

# 破局全球贸易震荡 金融助力做强国内大循环

中经记者 张漫游  
北京报道

在全球经贸格局深度调整的背景下,国际经贸政策持续演变,给全球外贸行业带来多方面影响。2025年以来,关税政策调整变动、地缘政治因素变化、全球物流成本上升等挑战,使中国外贸企业面临一些经营压力,市场不确定性增加。

面对复杂多变的国际环境,我国适时提出“做强国内大循环”,为外贸企业转型升级指明了新方向。当前,越来越多的外贸企业主动调整发展战略,探索开拓潜力巨大的国内市场,积极融入国内国际双循环的新发展格局。

尽管中国外贸企业正加速向内需市场突围,但这条转型之路并非简单的赛道切换,外贸企业面临品牌认知度不足、渠道建设成本高企、供应链体系重构等挑战。在这一转型过程中,金融机构充分发挥专业优势,通过融资支持、结算便利、资源整合、增值服务等多维度举措,为外贸企业打通国内大循环的关键节点,助力外贸企业融入国内大循环。

## 外贸企业应变“突围”

面对外部环境的严峻挑战,众多外贸企业将目光转向国内市场,寻求新的增长点。

作为国家级高新技术企业、青岛市“专精特新”企业,青岛某宠物食品公司凭借自主品牌和全品类宠物食品,产品远销海外,成为宠物食品生产、出口的领军企业。然而2022年9月起,受地缘政治冲突、全球通胀高企等因素影响,中国宠物零食出口出现明显下滑,这家食品公司也明显感受到了阵阵寒意。

“当前外贸环境的不确定性前所未有。”该宠物食品公司相关负责人说道,“关税政策调整、汇率剧烈波动、跨境结算周期拉长,外贸企业面临的压力及风险越来越大。”

惠誉评级亚太区企业评级董事总经理王颖告诉《中国经营报》记者,2025年中国外贸企业在出口方面面临的压力较大,面向美国市场

的外贸企业尤为明显。“尽管中美暂停双方加征关税90天,但美国贸易政策的不确定性导致中国外贸企业出口订单减少。面向其他市场的外贸企业也面临国际贸易环境变化和地缘政治因素引发的需求增速减缓、贸易壁垒增加等情况。”

中国人民大学重阳金融研究院副研究员鲁东红以浙江窗帘企业为例印证上述判断。因关税成本过高,浙江不少窗帘企业不得不暂停对美发货,每周损失订单40万—50万美元。“今年外贸企业在海外市场举步维艰。由于关税政策频繁变动,企业难以制定长期生产与销售计划,陷入观望困境。”

同时,全球经贸增长动能放缓。中国银行(601988.SH)研究院

研究员刘佩忠分析,今年以来,随着全球贸易紧张局势升级、贸易政策不确定性加剧,国际合作缩减将阻碍全球经济增长,全球贸易总量增长承压,外贸企业出口需求受限。

“另外,在供应链方面,美国强化原产地规则核查,部分国家通过设置‘绿色壁垒’非关税壁垒,限制中国产品进入,进一步增加企业进入海外市场的难度与成本。在物流运输方面,红海航运受阻、多国港口罢工等问题频发,导致物流效率大幅下降,运输成本急剧上升。”鲁东红说。

面对外部环境的严峻挑战,众多外贸企业将目光转向国内市场,寻求新的增长点。正如上述宠物食品公司相关负责人所说:“外贸市场

压力更加坚定了我们开拓国内市场,坚持‘两条腿’走路的信心。”

刘佩忠认为,国内超大规模市场优势明显。“我国有14亿人口基数,中等收入群体超过4亿人。居民收入水平和消费规模稳步增长,对商品、服务的需求从‘有没有’加快向‘好不好’转变,消费提质升级趋势明显。特别是年轻群体、‘Z世代’消费者的新兴消费不断涌现,消费需求从标准化向个性化转型,为外贸企业提供了差异化空间。”

此外,国内政策红利持续释放。刘佩忠分析,近两年来,我国宏观政策大力拓展内需消费潜力,保障居民消费能力,提高消费服务质量,推动消费更新升级。此外,在加快内贸外贸一体化发展政策支持下,中国国

际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际服务贸易交易会等大型展会为外贸企业促进国内国际市场供求对接提供了广阔平台。

王颖表示,外贸企业转战国内市场取决于货品是否靠近终端市场、国内终端市场的广度和深度、与国内同类货品比较的差异化优势等多方面因素。“一直以来国内很多线上及线下的门店以‘外贸原单’的定位吸引客户,与国内同类产品相比,客户看重的是外贸订单的设计、品质等方面有差异性优势。因此,如果这一类真正的‘外贸’产品在国内市场销售,若采取适当的定价和销售策略,可以吸引客户,并且可能由于减少中间渠道反而获得理想的利润。”

## 金融助力外贸企业打通内销经脉

针对外贸企业转内销的融资痛点,金融机构正积极创新服务模式,扮演关键“输血者”和“引路人”角色。

外贸企业开拓国内市场也并非易事。2022年12月,为更好地布局国内市场,上述宠物食品公司在安徽正式启动新厂房建设规划。然而,新厂建设与青岛工厂正常运营的双重资金需求,使企业面临严峻的资金周转压力。

王颖分析,当前内需市场存在结构性矛盾:一方面结构性产能过剩压力较大,另一方面外贸企业转向国内市场,需应对市场竞争加剧和行业利润缩水的风险。王颖指出,拓宽国内市场需重塑销售渠道,这需要时间和成本;部分外销产品受众群体聚集海外市场,国内需求短期内无法填补出口的损失。

“外贸订单通常批量大、周期长,而国内市场需求更碎片化,如小批量、多批次等,企业需调整生产计划,提升供应链响应速度,这可能导致生产成本上升。”刘佩忠

表示。

鲁东红认为,品牌认知和渠道建设不足是部分外贸企业在国内展业遇到的瓶颈,尤其是在数字经济和电商渠道领域,新进入企业需投入大量资金和精力培育品牌、构建线上线下渠道,投入成本显著增加;另外,外贸企业的经营模式需从B2B转为B2C,增加了营销成本与资金周转压力,同时产品设计也需调整以契合国内消费者偏好,整体转型成本较高。

“目前国内市场兼具线上渠道和线下渠道,而传统外贸企业依赖B2B订单,缺乏B2C销售渠道和运营经验,甚至面临流量获取成本高、转化率低的问题,外贸企业需学习内容营销、用户运营等新技术,以适应新的营销模式。”刘佩忠补充道。

针对外贸企业转内销的融资痛

点,金融机构正积极创新服务模式,扮演关键“输血者”和“引路人”角色。

上述宠物食品公司相关负责人告诉记者,为解决资金问题,该公司找到了兴业银行(601166.SH)青岛黄岛支行。该行客户经理周黎明考虑到企业异地经营的实际情况,经多方联系、认真筹划,联合兄弟分行为企业量身定制了一套综合金融服务方案。在周黎明的协调下,2023年兴业银行合肥分行为企业发放了10年期的工业厂房贷款9000万元,专项用于企业在安徽的宠物食品项目(一期)建设。这笔关键资金迅速转化为生产力。2025年年初,该项目已经正式投产运营,其中60%~70%的业务都在国内市场,主要聚焦自主品牌产品的销售与推广,预计满产后年收入将达5亿元。

另外,为助力该宠物食品公

司扩大生产,2024年12月兴业银行青岛黄岛支行利用科创企业优惠政策,再次为公司申请了3年期3000万元的贷款,专项用于企业购买原材料。2024年,该宠物食品公司实现销售额增长25%,产量突破8000吨。目前已拥有3项技术发明专利、30多项实用新型专利,集团化的发展模式逐步成熟,国内外市场的天地愈加广阔。

为支持外贸企业开拓国内市场,鲁东红建议,银行不仅可以加大专项信贷投放力度,还可以深化供应链金融服务,通过应收账款融资、存货质押融资等手段,提升企业资金周转效率。

“青岛发展外贸具有天然优势。近年来,面对复杂多变的国际形势,为助力更多外贸企业开拓国内市场,我分行从机制建设、产品创新、科技赋能、流程优化等多方

面着手,助力区域加快形成‘科技—产业—金融’良性循环。”兴业银行青岛分行相关负责人阐述了其服务外贸转型的体系化思路。

记者从中国银行方面了解到,为强化对出口转内销大型商超、电商平台等客户的金融支持保障,该行围绕从采购到销售的全链条,提供账户、结算、融资等一揽子综合金融服务。

刘佩忠认为,除金融服务外,银行还可以搭建资源平台,助力企业市场拓展。“银行可积极联合地方政府、行业协会举办‘外贸转内销’对接会,邀请国内经销商、电商平台与外贸企业面对面洽谈,促成合作。可在手机银行App、信用卡商城开设‘外贸优品’专区,利用银行庞大的客户流量为外贸企业品牌曝光和产品销售提供入口,降低企业获客成本。”

ICBC 工银数字普惠

广告

# 经营快贷

## 产品特点



信用贷款



开放申请



场景多元

\*贷款额度、贷款期限及年化利率以实际审批结果为准。

精准  
流畅  
聪明

# 助

一笔一画  
做普惠



扫码关注  
“中国工商银行”



微信扫码体验  
工行手机银行普惠版