

中国智能家居乘势出海拓市场

■ 本报记者 张寒梅

“根据麦肯锡的低高端分析，到2030年，家庭物联网产品的经济价值将达4400亿美元到8300亿美元之间。”赛文思营销咨询(深圳)有限公司(以下简称赛文思)日前发布的《2022智能家居出海行业报告》(以下简称《报告》)显示，随着物联网技术的渗透以及大众“宅生活”时间的增加，全球越来越多的人将在购买和使用智能家居设备上进行更多消费，中国智能家居品牌出海正在迎来新的市场机遇。

日前，赛文思商务总监林恬旭在接受《中国贸易报》记者采访时表示，赛文思多年来一直关注家居行业出海的情况，一方面在于公司为出海品牌提供数字营销服务过程中，发现家居产品在海外需求增速较快；另一方面因为家居产品体积相对较大，在跨境电商领域不同于可采取小包直发方式的小件产品，需提前对仓储、物流等做好准备，出海门槛较高，而赛文思则更擅长于服务大件产品的出海。通过自有数据库和自研工具、与谷歌等海外头部搜索引擎以及第三方平台合作，赛文思组建研究团队编写了该《报告》，赋能智能家居国货品牌出海。

《报告》称，到2025年，智能家居全球收入预计达到1823亿美元，增速为18.1%。其中，智能家电是规模占比最多的品类，到2025年全球收入预计达到711亿美元，增速19.3%。

“便携式储能电源是智能家电领域当下热门产品之一，行业规模前景非常可观。”林恬旭举例说，便携式储能电源是一种可在没有电网的环境下给大功率设备供电的移动电源，常用于家中应急、野外露营、户外拍摄、房车自驾等场景中。除了适用于多种场景，它还有小巧便携、造型美观、安全性能高、使用清洁能源自然环保、可支持多种充电方式等优势，深受海外用户喜爱。在户外活动普及率较高的欧美国家，便携式储能电源已融入到人们日常生活中，成为刚性刚需。锂电池技术的进步以及大规模商业化运用下成本持续降低，也为便携式储能电源产品的畅销奠定了基础。

亚马逊bestseller销售榜显示，2021年，便携式储能电源市场容量高达102.63万台，比2018年增长近15倍。Google数据显示，2020年到2022年，美国连续两年对储能电源搜索量同比增加约40%。同时，网站分析工具similarweb显示，增速最快的电子产品品牌前10名中，便携式储能电源占据两席。

根据《报告》，北美目前是便携式储能电源最大的市场，占据半数以上的市场需求，亚洲、欧洲次之。中国是便携式储能电源主要生产地，不仅供应链较为成熟，品牌表现也日渐强势，亚马逊美国站Best Seller Ranking数据显示，排名前20的便携式储能电源品牌中，有10个是中国品牌。

此外，扫地机器人和割草机也是海外需求较高的智能家电产品。从Google Trends数据来看，过去5年扫地机器人的全球搜索量呈上升趋势。其中，海外市场主要的中国品牌科沃斯(Ecovacs)、石头科技(Roborock)搜索量稳中有升，尤其是石头科技(Roborock)已经和美国龙头品牌iRobot十分接近。《报告》预测，到2025年，全球扫地机器人行业市场规模将达到75亿美元。

“高性价比，是中国产品出海的竞争力之一。”林恬旭表示，根据亚马逊美国站数据，在同类产品中，中国扫地机器人产品价格是iRobot的70%-80%，价格更具优势。而且，海外扫地机器人产品多以单一“扫地”功能为主，若为满足“扫地”和“擦地”两种需求，消费者需购买两台不同的机器，成本较高。而中国品牌产品性能则更全面，以科沃斯为例，其扫地机器人已经由单一的

清扫功能转变为扫拖一体产品；清扫方式由先吸后拖，转变为同时吸拖，极大提高了清洁效率，真正实现了智能自清洁。

对于割草机，由于海外家庭一年中割草次数较为频繁但人工成本高，割草机在海外需求量庞大。在林恬旭看来，高需求的背后也蕴藏着一系列挑战，出海品牌需加以注意。一是技术不够完善，如定位导航、边缘切割、清洁、降噪、爬坡能力、安全性等问题需要解决；二是售后服务难以保障，海外市场复杂性远高于国内，出海品牌要在海外市场自建售后难度大且成本高，虽然有专业的第三方独立售后服务公司，但随着不同品牌、不同标准的割草机产品进入市场，第三方售后服务将很难满足出海品牌的售后需求；三是市场集中度高，渠道壁垒强，如何提高海外消费者的接受度、认可度，将需要出海品牌在产品性能和品牌营销方面做出努力。

据德国《法兰克福汇报》网站2月10日报道，德国联邦统计局宣布，虽然2022年德国和其他欧盟国家对俄罗斯的出口下降了，但是俄罗斯得以从其他国家购买更多商品，对外贸易甚至增加了。国际货币基金组织在1月份发布的预测中，预计俄罗斯今年经济将略有增长，2024年经济总量将增长2.1%——这超过对德国的经济预期。

由于能源价格上涨，俄罗斯2022年1月至11月的出口额共计5380亿美元，同比增长约四分之一。进口额下降12.7%至2300亿美元。两者相加可得，俄罗斯2022年前11个月的外贸额为7680亿美元——同比增长约10%。报道提到，俄罗斯的官方数据表明，印度、土耳其以及匈牙利和保加利亚这两个欧盟国家大幅增加了从俄罗斯的进口，主要是石油和石油制品。

国际商情

西方制裁下俄罗斯外贸额不降反增

据德国《法兰克福汇报》网站2月10日报道，德国联邦统计局宣布，虽然2022年德国和其他欧盟国家对俄罗斯的出口下降了，但是俄罗斯得以从其他国家购买更多商品，对外贸易甚至增加了。国际货币基金组织在1月份发布的预测中，预计俄罗斯今年经济将略有增长，2024年经济总量将增长2.1%——这超过对德国的经济预期。

由于能源价格上涨，俄罗斯2022年1月至11月的出口额共计5380亿美元，同比增长约四分之一。进口额下降12.7%至2300亿美元。两者相加可得，俄罗斯2022年前11个月的外贸额为7680亿美元——同比增长约10%。报道提到，俄罗斯的官方数据表明，印度、土耳其以及匈牙利和保加利亚这两个欧盟国家大幅增加了从俄罗斯的进口，主要是石油和石油制品。

韩国人均奢侈品消费冠全球

西班牙《阿贝赛报》网站近日报道称，亚洲国家已成为奢侈品消费的主力军。根据摩根士丹利的一份报告，2022年在该领域处于领先地位的国家是韩国。该国2022年的奢侈品支出增加24%，达到154亿欧元，人均奢侈品支出约为300欧元，位居全球首位，远远高于美国人均奢侈品支出(234欧元)。

分析人士认为，韩国民众对奢侈品需求的不断增长是由多种因素驱动的，其中包括该国不断提高的购买力，经济学家将其称为“经济奇迹”。此外，这也表明该国民众希望通过使用奢侈品牌来显示自己的社会地位，以及选择韩国名人作为高端品牌代言人产生了宣传效应。

近年来，韩国的奢侈品市场稳步增长。在电子商务的助推下，这种增长势头甚至在新冠大流行期间都未停止。根据数据展示，各大品牌已从韩国的奢侈品热潮中受益。例如，时尚公司盟可睐2022年第二季度的收入比2020年翻了一番。卡地亚的所有者瑞士历峰集团等公司在韩国的销售额也大幅增长。

英国企业破产数量创十余年来新高

英国《金融时报》日前报道，随着飙升的通胀、不断上涨的利率和停滞的经济重创企业，去年倒闭的英国公司数量创十余年来新高。

根据处理企业破产和清算事务的政府机构英国破产局公布的数据，2022年登记的公司破产案总数为22109例，创2009年以来最高，比2021年增加57%。企业破产与重组行业组织R3的会长克里斯蒂娜·菲茨杰拉德补充说，随着新冠疫情时期对企业的政府支持减少，“2022年是公司资不抵债的状况如大坝决堤般出现的一年”。

根据英国破产局的数据，由于直接受到经济一蹶不振和消费者信心下降的影响，建筑、零售和酒店业遭受了尤其沉重的打击。在生活成本危机和实际薪资不断下降严重损害个人财务状况之际，2022年个人破产申请数量也达到三年来最高水平。

(本报综合整理)



广西梧州综合保税区通过验收 高水平对外开放再获突破

本报讯(记者 张寒梅)2月10日，广西梧州综合保税区顺利通过海关总署与国家发展改革委、财政部等七部委组成的联合验收组的验收，标志着广西第五个综合保税区正式诞生，广西打造高水平对外开放平台取得新突破。

记者从梧州综合保税区获悉，梧州地处西江黄金水道，扼浔江、桂江、西江总汇，自古被称作“三江总汇”，是广西的东大门以及我国西部地区最靠近粤港澳大湾区的城市。梧州综合保税区于2021年8月7日获国务院批复设立，总规划面积1.02平方公里，其位于梧州粤桂合作特别试验区内，是西江黄金水道首个综合保税区，对深入实施“东融”战略、促进粤桂产业合作、提升珠江—西江经济带具有重要意义。

梧州综合保税区的顺利验收离不开梧州外贸发展取得的优异成绩。

据介绍，2022年，梧州外贸进出口总额同比增长57.1%；梧州市区内长洲船闸过货量突破亿吨大关，港口货物吞吐量突破7000万吨，增长16.6%，集装箱吞吐量93万标准箱，增长11%，连续21年保持广西内河港口集装箱第一大港地位；国家级外贸转型升级基地再生金属原料进口量和进口金额分别增长10倍、20倍；获得香港优质“正”印认证产品57个；梧州六堡茶获批省级外贸转型升级基地，出口备案企业12家；累计签发RCEP原产地证书366份，对RCEP成员国进出口增长超过95%。

目前，梧州综合保税区建成及在建标准厂房约33万平方米，已引进加工贸易类项目15个，投产项目12个，在建项目4个。此外，还有储备在谈各类项目20个，全部落地投产后，预计梧州综合保税区可实现年外贸进出口总额超200亿元。

下一步，梧州综合保税区将依托保税加工、保税物流、保税服务三大功能，充分发挥粤桂合作优势，物流通道优势，粤桂合作特别试验区、梧州高新技术产业开发区、梧州综合保税区“三区叠加”优势以及产业特色优势，着力构建承接东部产业

转移的加工贸易制造中心和保税物流中心，具体包括打造汽车零部件保税再制造基地、打好“香港牌”发展跨境贸易、承接大湾区加工贸易企业转移以及服务本地六堡茶、宝石、木材、粮食、香料等特色产业开放发展。



梧州综合保税区供图

2023 中非经贸合作的信心与活力

■ 程志刚

近年来，中非关系不断升级。2015年中非合作论坛约翰内斯堡峰会后，双方同意将中非新型战略伙伴关系提升为全面战略合作伙伴关系。2018年中非合作论坛北京峰会上，双方一致决定构建更加紧密的中非命运共同体。2022年，中方提出“非洲之角和平发展构想”，率先支持非洲联盟加入二十国集团，受到非方欢迎。2023年在中方提出真实亲诚对非政策理念和正确义利观10周年之际，中非关系已取得举世瞩目的历史性成就，迈入了构建高水平中非命运共同体的新时代。

非洲是一个富饶、充满生机的大陆，中非友谊源远流长。在经历了半个多世纪的风风雨雨，随着中非合作论坛的成功举行，中非关系进入到一个新的历史时期。进入新世纪以来，非洲和平、安全局势有了明显改善，但局部地区和国家安全仍然存在政局不稳和治安问题，

中国从维护和加强中非友好关系出发，在非洲和平与安全建设中一直发挥积极的作用。从1989年中国首次派出20名文职人员参加“联合国过渡时期援助团”帮助纳米比亚实现从南非独立的进程以来，中国军队和警察先后参加近30项联合国维和行动，派出维和人员5万余人次，遍及非洲很多国家。

中国与非洲共同点很多，中非都有沦为殖民地或半殖民地的屈辱历史，又都同属发展中国家。中非在地理位置上并不相邻，也没有根本的利益冲突，因而在交往过程中能够相互尊重。中非在政治上互相支持，在经济上互利共赢的局面，对双方都有好处。中非合作以互不干涉内政为基本原则，双方在身份和地位上是完全平等的。因而，中国援非的举动受到了非洲兄弟国家的欢迎和支持。随着中国经济的发展中非合作的程度会越来越深入，中非之间的友谊也在长

时间的交流与合作中得到加强和巩固。

1955年的万隆会议是中国和非洲合作的起点，那次会议标志着“不结盟”政策的诞生。自从中国和非洲友好国家于2000年共同创立集体对话与合作机制以来，中非合作论坛在调整中非关系方面起到至关重要的作用。

政策助力中非经贸合作，越来越多的中国企业走进非洲，非洲大陆与中国交往的机会增多，使得自由竞争和选择适合自己需求的商品成为可能。中非合作的成功，将给非洲国家带来光明的前景。当前，在非洲国家经济快速发展的进程中，中国企业始终是中非合作积极的参与者和推动者，在帮助非洲改善基础设施条件、促进就业、消除贫困等方面做出了重要贡献。

2022年以来，在乌克兰危机加剧演化、新冠肺炎疫情反复、自然灾害频繁等因素影响下，制约了非

洲疫后经济复苏和生产发展。市场需求助力非洲贸易，尽管国际局势复杂严峻，非洲经济增速放缓，但中非经贸合作基础依然十分牢固。2022年我国与非洲国家进出口额为18786.04亿元人民币，同比增长14.5%，其中，出口10975.91亿元人民币，同比增长14.8%，进口7810.14亿元人民币，同比增长14.2%。中国连续13年保持非洲第一大贸易伙伴国地位，是非洲主要外国直接投资来源国之一。

截至2022年底非洲人口已达14亿，消费市场巨大，但物资匮乏。非洲自中国进口的主要国家包括：南非、尼日利亚、埃及、肯尼亚、加纳、阿尔及利亚、坦桑尼亚、摩洛哥、利比里亚、塞内加尔。非洲本地近90%的产品都来自中国制造，进口品类主要集中在机电产品、机械器具、车辆运输、服装纺织、塑料、杂项制品、化工工业产品等。

随着经济的增长、中产阶级的崛起和城镇化进程加快，一个高达数十亿美元的庞大零售市场已经形成。非洲零售电商崛起带动产业活力，零售业正逐渐从小型线下商户转向大型购物中心和电商平台。虽然对比其他大洲，非洲电商市场规模相对较小，但它的发展速度非常快，尤其是近几年，进入了高速爆发期。据世界银行统计，截至2022年6月，非洲有6.58亿互联网用户，互联网普及率为46.8%。

在联合国贸易和发展委员会最新发布的《B2C电子商务世界指数》中，排名前10位的非洲国家分别为毛里求斯、南非、突尼斯、加纳、利比里亚、尼日利亚、肯尼亚、摩洛哥、塞内加尔和阿尔及利亚。数字市场数量上，南非与摩洛哥均超过100家，其次分别是突尼斯、埃及与阿尔及利亚等。

(作者系中非工业合作发展论坛秘书长)

“根据麦肯锡的低高端分析，到2030年，家庭物联网产品的经济价值将达4400亿美元到8300亿美元之间。”赛文思营销咨询(深圳)有限公司(以下简称赛文思)日前发布的《2022智能家居出海行业报告》(以下简称《报告》)显示，随着物联网技术的渗透以及大众“宅生活”时间的增加，全球越来越多的人将在购买和使用智能家居设备上进行更多消费，中国智能家居品牌出海正在迎来新的市场机遇。

日前，赛文思商务总监林恬旭在接受《中国贸易报》记者采访时表示，赛文思多年来一直关注家居行业出海的情况，一方面在于公司为出海品牌提供数字营销服务过程中，发现家居产品在海外需求增速较快；另一方面因为家居产品体积相对较大，在跨境电商领域不同于可采取小包直发方式的小件产品，需提前对仓储、物流等做好准备，出海门槛较高，而赛文思则更擅长于服务大件产品的出海。通过自有数据库和自研工具、与谷歌等海外头部搜索引擎以及第三方平台合作，赛文思组建研究团队编写了该《报告》，赋能智能家居国货品牌出海。

《报告》称，到2025年，智能家居全球收入预计达到1823亿美元，增速为18.1%。其中，智能家电是规模占比最多的品类，到2025年全球收入预计达到711亿美元，增速19.3%。

“便携式储能电源是智能家电领域当下热门产品之一，行业规模前景非常可观。”林恬旭举例说，便携式储能电源是一种可在没有电网的环境下给大功率设备供电的移动电源，常用于家中应急、野外露营、户外拍摄、房车自驾等场景中。除了适用于多种场景，它还有小巧便携、造型美观、安全性能高、使用清洁能源自然环保、可支持多种充电方式等优势，深受海外用户喜爱。在户外活动普及率较高的欧美国家，便携式储能电源已融入到人们日常生活中，成为刚性刚需。锂电池技术的进步以及大规模商业化运用下成本持续降低，也为便携式储能电源产品的畅销奠定了基础。

亚马逊bestseller销售榜显示，2021年，便携式储能电源市场容量高达102.63万台，比2018年增长近15倍。Google数据显示，2020年到2022年，美国连续两年对储能电源搜索量同比增加约40%。同时，网站分析工具similarweb显示，增速最快的电子产品品牌前10名中，便携式储能电源占据两席。

根据《报告》，北美目前是便携式储能电源最大的市场，占据半数以上的市场需求，亚洲、欧洲次之。中国是便携式储能电源主要生产地，不仅供应链较为成熟，品牌表现也日渐强势，亚马逊美国站Best Seller Ranking数据显示，排名前20的便携式储能电源品牌中，有10个是中国品牌。

“为适应国际市场的大量需求，全成手套将深耕产业链，借力科技创新以及国内外专业的资质认证，优化生产流程，提升产品质量，让国货手套畅行海外市场。”满恒坤说。

“保暖性和功能性是客户最看重的两个方面，研发和附加值是最硬的市场竞争力。比如国产中高端手套产品价格虽然相对较高，但是保暖性高，在海外市场特别是欧美地区很受欢迎。”满恒坤表示，去年欧洲陷入能源危机，市场对户外保暖产品需求激增，全成手套积极对接市场需求，加强市场分析，紧抓生产，产销协同，实现了订单数量的新突破。

手套产业的崛起依靠多重因素，离不开技术的持续进步，产业链的规模优势以及完善的政策体系保障。济宁市嘉祥县交通便利，毗邻冀东南鲁西北豫北平原商品棉基地，产业优势明显，手套产品年产能达8000万双，是我国滑雪等运动保暖型手套的最大产地之一，被称为“中国手套之乡”。去年全年，济宁市外贸进出口总值848.2亿元人民币，同比增长25%，较全省整体增速高11.2个百分点。对东盟、巴西、俄罗斯等新兴市场进出口分别增长38.2%、62.6%和92.1%，占比明显提升；对RCEP其他成员国进出口增长25.5%，RCEP红利持续释放。

“根据麦肯锡的低高端分析，到2030年，家庭物联网产品的经济价值将达4400亿美元到8300亿美元之间。”赛文思营销咨询(深圳)有限公司(以下简称赛文思)日前发布的《2022智能家居出海行业报告》(以下简称《报告》)显示，随着物联网技术的渗透以及大众“宅生活”时间的增加，全球越来越多的人将在购买和使用智能家居设备上进行更多消费，中国智能家居品牌出海正在迎来新的市场机遇。

日前，赛文思商务总监林恬旭在接受《中国贸易报》记者采访时表示，赛文思多年来一直关注家居行业出海的情况，一方面在于公司为出海品牌提供数字营销服务过程中，发现家居产品在海外需求增速较快；另一方面因为家居产品体积相对较大，在跨境电商领域不同于可采取小包直发方式的小件产品，需提前对仓储、物流等做好准备，出海门槛较高，而赛文思则更擅长于服务大件产品的出海。通过自有数据库和自研工具、与谷歌等海外头部搜索引擎以及第三方平台合作，赛文思组建研究团队编写了该《报告》，赋能智能家居国货品牌出海。

《报告》称，到2025年，智能家居全球收入预计达到1823亿美元，增速为18.1%。其中，智能家电是规模占比最多的品类，到2025年全球收入预计达到711亿美元，增速19.3%。

“便携式储能电源是智能家电领域当下热门产品之一，行业规模前景非常可观。”林恬旭举例说，便携式储能电源是一种可在没有电网的环境下给大功率设备供电的移动电源，常用于家中应急、野外露营、户外拍摄、房车自驾等场景中。除了适用于多种场景，它还有小巧便携、造型美观、安全性能高、使用清洁能源自然环保、可支持多种充电方式等优势，深受海外用户喜爱。在户外活动普及率较高的欧美国家，便携式储能电源已融入到人们日常生活中，成为刚性刚需。锂电池技术的进步以及大规模商业化运用下成本持续降低，也为便携式储能电源产品的畅销奠定了基础。

亚马逊bestseller销售榜显示，2021年，便携式储能电源市场容量高达102.63万台，比2018年增长近15倍。Google数据显示，2020年到2022年，美国连续两年对储能电源搜索量同比增加约40%。同时，网站分析工具similarweb显示，增速最快的电子产品品牌前10名中，便携式储能电源占据两席。

根据《报告》，北美目前是便携式储能电源最大的市场，占据半数以上的市场需求，亚洲、欧洲次之。中国是便携式储能电源主要生产地，不仅供应链较为成熟，品牌表现也日渐强势，亚马逊美国站Best Seller Ranking数据显示，排名前20的便携式储能电源品牌中，有10个是中国品牌。

“根据麦肯锡的低高端分析，到2030年，家庭物联网产品的经济价值将达4400亿美元到8300亿美元之间。”赛文思营销咨询(深圳)有限公司(以下简称赛文思)日前发布的《2022智能家居出海行业报告》(以下简称《报告》)显示，随着物联网技术的渗透以及大众“宅生活”时间的增加，全球越来越多的人将在购买和使用智能家居设备上进行更多消费，中国智能家居品牌出海正在迎来新的市场机遇。

日前，赛文思商务总监林恬旭在接受《中国贸易报》记者采访时表示，赛文思多年来一直关注家居行业出海的情况，一方面在于公司为出海品牌提供数字营销服务过程中，发现家居产品在海外需求增速较快；另一方面因为家居产品体积相对较大，在跨境电商领域不同于可采取小包直发方式的小件产品，需提前对仓储、物流等做好准备，出海门槛较高，而赛文思则更擅长于服务大件产品的出海。通过自有数据库和自研工具、与谷歌等海外头部搜索引擎以及第三方平台合作，赛文思组建研究团队编写了该《报告》，赋能智能家居国货品牌出海。

《报告》称，到2025年，智能家居全球收入预计达到1823亿美元