

# 羊城晚报

1957年10月1日创刊



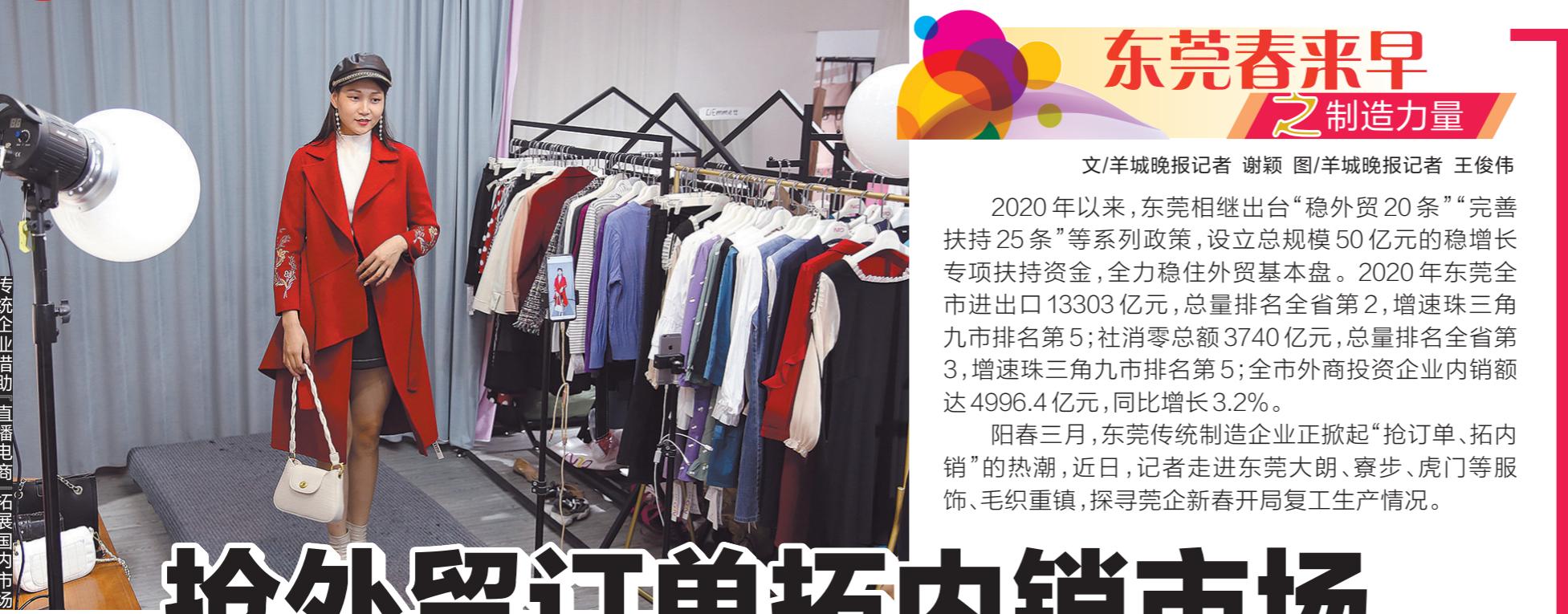
东莞新闻

2021年3月

12

星期五 < 辛丑年正月廿九 >

A17



## 抢外贸订单拓内销市场

东莞制造企业以“过硬品质+创新形式”加速融入“双循环”

### 外贸订单增长赢在品质

近日，记者在东莞多个镇街工业园走访看到，园区人气旺盛，不少企业门口打出招聘公告，开工势头一片火热。“今年外贸订单还不错，较去年同期有增长，招工一直在继续。”一家企业的招聘负责人告诉记者。

东莞素有“世界工厂”的美誉，外贸依存度高。根据2020年发布的广东制造业500强榜单中，东莞上榜企业数量达78家，全省排名第5。

虎门镇香港中怡富企业有限公司扎根虎门镇32年，是一家集研发、设计、生产及品牌运营于一体的现代化服装企业，公司生产的女装主要出口欧美和东南亚地区。“开春以来，订单已经排满，车间也在加大马力生产。”企业负责人陈太告诉记者，2020年以来，企业的外贸订单出现了一些变化。

“以前我们都只接国外几万十几万件的大单，以基本款为主，现在很多客户的单量

在变小，同一个款可能是几千或几百件，款式更新快。”陈太说，从去年下半年开始，外贸订单量开始快速增加，她分析，由于国外疫情持续蔓延，导致东南亚许多工厂无法开工，海外订单纷纷“砸”向疫情得到有效防控的国内。

位于寮步镇的东莞晶富编织有限公司也是同样的情况，面对2020年的疫情，该公司出口美国的运动鞋订单不降反增，实现了逆势增长。公司董事长雷兴余预计，随着今年客户订单的进一步增加，工厂要增加生产线扩招工人，预计能做到120万双。

记者了解到，东莞晶富编织有限公司出口到美国的运动鞋品牌采取电商销售模式，近几年来年均保持着40%的市场增长。“我们在品质上抓得很严，客户和消费者的信赖，是我们能够在疫情之下实现逆势增长的主要原因。”雷兴余告诉记者。



### 打通堵点支持企业出口转内销

为了填补外贸订单的空档期，东莞晶富编织有限公司目前也正在积极向内销拓展。“今年我们刚刚增加了童鞋业务，仅3月份就有4万双订单，还是客户慕名上门来的。”就在记者采访时，雷兴余的工厂又来了一拨前来考察的客户。

记者在晶富编织有限公司生产线上看到，“成型”这道工序是制造一双鞋子的关键，整个流程要通过贴面、刷胶、贴底、压底，既要高温又要冷冻，才能保证一双鞋子的舒适性和耐力性。

为了保证每双鞋子的出品，晶富公司在公司内部设立品检站。据介绍，一些出口订单要求鞋子的单位拉力值不得低于5kg，而在晶富这里，甚至达到8-9kg，同时公司出货快、效率高，对于慕名前来的客户来说，这正是吸引力所在。

与晶富公司一样，积极拓展内销的传统制造企业在不在少数。记者从东莞市商务局获悉，在促内销方面，东莞市去年设立内销增长奖励、境内参展资助等专项资金，安排约3500万预算打造“东莞制造专区”，建设电商直播基地，举办直播带货大赛等帮助外贸企业开拓内销。同时，还制定《关于支持出口产品转内销三年行动计划》，实施“东莞制造”品牌提升计划，推动“东莞制造”融入国内大循环，增强东莞本土商品的内销竞争力和影响力。

东莞牢牢把握扩大内需的战略基点，不断增强畅通国内大循环和联通国内国际双循环的功能，积极推动企业拓展内销市场。2020年，全市外商投资企业内销额达4996.4亿元，同比增长3.2%。



传统服装企业逐渐把重心从线下转到线上

研发。”李敬峰说。去年11月，公司自主品牌乃粒的原创设计系列作品在中国毛织设计精英邀请赛中斩获金奖。

同样，在虎门镇一家外贸服装企业，

老板亲自上阵“带货”，其在平台讲“外贸经”受到了网友的喜爱，该老板认为，在资讯发达和传播手段多样化的现今，直播平台的流量也给传统制造业注入了新的增长点，进一步扩大了潜在客户群体。

“宝宝们，喜欢的请在直播间直接拍下，还有什么问题吗……”在两个约10

平方米的直播间里，两名主播一边试穿衣服，一边跟网友对话解说，旁边的助理则在飞快地处理后台订单，这一幕天天在大朗镇朗天服饰公司上演。

去年疫情影响下，该公司订单量仍超200万件，通过电商直播直接带动了30%的增长。“公司以前外贸出口欧美女装，码数偏大，转内销后没想到反而在‘大码女装’领域闯出了一片天地。”企业负责人李敬峰开心地告诉记者。

现在，公司的电商直播团队已经发展到7个人，不仅每天直播，每周二还会在1688平台上新，直播已成为朗天服饰展示自我的主要窗口。“去年许多客户都是从线上引流过来线下洽谈的，直播算是给我们打出了知名度。随着知名度上升，我们开创了自己的品牌，更注重设计

研发。”李敬峰说。去年11月，公司自主

品牌乃粒的原创设计系列作品在中国毛

织设计精英邀请赛中斩获金奖。

同样，在虎门镇一家外贸服装企业，

老板亲自上阵“带货”，其在平台讲“外贸经”受到了网友的喜爱，该老板认为，在资讯发达和传播手段多样化的现今，直播平台的流量也给传统制造业注入了新的增长点，进一步扩大了潜在客户群体。

“宝宝们，喜欢的请在直播间直接拍下，还有什么问题吗……”在两个约10

平方米的直播间里，两名主播一边试穿衣服，一边跟网友对话解说，旁边的助理则在飞快地处理后台订单，这一幕天天在大朗镇朗天服饰公司上演。

去年疫情影响下，该公司订单量仍超200万件，通过电商直播直接带动了30%的增长。“公司以前外贸出口欧美女装，码数偏大，转内销后没想到反而在‘大码女装’领域闯出了一片天地。”企业负责人李敬峰开心地告诉记者。

现在，公司的电商直播团队已经发展到7个人，不仅每天直播，每周二还会在1688平台上新，直播已成为朗天服饰展示自我的主要窗口。“去年许多客户都是从线上引流过来线下洽谈的，直播算是给我们打出了知名度。随着知名度上升，我们开创了自己的品牌，更注重设计

研发。”李敬峰说。去年11月，公司自主

品牌乃粒的原创设计系列作品在中国毛

织设计精英邀请赛中斩获金奖。

同样，在虎门镇一家外贸服装企业，

老板亲自上阵“带货”，其在平台讲“外贸经”受到了网友的喜爱，该老板认为，在资讯发达和传播手段多样化的现今，直播平台的流量也给传统制造业注入了新的增长点，进一步扩大了潜在客户群体。

“宝宝们，喜欢的请在直播间直接拍下，还有什么问题吗……”在两个约10

平方米的直播间里，两名主播一边试穿衣服，一边跟网友对话解说，旁边的助理则在飞快地处理后台订单，这一幕天天在大朗镇朗天服饰公司上演。

去年疫情影响下，该公司订单量仍超200万件，通过电商直播直接带动了30%的增长。“公司以前外贸出口欧美女装，码数偏大，转内销后没想到反而在‘大码女装’领域闯出了一片天地。”企业负责人李敬峰开心地告诉记者。

现在，公司的电商直播团队已经发展到7个人，不仅每天直播，每周二还会在1688平台上新，直播已成为朗天服饰展示自我的主要窗口。“去年许多客户都是从线上引流过来线下洽谈的，直播算是给我们打出了知名度。随着知名度上升，我们开创了自己的品牌，更注重设计

研发。”李敬峰说。去年11月，公司自主

品牌乃粒的原创设计系列作品在中国毛

织设计精英邀请赛中斩获金奖。

同样，在虎门镇一家外贸服装企业，

老板亲自上阵“带货”，其在平台讲“外贸经”受到了网友的喜爱，该老板认为，在资讯发达和传播手段多样化的现今，直播平台的流量也给传统制造业注入了新的增长点，进一步扩大了潜在客户群体。

“宝宝们，喜欢的请在直播间直接拍下，还有什么问题吗……”在两个约10

平方米的直播间里，两名主播一边试穿衣服，一边跟网友对话解说，旁边的助理则在飞快地处理后台订单，这一幕天天在大朗镇朗天服饰公司上演。

去年疫情影响下，该公司订单量仍超200万件，通过电商直播直接带动了30%的增长。“公司以前外贸出口欧美女装，码数偏大，转内销后没想到反而在‘大码女装’领域闯出了一片天地。”企业负责人李敬峰开心地告诉记者。

现在，公司的电商直播团队已经发展到7个人，不仅每天直播，每周二还会在1688平台上新，直播已成为朗天服饰展示自我的主要窗口。“去年许多客户都是从线上引流过来线下洽谈的，直播算是给我们打出了知名度。随着知名度上升，我们开创了自己的品牌，更注重设计

研发。”李敬峰说。去年11月，公司自主

品牌乃粒的原创设计系列作品在中国毛

织设计精英邀请赛中斩获金奖。

同样，在虎门镇一家外贸服装企业，

老板亲自上阵“带货”，其在平台讲“外贸经”受到了网友的喜爱，该老板认为，在资讯发达和传播手段多样化的现今，直播平台的流量也给传统制造业注入了新的增长点，进一步扩大了潜在客户群体。

“宝宝们，喜欢的请在直播间直接拍下，还有什么问题吗……”在两个约10

平方米的直播间里，两名主播一边试穿衣服，一边跟网友对话解说，旁边的助理则在飞快地处理后台订单，这一幕天天在大朗镇朗天服饰公司上演。

去年疫情影响下，该公司订单量仍超200万件，通过电商直播直接带动了30%的增长。“公司以前外贸出口欧美女装，码数偏大，转内销后没想到反而在‘大码女装’领域闯出了一片天地。”企业负责人李敬峰开心地告诉记者。

现在，公司的电商直播团队已经发展到7个人，不仅每天直播，每周二还会在1688平台上新，直播已成为朗天服饰展示自我的主要窗口。“去年许多客户都是从线上引流过来线下洽谈的，直播算是给我们打出了知名度。随着知名度上升，我们开创了自己的品牌，更注重设计

研发。”李敬峰说。去年11月，公司自主

品牌乃粒的原创设计系列作品在中国毛

织设计精英邀请赛中斩获金奖。

同样，在虎门镇一家外贸服装企业，

老板亲自上阵“带货”，其在平台讲“外贸经”受到了网友的喜爱，该老板认为，在资讯发达和传播手段多样化的现今，直播平台的流量也给传统制造业注入了新的增长点，进一步扩大了潜在客户群体。

“宝宝们，喜欢的请在直播间直接拍下，还有什么问题吗……”在两个约10

平方米的直播间里，两名主播一边试穿衣服，一边跟网友对话解说，旁边的助理则在飞快地处理后台订单，这一幕天天在大朗镇朗天服饰公司上演。

去年疫情影响下，该公司订单量仍超200万件，通过电商直播直接带动了30%的增长。“公司以前外贸出口欧美女装，码数偏大，转内销后没想到反而在‘大码女装’领域闯出了一片天地。”企业负责人李敬峰开心地告诉记者。

现在，公司的电商直播团队已经发展到7个人，不仅每天直播，每周二还会在1688平台上新，直播已成为朗天服饰展示自我的主要窗口。“去年许多客户都是从线上引流过来线下洽谈的，直播算是给我们打出了知名度。随着知名度上升，我们开创了自己的品牌，更注重设计

研发。”李敬峰说。去年11月，公司自主

品牌乃粒的原创设计系列作品在中国毛

织设计精英邀请赛中斩获金奖。

同样，在虎门镇一家外贸服装企业，

老板亲自上阵“带货”，其在平台讲“外贸经”受到了网友的喜爱，该老板认为，在资讯发达和传播手段多样化的现今，直播平台的流量也给传统制造业注入了新的增长点，进一步扩大了潜在客户群体。

“宝宝们，喜欢的请在直播间直接拍下，还有什么问题吗……”在两个约10

平方米的直播间里，两名主播一边试穿衣服，一边跟网友对话解说，旁边的助理则在飞快地处理后台订单，这一幕天天在大朗镇朗天服饰公司上演。

去年疫情影响下，该公司订单量仍超200万件，通过电商直播直接带动了30%的增长。“公司以前外贸出口欧美女装，码数偏大，转内销后没想到反而在‘大码女装’领域闯出了一片天地。”企业负责人李敬峰开心地告诉记者。

现在，公司的电商直播团队已经发展到7个人，不仅每天直播，每周二还会在1688平台上新，直播已成为朗天服饰展示自我的主要窗口。“去年许多客户都是从线上引流过来线下洽谈的，直播算是给我们打出了知名度。随着知名度上升，我们开创了自己的品牌，更注重设计

研发。”李敬峰说。去年11月，公司自主

品牌乃粒的原创设计系列作品在中国毛

织设计精英邀请赛中斩获金奖。

同样，在虎门镇一家外贸服装企业，

老板亲自上阵“带货”，其在平台讲“外贸经”受到了网友的喜爱，该老板认为，在资讯发达和传播手段多样化的现今，直播平台的流量也给传统制造业注入了新的增长点，进一步扩大了潜在客户群体。

“宝宝们，喜欢的请在直播间直接拍下，还有什么问题吗……”在两个约10

平方米的直播间里，两名主播一边试穿衣服，一边跟网友对话解说，旁边的助理则在飞快地处理后台订单，这一幕天天在大朗镇朗天服饰公司上演。

去年疫情影响下，该公司订单量仍超200万件，通过电商直播直接带动了30%的增长。“公司以前外贸出口欧美女装，码数偏大，转内销后没想到反而在‘大码女装’领域闯出了一片天地。”企业负责人李敬峰开心地告诉记者。

现在，公司的电商直播团队已经发展到7个人，不仅每天直播，每周二还会在1688平台上新，直播已成为朗天服饰展示自我的主要窗口。“去年许多客户都是从线上引流过来线下洽谈的，直播算是给我们打出了知名度。随着知名度上升，我们开创了自己的品牌，更注重设计

研发。”李敬峰说。去年11月，公司自主

品牌乃粒的原创设计系列作品在中国毛

织设计精英邀请赛中斩获金奖。

同样，在虎门镇一家外贸服装企业，

老板亲自上阵“带货”，其在平台讲“外贸经”受到了网友的喜爱，该老板认为，在资讯发达和传播手段多样化的现今，直播平台的流量也给传统制造业注入了新的增长点，进一步扩大了潜在客户群体。

“宝宝们，喜欢的请在直播间直接拍下，还有什么问题吗……”在两个约10

平方米的直播间里，两名主播一边试穿衣服，一边跟网友对话解说，旁边的助理则在飞快地处理后台订单，这一幕天天在大朗镇朗天服饰公司上演。

去年疫情影响下，该公司订单量仍超200万件，通过电商直播直接带动了30%的增长。“公司以前外贸出口欧美女装，码数偏大，转内销后没想到反而在‘大码女装’领域闯出了一片天地。”企业负责人李敬峰开心地告诉记者。

现在，公司的电商直播团队已经发展到7个人，不仅每天直播，每周二还会在1688平台上新，直播已成为朗天服饰展示自我的主要窗口。“去年许多客户都是从线上引流过来线下洽谈的，直播算是给我们打出了知名度。随着知名度上升，我们开创了自己的品牌，更注重设计

研发。”李敬峰说。去年11月，公司自主

品牌乃粒的原创设计系列作品在中国毛

织设计精英邀请赛中斩获金奖。

同样，在虎门镇一家外贸服装企业，

老板亲自上阵“带货”，其在平台讲“外贸经”受到了网友的喜爱，该老板认为，在资讯发达和传播手段多样化的现今，直播平台的流量也给传统制造业注入了新的增长点，进一步扩大了潜在客户群体。

“宝宝们，喜欢的请在直播间直接拍下，还有什么问题吗……”在两个约10

平方米的直播间里，两名主播一边试穿衣服，一边跟网友对话解说，旁边的助理则在飞快地处理后台订单，这一幕天天在大朗镇朗天服饰公司上演。

去年疫情影响下，该公司订单量仍超200万件，通过电商直播直接带动了30%的增长。“公司以前外贸出口欧美女装，码数偏大，转内销后没想到反而在‘大码女装’领域闯出了一片天地。”企业负责人李敬峰开心地告诉记者。

现在，公司的电商直播团队已经发展到7个人，不仅每天直播，每周二还会在1688平台上新，直播已成为朗天服饰展示自我的主要窗口。“去年许多客户都是从线上引流过来线下洽谈的，直播算是给我们打出了知名度。随着知名度上升，我们开创了自己的品牌，更注重设计

研发。”李敬峰说。去年11月，公司自主

品牌乃粒的原创设计系列作品在中国毛