。

而张海涵所在的公司已经准备了开拓日本市场的方案。“平时订单中常常看到日文评价,我们关注到全球最大的POD公司都有日文版,因此判断日本POD市场有很大潜力。广州发货去日本只要两三天时间,运费也便宜,理应更有竞争力。”他表示。

同时张海涵也通过公司支付业务的服务商万里汇(Wordfirst)接触到了非洲商家,预计不久的将来非洲兄弟可以穿上广东造的POD打印T恤。

资金网络“开路”数字技术提效

在手续费计算上,传统渠道通常是按照结算次数而不是账单厚度。此外,卖家往往需要在收到外币后,去支付海外仓、物流等费用,这就要求支付工具和场景的高度协同。

值得注意的是,无论是转移战略还是成本压降,都需要物流、仓储、支付等基础设施服务提前做好布局。特别是在拓展新市场过程中,海外支付难题、汇率波动频繁以及全球资金管理比本土经营更为复杂和繁琐,卖家需要更加灵活的策略和技术支持来确保业务扩展。

记者注意到,在当前外贸形势下,包括万里汇、连连国际、X-Transfer、腾讯旗下TenpayGlobal等多家跨境支付机构在近期推出类似“护航”“守卫”“助跑”等计划,在支付环节对外贸商家进行有针对性的服务升级、链路优化或费率优惠。

在雍程翔看来:“未来外贸商家走向欧洲、东南亚和‘一带一路’市场,做好本地化很重要——当我们产品在迪拜上线的时候,结算使用的是迪拉姆;当我们在欧洲出现的时候,可以用欧元结算;当我们在俄罗斯出现的时候是卢布——需要支付机构迅速根据当地汇率进行转换。”

外贸走向强韧性

中诚信国际在近日发布的进出口数据点评中指出,面对特朗普升级关税战对我国出口和经济增长带来的冲击,最重要的是坚持“做好自己的事”。

在采访中,多位业内专家认为,全球化的布局、供应链、成本模型的重构或是外贸企业接下来的工作重点之一。

国家服务贸易专家委员会主任委员郑吉昌向记者表示,美国取消小额免税政策短期内对中国跨境电商的冲击显著,但这将倒逼中国跨境电商行业向品牌化、合规化、本地化转型。长期来看,通过供应链重构、产品升级和市场多元化,跨境电商行业有望在挑战中实现高质量发展。

“从路径上看,依赖直邮的‘铺货型’平台需转向海外仓备货,但海外仓的高成本(仓储、运营)也对中小卖家构成挑战。此外,在物流与仓储体系方面,清关效率将有所下降。如果供应链重

构,需重新规划物流链路(如中国→墨西哥→美国),利用美、墨、加USMCA协定降低关税,但供应链灵活性也会降低。”郑吉昌表示。但拓展非美国市场,商家也需要更加谨慎。在投大数据研究院分析师胡怡文看来,不同市场消费者有不同的产品偏好、质量期望和品牌忠诚度,卖家必须重新调整产品供应和营销策略。此外,从支付层面看,部分市场也有独特的支付偏好,例如严重依赖发票付款和银行转账,这对需要搭建支付系统的卖家而言是巨大挑战。

郑吉昌认为,企业可以通过优化供应链与运营。如注册美国公司,通过本地实体采购、清关,适用一般贸易税率,规避惩罚性

关税。再如近岸布局,在墨西哥低关税地区设仓,利用“半成品+美国组装”模式降低关税负担。此外,企业需要升级产品与品牌,聚焦高附加值品类,淘汰低利润商品,加强品牌溢价和差异化(如获得FCC/FDA认证),提升消费者黏性。同时合规化运营,严格申报流程,避免虚假申报风险,与专业报关公司合作。

网经社电子商务研究中心特约研究员、中国跨境电商50人论坛副秘书长高长春则向记者表示,从卖家端的角度,独立站及平台卖家需重构成本模型。建议工贸一体企业加速布局墨西哥、土耳其等“关税洼地”海外仓,利用USMCA规避25%汽车配件关税等。

中诚信国际在近日发布的进

出口数据点评中指出,面对特朗普升级关税战对我国出口和经济增长带来的冲击,最重要的是坚持“做好自己的事”。一方面,在外需不确定性增强的背景下,需要政策靠前发力,提振内需。另一方面,要不断积累技术优势,进行产业升级,提升我国的出口韧性。

张海涵就向记者表示,他们希望做的不只是连接海外商家和广州工厂,而是想让整个商业模式从设计、订单到发货都更高效、更个性化,让传统制造从“代工”变成“创造”。

“美国97.5%的服装产品依赖进口,关税上涨后美国所有进口服装成本增加,最终伤害的还是美国消费者。”他直言。



张海涵(左)计划进一步拓展非洲市场。

受访者/图

“提效”往往也是最直接的降本方式。在传统操作模式下,一笔跨境贸易货款可能需要一周左右入账,且中间行手续费高昂。万里汇相关负责人告诉记者,通过数字化技术将全球收款、履约、换汇、支付等服务集纳,盘活中小企业跨境贸易全链路营运能力,

卖家资金流转效率可以提升30%以上,最快只需要数小时。

“独立站通过链接万里汇贸易履约及交易保障产品World Trade的API接口,实现了订单的全自动创建、管理与发送,让原本最短也要15天的交货流程,缩短到了最快2天。”张海涵透露。

张海涵就向记者表示,他们希望做的不只是连接海外商家和广州工厂,而是想让整个商业模式从设计、订单到发货都更高效、更个性化,让传统制造从“代工”变成“创造”。

“美国97.5%的服装产品依赖进口,关税上涨后美国所有进口服装成本增加,最终伤害的还是美国消费者。”他直言。

通过金融方案帮助企业盘活存量设备。”该负责人表示。

不过,外贸与国内市场的产品价格差异往往较大,“出口转内销”后原来的外贸型企业如何保证竞争力和利润率值得关注。

对此,前述负责人透露:“我们会以与厂家合作集采的模式,通过规模效应降低成本,例如通过集采新能源汽车获取低车价,再匹配运力服务和综合金融方案,增加利润来源点。”

水平的基础上最高给予20%(八折)让利支持,根据合作方经营计划设置灵活性还款方案,缓解相关合作方时点性运营压力。”该负责人表示。

在他看来,破局外贸,不妨眼光向内,立足国情和政策。“比如农机设备的‘出口转内销’,可以与推进农机装备全程全面升级结合。比如今年以来通过人工智能搭建的风险模型,实现全流程无人化审查,不到2个月我们就累计与近20家经销商达成合作,新增授信约3000万元,帮助农机厂家及经销商抓住了开春销售的旺季。”

融资租赁如何接住“出口转内销”?

本报记者 石健 北京报道

“实际上,融资租赁公司助力设备‘出口转内销’,并非完全应对‘对等关税’的全球冲击,也是立足于国家的扩内需战略。”谈及近期“对等关税”之下的全球贸易变化和影响,厦门国贸创租融资租赁有限公司(以下简称“创程租赁”)负责人这样对《中国经营报》记者说。

记者注意到,为了更好帮助一些农机企业、新能源汽车企业加大销售量,近期融资租赁行业加大了“出口转内销”模式的投入力度。与此同时,自2024以来,不少金租公司和融资租赁也在积极订购国产大飞机C919,扩大国产飞机租赁的内需和业务布局,为“出口转内销”奠定基础。不过,在不少企业看来,如何“挤进”国内的市场份额仍然是个不小的难题。

对此,前述创程租赁负责人认为,应侧重发挥融资租赁公司产业金融属性,制定整套的金融方案,帮助企业渡过难关。

破题“出口转内销”

“‘对等关税’之下,我们其实就关心两个问题,一是如何把产品销售出去,二是销售出去的产品能否盈利。”一些外贸企业近期向记者表示。

广州融资租赁研究院相关分析显示:“‘对等关税’之下,对于受关税影响较大的行业,相关企业设备购置和更新需求会因税负成本上涨而减少,从而对融资租赁企业跨境租赁新增业务造成影响。这其中,受影响比较

立足扩内需

记者在采访中还注意到,不少金租公司和融资租赁公司对于布局“出口转内销”市场早有迹象。

公开资料显示,近两年国内交付使用了16架国产大飞机C919,有9架来自金租或融资租赁公司。据不完全统计,在中国商飞收到的约1500架C919订单中,超过600架由金租或融资租赁公司订购。

对此,一位金租公司相关人员告诉记者,随着国内飞机市场需求加大,一部分出口业务可以转向国内,同时,以租赁替代高额

大的有航空、航材、电子、电力设备等行业。

广州一家新能源汽车公司负责人告诉记者,原本公司有一部分出口份额,最近正计划转向国内市场。

“最近,我们正在为多家企业制定综合金融服务方案。我们主要支持新能源设备、电池、农机等厂商设备‘出口转内销’,依托股东国贸控股的供应链资源,国贸资本旗下创程租赁以金融赋能设

购置成本的模式,能够缓解航空企业资金压力。

在前述创程租赁负责人看来,眼下开展的“出口转内销”模式,并非仅应对“对等关税”之下的全球冲击,更是一项长期需要坚持的模式。“其实,我们从2024年开始就预判了市场形势,一方面立足于国内的扩内需战略,另一方面也是响应新质生产力的发展理念。”

记者注意到,2024年“两新”政策出台,对拉动2024年国内汽车市场起到了关键作用。2024年,我国乘用车销量为2756.3万

辆,同比增长5.8%。多家机构测算,政策拉动国内乘用车销量在200万—250万辆,对国内乘用车市场的增长发挥了决定性的作用。而2025年“两新”政策加大了新能源汽车的市场推广力度,继续实施新能源汽车车购税减免优惠政策。有汽车行业分析师认为,2026年新能源汽车免购置税的政策将会调整为减半征收,因此2025年年底还会对新能源汽车的消费带来一波刺激,助推2025年新能源汽车的销量提升。

面对政策持续加码,不少融资租赁公司瞄准国内的内需

市场,开始为有需求的企业制定融资方案,增加新能源车企的销售份额。

数据显示,新能源汽车产销量占全球比重超过60%。同时,2025年《政府工作报告》也明确提出,要巩固扩大智能网联、新能源汽车等产业领先优势。新能源汽车产业是集新能源技术、新材料、先进制造等诸多新科技为一体的未来产业。

“对涉及出口受阻的项目,在满足基础合规及风险评估要求的基础上,我们对产品综合费率进行调降,在同类常规项目原费率

设备企业的销量增长。”

企查查显示,创程租赁是厦门国贸资本集团有限公司旗下企业,该集团先后布局了供应链、先进制造、城市建设运营、消费与健康、金融服务5个赛道。

当下设备更新政策也有利于“出口转内销”模式的推进。“比如现在很多企业的旧设备需要更新,我们以政策为契机帮助企业更换设备,一方面可以增加上游企业的销售量,另一方面也可以

市场,开始为有需求的企业制定融资方案,增加新能源车企的销售份额。

数据显示,新能源汽车产销量占全球比重超过60%。同时,2025年《政府工作报告》也明确提出,要巩固扩大智能网联、新能源汽车等产业领先优势。新能源汽车产业是集新能源技术、新材料、先进制造等诸多新科技为一体的未来产业。

“对涉及出口受阻的项目,在满足基础合规及风险评估要求的基础上,我们对产品综合费率进行调降,在同类常规项目原费率