

外贸产品转内销提速增量

本报记者 杨阳腾 刘畅 杨开新 王金虎



规和业务综合处副处长韩魁说。

宁夏出台《宁夏回族自治区加快内外贸一体化发展行动方案》，提出推动外贸企业拓展国内市场，组织开展外贸优品拓内销系列活动，支持有进出口实绩的外贸企业设立商品展示展销中心、参加国内举办的国际性展会。促进优质外贸产品通过电商平台等方式开展内销活动，帮助外贸企业拓展国内市场和渠道。

“在政策层面带来利好，为外贸企业拓内销指明了方向、提供了保障，为宁夏外贸企业开拓国内市场注入了强劲动力。”宁夏枸杞产业发展中心主任翟昊说。

线上线下合力帮扶

“京东集团日前已初步确定 5000 万元的采购订单。”东莞市玩乐童话婴儿用品有限公司总经理王振介绍，今年以来，公司积极探索内销转型路径，目前已在京东超市开设直营店。

四川的各大商品市场、大型连锁商超和电商平台纷纷行动起来，为企业外贸转内销搭建平台、畅通渠道。成都红旗连锁股份有限公司总经理曹世如说，红旗连锁将依托上千家门店的渠道优势，开设外贸商品专区，帮助企业更好实现外贸转内销。

黄老五食品股份有限公司是内江市一家集生产、加工、销售、科研为一体的综合性食品企业。公司外贸经理原静静告诉记

者，“我们第一时间向政府部门报告了当前的库存情况、待出口货数量，各大商超也及时联系我们，告知支持企业外贸转内销的措施，为企业设置销售专区、上架产品”。

在京东“出口转内销”云专区上线之际，山东日照市岚山区老牌外贸企业丰华食品有限公司的生产车间分外忙碌。“首批上线产品包括 20 余款出口明星单品，后续计划通过阿里巴巴 1688 平台建立国内品牌专区。”山东丰华食品有限公司总经理仲伟华向记者介绍，岚山区商务局精准施策，帮助企业找到了更多内销渠道。

如何进一步拓展内销市场，实现内外贸双轮驱动，对宁夏枸杞产业的长远发展至关重要。在线下，宁夏推动企业与社区团购、农产品专卖店、连锁药店等合作，在全国多地开设“宁夏枸杞直营店”；在线上，宁夏积极引导国内头部电商平台，为宁夏枸杞企业开设“宁夏枸杞专区”，并提供电商运营培训。

宁夏吴忠市商务和投资促进局副局长马平表示，该市支持外贸企业与知名电商平台合作，积极参加网上购物节，有序发展直播带货、场景体验等新业态新模式，壮大 B2C 业务，支持企业开拓内销市场。

内外贸一体化发展

在一系列政策举措和线上线下合力赋能

下，各地推动内外贸一体化取得积极成效。

位于广东河源市的宝嘉怡升制衣厂（河源）有限公司生产车间内，机器轰鸣。过去，该公司海外市场销售占比约 70%。面对新形势，企业积极拓展国内市场，公司董事长曾适生介绍，针对企业办理内销征税时涉税要素申报难度大、技术性要求高的问题，广州海关所属河源海关组织业务骨干“送策上门”，实行“解读—评估—实施”全过程指导。今年一季度，公司加贸内销货值达 849 万元，同比增长 45%。

在广东，加快推进内外贸一体化好消息不断。数据显示，今年 1 月至 4 月，黄埔海关所属东莞海关辖区近 400 家加贸企业享受内销便利化措施，出货提速 80% 以上。今年一季度，广州海关关区内加贸企业内销货值达 22 亿元，同比增长 1.2%。

海关总署广东分署稽查工作处副处长叶坤介绍，分署及省内海关将继续深入推动广东省内外贸一体化发展，提升通关服务保障力度，助力外贸企业更好开拓国内市场，为广东省外贸稳量提质贡献海关力量。

近日，四川在泸州市启动外贸优品中华行（四川站）活动，活动启动仪式借力泸州国际酒博会百万客商资源，重点打造“外贸优品”展销平台。省内 80 家外贸出口企业带来智能 3C 数码、智能家电、名优农特产品等百余种外贸优品，在为期 3 天的展示展销活动中，参展参会企业共签订意向订单超 7000 万元。

位于山东潍坊安丘市、以出口畜产品为主的山东鲁丰集团一季度交出了一份亮眼的“转内销”成绩单：国内销售额突破 7500 万元，产品已覆盖国内 3 万多家便利店。在今年初当地政府组织的一次对接会上，鲁丰集团了解到日资企业 711 便利店在中国国内的店面正在寻找鸡肉产品供应商。“正好集团有出口日本的经验，拿出我们的质量标准体系和产品一进行对接，很快便拿到了订单。”山东鲁丰集团有限公司副总经理刘永发说。

山东外贸企业以新应变，以变应变，加速开拓国内市场，实现逆势突围。今年前 4 个月，山东进出口实现 1.13 万亿元，同比增长 7.6%。

近日，中办、国办印发《关于进一步强化食品安全全链条监管的意见》，提出推动平台和商户实行“互联网+明厨亮灶”，强化无堂食外卖监管和社会监督。食品安全是公众关注的焦点，“互联网+明厨亮灶”正以人们“看得见”的方式，让食品生产直观呈现在老百姓的眼前，将食品安全始终摆放在消费者的餐桌上。

打开厨房，强化监督，体现了相关部门守护人民群众“舌尖上的安全”的决心，也有利于餐饮商家不断规范经营行为，强化消费者与商家的信任纽带。“互联网+明厨亮灶”借助视频监控和互联网技术，对餐饮商家后厨进行实时直播，将后厨的每一处细节、每一道操作工序透明化，直面消费者的监督。这种底气，源于商家严格的品质把控和规范管理。干净整洁的后厨环境、妥善存放的新鲜食材、规范有序的操作流程，能够提升消费者的信任感，帮助商家树立良好的品牌形象，从而带来更多潜在客源。

擦亮灶台，敢让人看，这一认识逐渐成为从业者的共识，有助于餐饮行业迈向良性发展。当越来越多商家参与到明厨亮灶行动中，会形成积极的示范效应，促使行业朝着更加规范、透明的方向发展。一方面，将倒逼品控不严、管理不善的商家改进自身不足，提升卫生和品质标准；另一方面，为监管部门提供了更便捷的监督渠道，降低了监管成本，提高了监管效率。在这样的良性循环下，餐饮行业服务品质有望得到明显提升，最终使广大消费者受益。

“互联网+明厨亮灶”是对食品安全监管的一项有益尝试，但也要看到，从已有的后厨直播实践来看，部分商家仍存在选择性直播、故意模糊镜头等现象。应避免后厨直播沦为形式主义，让“明厨亮灶”真正发挥效用，守牢食品安全底线，实现平台、商家和消费者的共赢。

（上接第一版）

“智能品种智造是未来农业科技竞争的制高点。”中国科学院院士李家洋介绍，智能育种依靠“生物技术+信息技术+人工智能”，培育出最优化的动态调整株型，最终实现增产增质、减投减损的目标。

加力培育创新环境

种业振兴离不开具有核心研发能力、产业创新能力和国际竞争力的种业企业。科技创新要让企业来当出题人、答题人。

农业农村部从全国种业企业中遴选出 270 家优势企业，构建国家种业企业阵型，推动科研单位、金融机构、种业基地与企业对接，创新发展取得明显成效。阵型企业普遍建成省部级重点实验室、博士后工作站等种业创新平台，初步构建了以企业为主体的商业化育种体系。中化先正达、中信隆平稳垦全球种业前十强，广东、四川、浙江等多个省份相继组建省级种业集团。

为了进一步提升种源安全保障水平，我国加快种业基地建设，形成甘肃玉米、四川水稻、黑龙江大豆和海南南繁等国家级基地，健全良种繁育“国家队”，供种保障率达到 78%。

“南繁硅谷”是国家种业科

技创新攻关的核心平台。据估算，我国新育成的农作物品种中，超 70% 经过南繁选育。海南省委常委、三亚市委书记王祺扬表示，南繁已实现从单纯育种到传统基地再到全产业优化升级的种业高地蝶变。南繁基地划定了 26.8 万亩保护区，建设了 5.3 万亩核心区，建成一批南繁公共实验服务平台，培育种业 CRO（合同研究组织）业态，推动技术、资金、数据等要素加速聚集。

激励创新需要良好的市场环境。全国农业技术推广服务中心首席专家王玉玺认为，加强企业与科研院所的合作，关键在于加大植物新品种保护力度，形成市场化导向的共享与利益分配机制。

近年来，相关部门紧密配合，从立法、司法、执法等层面协同推出打假护权“组合拳”，初步形成了种业知识产权大保护格局。日前，农业农村部发布新一批非主要农作物品种登记公告，推出特色品种 1254 个，同时撤销“仿种子”问题品种 313 个。农业农村部将继续扩大“仿种子”清理范围，加快优质特色品种推广应用，严格品种登记审查，从源头上防止“仿种子”，为保障粮食和重要农产品稳定安全供给、构建多元化食物供给体系提供良种支撑。



5月17日拍摄的重庆石柱县刀背梁风电场。近年来，当地依托资源优势，大力发展风电等绿色能源。风车矗立于山脊云雾之间的独特景色，吸引了众多游客前来“打卡”。
陈清素摄（中经视觉）

湖北大冶构建氢能产业链 助力绿色转型

——访龙竹科技集团股份有限公司董事长连健昌

湖北大冶，素有“中国铜都”之称。这里，一座座现代化的氢能产业链正在崛起，标志着国内岩洞储氢技术实现从“0”到“1”的突破。“用山体作为巨大储气罐，经济又安全。”中冶武勘工程设计院总经理陈斌介绍，该项目是我国对岩洞大规模储氢技术的首次本报报道，大冶市矿产资源丰富，非常适合作为岩洞储氢技术的试点。

向地下要空间，向科技要答案。大冶市联合中国科学院武汉岩土力学研究所，突破临氢材料、智慧管控等关键技术，将废弃矿洞改造为“地下氢库”，实现董庆森采空区变能源仓、尾矿场变发电站”的转变。

产业链不断延伸，全产业链闭环加速构建。在大冶湖高新区，一座氢能创新科技园拔地而起。园中的智慧化信息中心将应用实施氢能产业智能管控平台，以信息化、云计算、物联网等先进技术为支撑，对氢能全产业链生态的数据进行采集、分析和管管理，实现智能化运营。同时，围绕上下游产业，科技园将吸引科技研发、氢能应用等关联企业入驻，为氢能产业发展装上“智慧大脑”。

对话民营企业

在“双碳”战略引领新型工业化建设、高质量发展的背景下，传统制造业正以科技创新为引擎加速转型升级。如何面对全球绿色经济新赛道？企业怎样以智能化升级赋能循环经济？在推动民营经济高质量发展的政策机遇期，企业如何构建可持续核心竞争力？近日，《中国企业家》记者专访了龙竹科技集团股份有限公司董事长连健昌。

记者：当前国家大力推动绿色低碳转型，《加快“以竹代塑”发展三年行动计划》等政策相继出台，龙竹科技如何把握这一战略机遇？

连健昌：根据联合国环境规划署 2021 年发布的评估报告，在全世界总计生产出的 92 亿吨塑料制品中，约有 70 亿吨成了塑料垃圾，而这些塑料垃圾的回收率不足 10%。作为绿色、低碳、可降解的生物质材料，竹子在应对全球禁塑、限塑、低碳、绿色发展领域大有可为，而我国是世界上竹子资源最丰富的国家，正迎来绿色产业革命的战略窗口期。

龙竹科技成立于 2010 年 4 月，是一家以竹为主材，专注于竹材料研

发、产品设计、生产、自主品牌建设及产品销售为一体的高新技术企业。目前，公司产品涵盖收纳置物、餐具、园艺、家具等诸多系列。公司坚定“以竹代塑、以竹代木”的发展战略，坚持走清洁生产、循环经济及淘汰高耗能、高污染、低产能的生产方式，以保护环境为己任，践行绿色低碳发展之路，努力推动和实现碳中和，达到可持续发展的目标。

记者：在推动竹产业高质量发展过程中，龙竹科技如何形成核心竞争力？

连健昌：传统企业转型升级必须走差异化创新之路。龙竹科技将“守正创新”作为企业核心价值观，在持续巩固现有业务的基础上，近两年将战略重点转移到材料创新上，跳出了过去行业低端产品的红海博弈，转而过开辟新的价值高地：通过对竹材的深入研究，探索竹与钢、木材、陶瓷等多种材料的结合，制造更易于市场接受、受众范围更广的竹产品，打开竹产业的“另一扇窗”。

公司自主研发出无刻痕式竹展开、高硬度竹青皮薄片分离、超薄纵向竹材刨切等新技术，突破了竹材料

传统按生长周期、颜色分类的粗放模式，转而按更稳定的指标材料密度分级，使其物理性能可控化、标准化，从而不断涌现出新的应用场景，扩大行业市场份额。

目前，公司开发出了缠绕式竹吸管、竹青皮衣架等“以竹代塑”类新品；竹材正交复合板等“以竹代木”类产品，将应用于家具、地板、车箱板等场景；通过持续改进和技术攻关，朝着“以竹代钢”、精细化工领域迈进。截至 2024 年，我们已获得“以竹代塑”“以竹代木”新系列产品相关专利 92 项。

我们的逻辑是通过这些核心竞争力转化为产品力，继而将产品力转化为品牌力，推动竹产业实现转型升级。未来，行业传统“价格战”将让位于“性能战”。

记者：国家提出加快推动数字化转型和技术改造，龙竹科技在这方面有何突破？

连健昌：在人工智能成为新质生产力核心引擎的当下，数字化转型已从企业的选修课升级为必修课，唯有将 AI 深度植入研发、生产、运营全链条，方能在高质量发展赛道抢占先机。

目前龙竹科技成立了专门的自动化团队，在材料生产端通过数据分类取代过去的经验分类，以保证材料的稳定性，适应后期工业化大生产；在市场环节建立各渠道的数据库，在原材料性能和市场需求两端进行大数据排列组合，形成最佳的材料组合，让产品单位价值达到最高。

AI 技术让竹材加工从经验驱动转向数据驱动，让传统工艺与智能时代的新质生产力相结合。

记者：如何看待当前民营经济发展机会？对企业转型升级有何建议？

连健昌：党和国家一直以来都高度重视民营经济经济发展，各地提出扶持竹产业高质量发展的政策给行业创造了许多机会。与此同时，企业作为经营主体，也必须不断提高自身的应变能力。

当前全球产业链深度调整，为技术密集型企业创造了“换道超车”窗口期。在此过程中，企业应发展内生动力，加速人才结构升级、加速市场响应、发现海外市场补位机会……企业只有快速迭代创新，才能在快节奏变革中生存下来。

我们将继续深度融入国家“双碳”战略，将绿色创新转化为市场优势；以跨界思维突破行业边界，用高分子材料等加工技术改造竹加工行业，共同推进产品质量变革、效率变革。