



XTransfer
让全球中小企业共享金融服务

2022年上半年中小微企业 出口贸易(B2B)指数报告

/
2022年7月发布



联合发布

中国国际贸易促进委员会商业行业委员会
XTransfer

2022年上半年中小微企业出口贸易 (B2B)

指数报告

指数背景

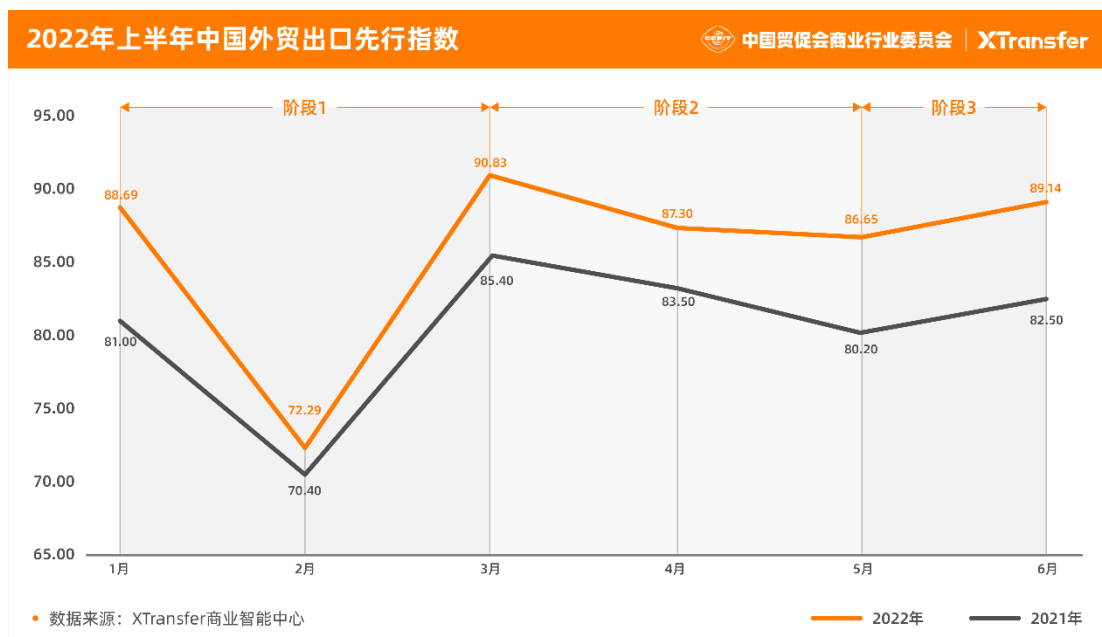
2022年上半年，中国外贸出口行业面临来自国内外的多重压力。3月以来，国内疫情多点频发，深圳、上海等“外贸重镇”受到不同程度的影响；全球产业链供应链堵点、断点仍然存在，能源及部分原材料价格持续高位运行；美欧等全球主要经济体通胀压力加剧，进一步压缩需求；此外，国际形势不断变化、汇率波动加大等因素也给外贸出口带来风险和挑战。

中国外贸直面国内外困难挑战，顶住重压。随着疫情逐渐得到控制、各项“稳外贸”政策密集出台，外贸出口增速明显回升。海关总署公布的最新数据显示，2022年上半年，中国进出口总值达3.08万亿美元，同比增长10.3%；出口1.73万亿美元，同比增长14.2%。

聚焦上半年中国外贸出口发展形势，XTransfer联合中国贸促会商业行业委员会，正式发布《2022年上半年中小微企业出口贸易 (B2B) 指数报告》，报告内容包括《2022年上半年中国外贸出口先行指数》、《2022年上半年中国中小微外贸企业出口RCEP区域活跃指数》以及《2022年上半年中国中小微外贸企业竞争力指数》。指数援引2022年1月至6月及往年同期具有代表性的同批客户样本数据，并结合XTransfer平台中小微外贸企业全年收款表现及中国海关出口数据，反映中国中小微外贸企业在2022年上半年的出口表现，为下半年中国中小微外贸企业全球展业提供重要指引和策略制定依据。

特别指出，为回应社会各界对上半年外贸出口受疫情影响的关切，本次报告特增加上半年深圳、上海两地的外贸出口先行指数及分析。同时，为进一步深入分析指数动因，本次报告调研了若干中小微外贸企业，并总结于报告内。

一、2022年上半年中国外贸出口先行指数



疾风知劲草。2022年上半年，中国中小微外贸企业收款量同比增长15.3%，高于海关总署发布的全国出口金额同比增长14.2%的增幅。在严峻的国内外环境下，中国中小微外贸企业不仅收获了一季度的平稳开局，还在二季度后半程迅速扭转了因疫情造成的指数下滑趋势，为全年外贸保稳提质打下了坚实基础。

《2022年上半年中国外贸出口先行指数》（以下简称“先行指数”）由2022年1月至6月及往年同期具有代表性的同批客户样本数据，结合XTransfer平台中小微外贸企业全年收款表现及中国海关出口数据，进行归一化处理后加权计算得出。

XTransfer商业智能中心就先行指数进行了阶段性分析：

- **阶段1：**2022年开年，先行指数保持了2021年底的好势头；2月，受“春节效应”影响，先行指数有一定回落；春节过后，订单集中反弹，先行指数上升，并在3月达到上半年峰值；
- **阶段2：**3月至4月，外贸出口受到国内新冠疫情多点频发的影响，先行指数回落，但相较于去年同期仍呈现明显的上升；
- **阶段3：**随着疫情得到有效控制、企业复工复产有序进行，6月，先行指数迅速扭转下滑趋势，明显回升。

XTransfer商业智能中心就先行指数进行了如下解读：

- **观点1:** 2022年上半年,尽管面对严峻复杂的外部环境和国内疫情多点频发带来的巨大挑战,先行指数总体走势和去年保持一致,且相较于2021年上半年显著上升,展现出中国中小微外贸企业在面对外部压力时非凡的韧性和强大的应变能力;
- **观点2:** 4月以来,受疫情等一系列因素影响,指数一度承压下行,但在6月显著回升,传递出积极信号。这一方面是因为国内疫情迅速得到控制,供应链恢复,生产和订单持续回升,而积压性需求的释放,则一定程度强化了反弹的力度;另一方面也和密集出台的稳经济、稳外贸政策密不可分。今年年中,宁波政府组织商务包机飞往欧洲,支持外贸企业稳订单、拓市场,政府为企业组织包机的举措,让海外买家看到了中国外贸人的决心和力量。除了帮助企业出海拿订单,各地政府也陆续出台纾困帮扶政策,给外贸企业“减负”、“增氧”,同时为促进中国外贸稳中提质保驾护航;
- **观点3:** 通过企业调研,我们发现,中小微外贸企业由于其管理机制更为灵活,能够及时调整经营策略,因此在面临外部压力和挑战时,弹性更足、适应能力更强,可及时将不利影响降至最低。

在B2B出口贸易中,收款数据往往先于海关数据和物流数据显现趋势。基于上述数据,我们认为,“韧性”而为中国外贸在2022年上半年实现了逆境中的稳步前进。

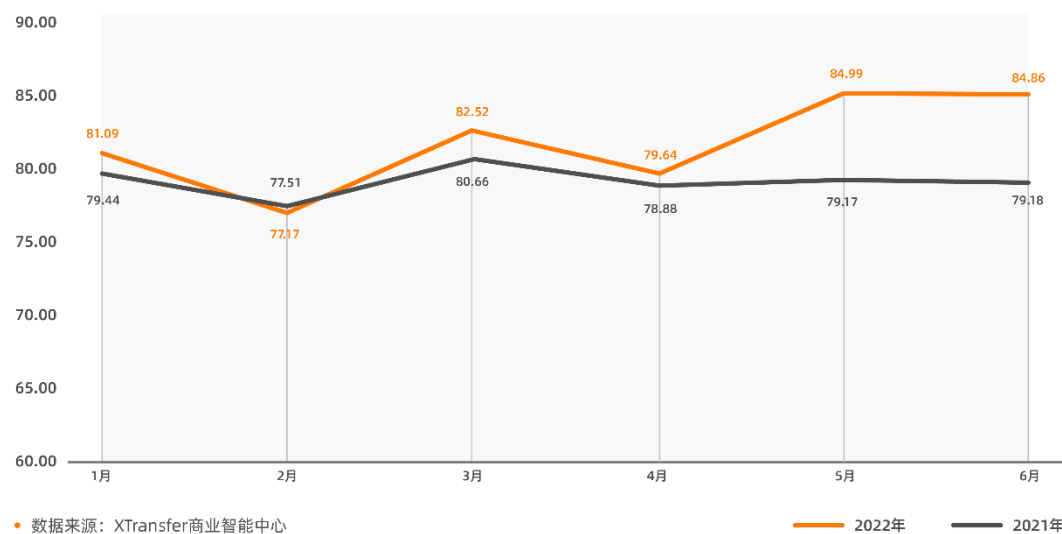
目前,新冠肺炎疫情和国际环境形势仍严峻复杂,外贸发展还将面临不稳定、不确定因素,但中国外贸韧性强、潜力足、长期向好的基本面没有改变,且在疫情反复冲击下,全球需求缺口仍然存在,中国依托完备的制造业体系能够继续满足国际市场需求。目前,国内经济运行总体稳中向好,在各项促进外贸保稳提质措施的有力推动下,我们预计下半年中国外贸出口将进一步稳中提速、稳中提质。

基于指数背后的数据挖掘,XTransfer商业智能中心指出:

- **亮点1:** 从出口目的地来看,中国中小微外贸企业出口额前三大目的地区域依次为:北美、欧盟、东盟,延续了2021年以来的表现;中国中小微外贸企业出口额增长率较高的国家有:美国、加拿大、新加坡、意大利、南非、菲律宾等。整体看,我国对北美和东盟出口的持续高景气,是拉动出口稳步向好的重要动力;
- **亮点2:** 从出口产品类别来看,对于主要出口国家,交通设备和皮革及其制品的出口额增长最多,均同比增长38.2%,交通设备包括车船等各类交通工具,以及通信设备、信号标志等交通设施,皮革及其制品包括真皮和人造革,以及皮包、皮鞋、皮椅、皮床等皮革制品;医疗精密仪器同比增长23.2%,包括超声设备、激光设备等;金属及其制品同比增长18.2%,包括各类未锻轧金属,以及钉、丝、网、钢管、管件、铸件等金属制品。

2022年上半年上海外贸出口先行指数

中国贸促会商业行业委员会 | XTransfer

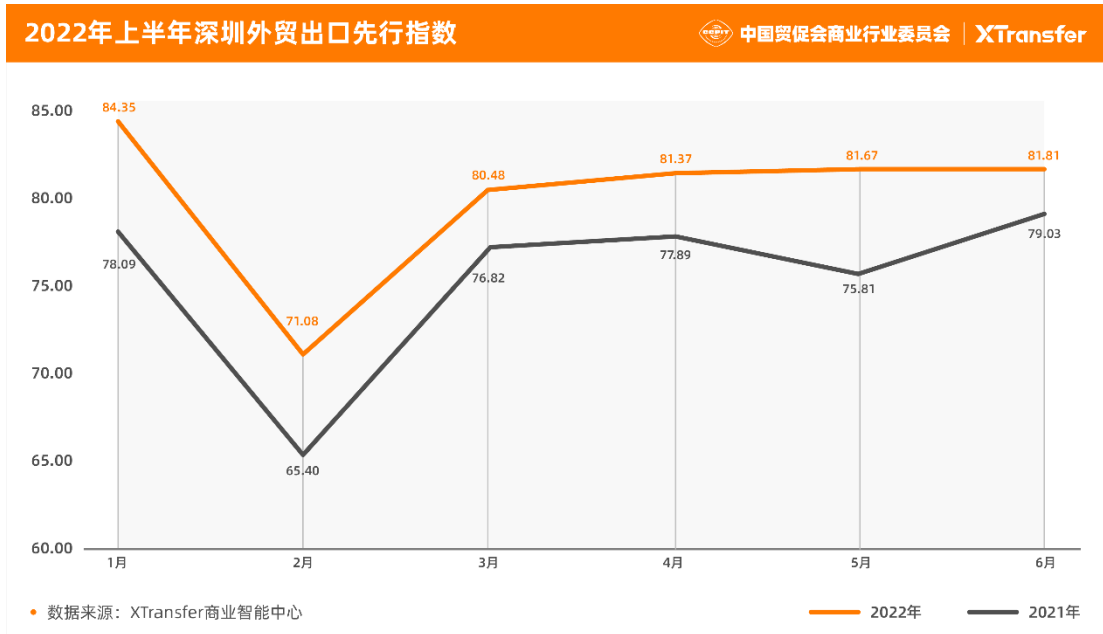


《2022年上半年上海外贸出口先行指数》(以下简称“上海先行指数”)由2022年1月至6月及往年同期具有代表性的同批客户样本数据,结合XTransfer平台中小微外贸企业全年收款表现及中国海关出口数据,进行归一化处理后加权计算得出。

XTransfer商业智能中心就上海先行指数进行了如下解读:

2022年上半年,上海外贸经受住了疫情的考验。虽然4月上海先行指数一度出现下探,但随着全市复工复产加速推进,产业链供应链趋于修复,社会运转逐步回归常态,积压需求释放,上海先行指数持续企稳回升。2022年上半年,上海中小微外贸企业收款量同比增长8.8%。

下半年,随着一系列稳外贸措施落地,产业链供应链进一步修复,复工复产加快节奏推进,我们认为,上海外贸将迎来新的蓬勃生机,有望实现全年出口稳定增长。



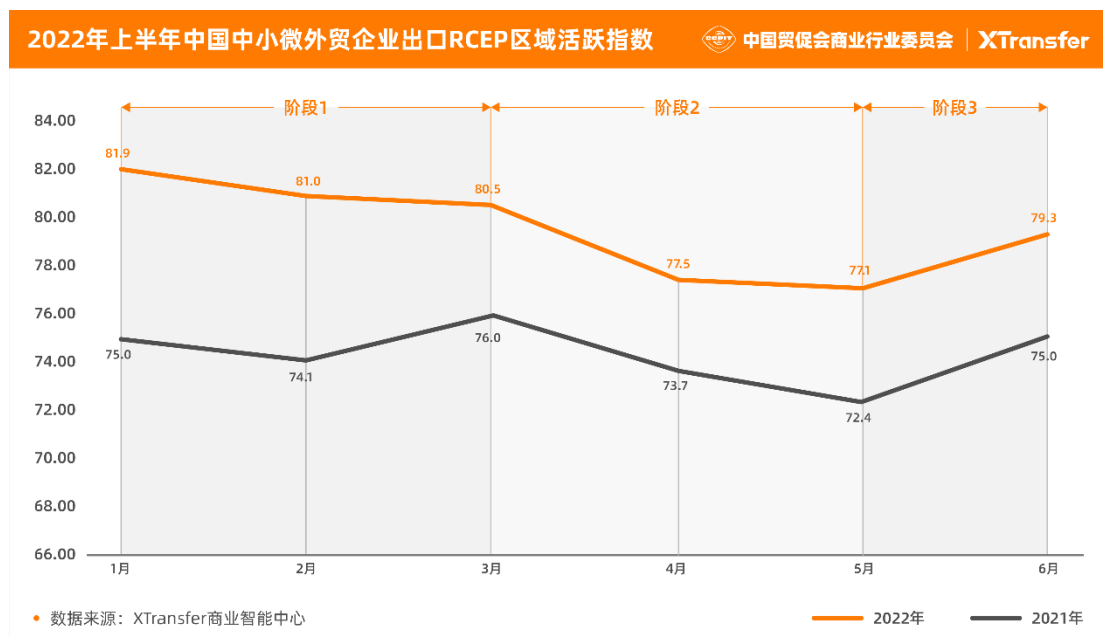
《2022年上半年深圳外贸出口先行指数》(以下简称“深圳先行指数”)由2022年1月至6月及往年同期具有代表性的同批客户样本数据,结合XTransfer平台中小微外贸企业全年收款表现及中国海关出口数据,进行归一化处理后加权计算得出。

XTransfer商业智能中心就上海先行指数进行了如下解读:

2022年上半年,深圳受到疫情短期影响,但并未对外贸出口造成明显冲击。3月至6月期间,深圳先行指数稳中有升,且显著高于去年同期。2022年上半年深圳中小微外贸企业收款量同比增长17.6%,增速略高于全国整体的收款量水平。

深圳作为最有活力的外贸城市之一,国际竞争力的增强优化了外贸结构,多种贸易新业态共生共荣。我们认为,下半年,深圳外贸出口将持续保持强劲增长动力。

二、2022年上半年中国中小微企业外贸企业出口 RCEP 区域活跃指数



2022年上半年,中国中小微企业外贸企业出口RCEP(《区域全面经济伙伴关系协定》)区域活跃指数表现出较强的韧性,在疫情冲击及国际形势复杂严峻的背景下呈稳中有升的态势。2022年上半年中国中小微企业外贸企业出口RCEP区域收款量同比增长11.4%,略低于收款量整体增幅15.3%,这是由于上半年部分RCEP区域国家受春节、开斋节等传统节日影响,处于外贸生意淡季,属于正常周期性波动。

值得一提的是,在本次报告的客户样本中,向RCEP区域国家出口的中小微企业外贸企业数同比增长了23.1%。可以看出,RCEP落地生效半年来,政策红利逐步释放,为外贸企业降低关税成本、抢占国际市场提供了新机遇,更为中国外贸注入了源源不断的新活力。

《2021年中国中小微企业外贸企业出口RCEP区域活跃指数》(以下简称“RCEP区域活跃指数”)由以下三大指标数据进行归一化处理后加权计算得出。

指标1——平均订单数量:即出口RCEP区域国家的中小微企业的平均订单数量,平均订单数量越高说明贸易越活跃;

指标2——平均收款金额:即出口RCEP区域国家的中小微企业的平均收款金额,平均收款金额越高说明贸易越活跃;

指标3——平均交易频次:即中小微企业外贸企业与RCEP区域国家买家的平均交易频次,平均交易频次越高说明贸易越活跃。

XTransfer商业智能中心就RCEP区域活跃指数进行了如下解读:

- 阶段1:受“春节效应”影响,2022年初中国中小微企业外贸企业出口RCEP区域活跃指数

稍有回落;

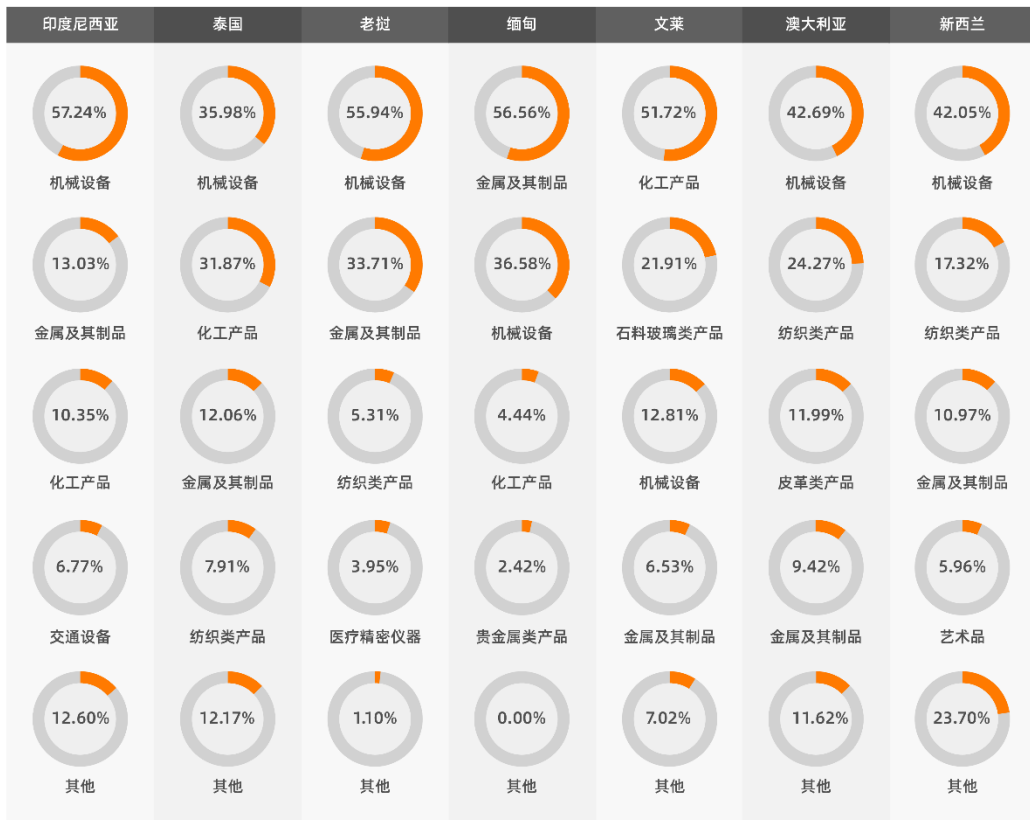
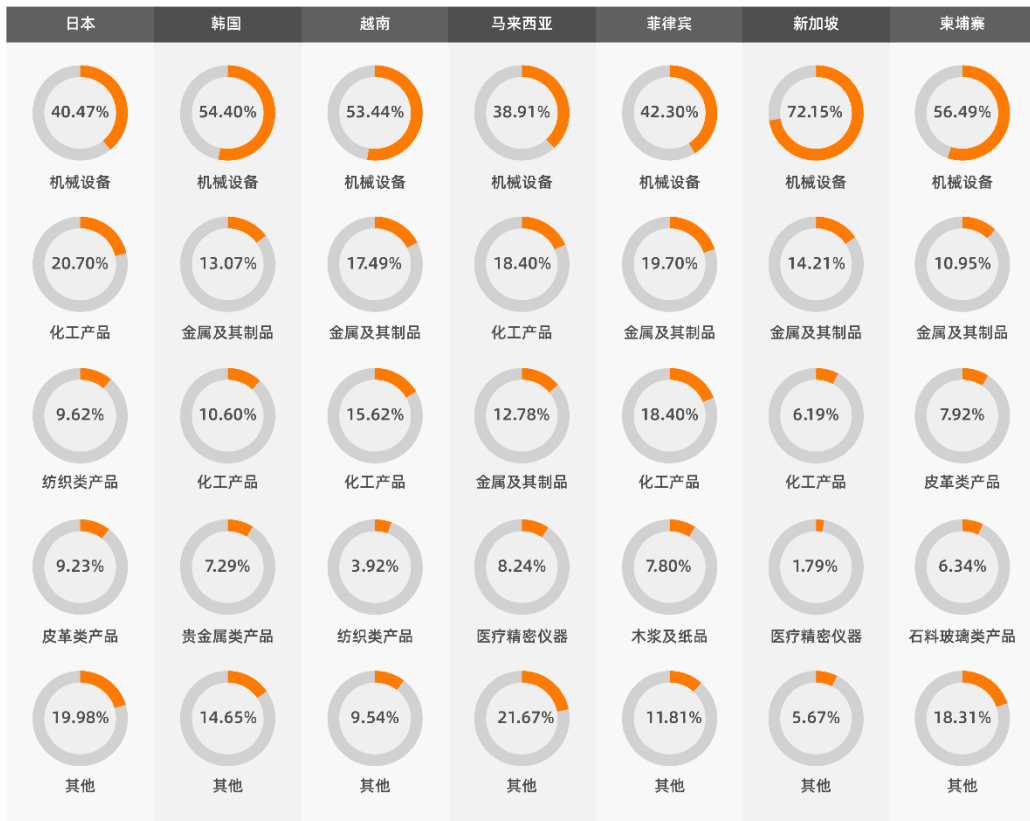
- **阶段 2:** 2022 年 4 至 5 月期间,受菲律宾、印度尼西亚、马来西亚等重要的出口目的地国家传统节日影响,中国中小微外贸企业出口 RCEP 区域活跃指数呈下降趋势,并于 5 月份回落到最低值;
- **阶段 3:** 2022 年 6 月,得益于国内疫情的有效控制和 RCEP 区域国家需求回暖,中国中小微外贸企业出口 RCEP 区域活跃指数在经历短暂的修复后迅速回升。

此外,基于指数背后的数据挖掘,XTransfer 商业智能中心指出:

- **亮点 1:** 从出口目的地来看,中国中小微外贸企业 RCEP 区域出口额前三大目的地国家依次为:韩国、日本、越南;中国中小微外贸企业 RCEP 区域出口额增长率前三大目的地国家依次为:新加坡、菲律宾、印度尼西亚;
- **亮点 2:** 从出口产品类别来看,对 RCEP 区域主要出口国家,交通设备及零配件出口同比增长达 59.3%;皮革及其制品出口同比增长达 39.7%;医疗精密仪器出口同比增长达 29.4%。受益于较低的人工成本、土地成本和较好的本地优惠政策,以代工为主的制造业正在向部分 RCEP 区域国家转移,进一步推高了各类零配件和原材料的需求。

中国中小微外贸企业对RCEP区域各国出口品类分布

中国贸促会商业行业委员会 | XTransfer

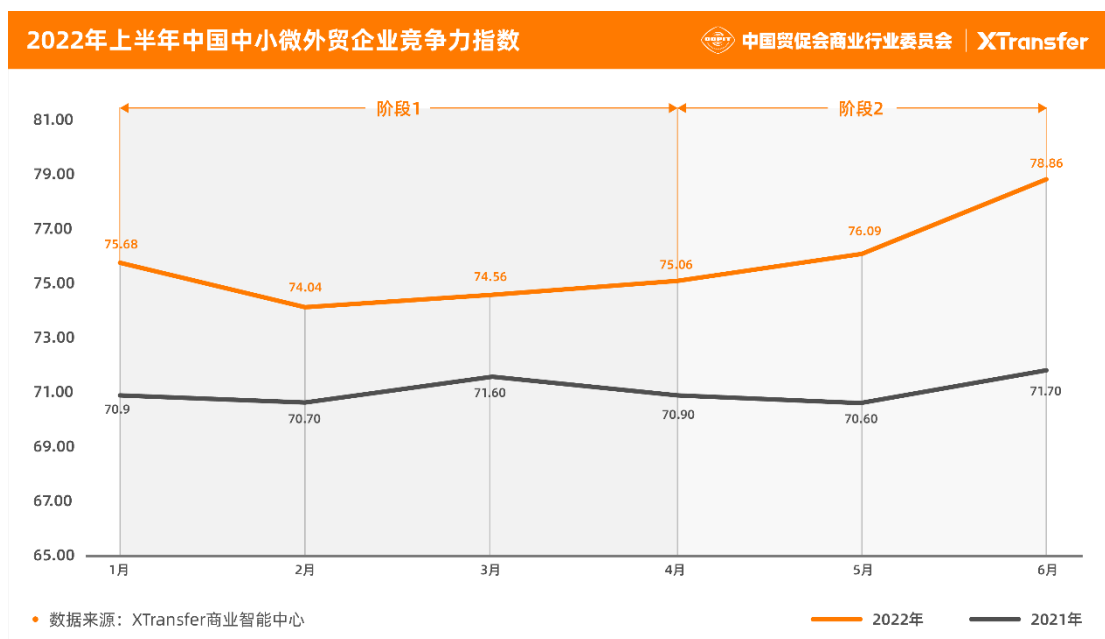


• 数据来源: XTransfer商业智能中心

不拒众流，方为江海，外贸稳定增长，贸易“朋友圈”持续多元化是重要原因。2022年上半年，中国中小微外贸企业对 RCEP 区域内多个贸易伙伴外贸出口均有增长，更多新市场的开拓，既体现我国外贸韧性，也为未来带来更大发展空间。

随着 RCEP 合作深化、政策落地，区域内国家产业链供应链实现优势互补和深度融合，激发外贸发展活力。我们认为，下半年，中国中小微外贸企业对 RCEP 区域出口贸易将会释放出更大的发展潜力。

三、2022 年上半年中国中小微外贸企业竞争力指数



在国际贸易形势不断动荡的背景下，与大企业相比，中小微企业规模小、管理机制灵活的特点使之更贴近市场，拥有更强的韧性；另一方面，由于疫情不断反复以及国际局势持续动荡，海外供应链受到一定冲击，中国凭借高效的疫情防控和完备的制造业体系，使“中国制造”对海外买家的吸引力进一步增强。2022年上半年，中国中小微外贸企业竞争力水平在这样的背景下持续大幅提升。

《2022年上半年中国中小微外贸企业竞争力指数》（以下简称“竞争力指数”），由以下三大维度五大指标数据进行归一化处理后加权计算得出。

维度一、买家信任度

指标 1——订单第一期收款比例：即出口方第一期收款金额占订单总金额的比例，第一期收款比例越高，说明买家对出口方的信任度越高；

指标2——单一订单平均收款次数：即所有订单收款次数的平均值，收款次数越少则说明买家对出口方的信任度越高；

指标3——订单预付款比例：即有预付款的订单占总订单数的比例，预付款订单比例越高，说明买家对出口方的信任度越高。

维度二、产品吸引力

指标4——订单金额：即平均每个订单的总金额，订单平均金额越高，则买家从我国外贸企业购买的产品金额越大，说明我国外贸企业竞争力强，更能吸引国际买家购买。

维度三、出口运营效率

指标5——平均发货时间：即从外贸企业收到第一笔预付款起到发货的时间间隔，平均发货时间越短说明外贸企业运营效率越高。

XTransfer 商业智能中心就竞争力指数进行了阶段性分析：

- 阶段1：2022年开年，竞争力指数延续了2021年底的势头，整体保持平稳态势；3月-4月，尽管国内疫情多点频发引起重点外贸城市物流仓储、集卡运输、港口运输短暂性承压，但并未对竞争力指数造成太大影响，指数稳中有升；
- 阶段2：2022年5月至6月，随着疫情得到有效控制、产业链供应链进一步恢复、物流链条加速疏通、以及国际形势变化带来的新机遇等一系列因素，竞争力指数快速上升，并在6月达到上半年最高点。

XTransfer 商业智能中心就竞争力指数进行了如下解读：

- 观点1：2022年上半年国内疫情多点频发并未对竞争力指数造成太大影响。通过对中小微外贸企业的调研，我们发现，越来越多的中小微外贸企业具备一定的数字化能力，疫情防控升级带来的居家隔离并未造成贸易停滞；此外，部分中小微外贸企业上下游供应商分散在全国多地，有效地提升了抗风险能力；
- 观点2：2022年上半年竞争力指数相比2021年同期显著提升。通过对中小微外贸企业的调研，我们发现，中国中小微外贸企业不仅出口规模持续提升，而且更注重打造自主品牌，“中国制造”商品正在逐步摆脱低端、低价的刻板印象，在国际贸易中的竞争力持续上升；此外，出口商品结构进一步改善，朝着附加值更高以及产业链升级的方向发展，高技术、高附加值的出口产品竞争力逐步增强。

基于竞争力指数背后的数据挖掘，XTransfer 商业智能中心指出：

- **亮点 1:** 从买家信任度来看，2022 上半年，中国中小微外贸企业订单第一期收款比例同比上升 4.9%，单一订单平均收款次数同比下降 4.2%，订单预付款比例同比上升 8.8%。这说明全球市场对中国中小微外贸企业的信任度不断增加；
- **亮点 2:** 从产品吸引力来看，2022 上半年，中国中小微外贸企业订单金额同比上升 25.9%。这说明“中国制造”对海外买家的吸引力持续增强；
- **亮点 3:** 从出口运营效率来看，2022 上半年，中国中小微外贸企业平均发货时间呈现缩短态势，从平均 32 天下降至平均 31 天。这表明从去年开始出现的国际物流阻滞情况进一步缓解，同时，中国中小微外贸企业的出口运营效率也在持续提升。

有赖于中国中小微外贸企业面对复杂环境所展示出的灵活机制和强大韧性，以及产业链和品牌持续升级，我们认为在 2022 年下半年，中国中小微外贸企业将延续上半年的优秀表现，释放更强的国际贸易竞争力。“中国制造”将凭借高技术含量、高品牌美誉度、高实用性，赢得越来越多海外买家的青睐。

四、逆风扬帆、蓄力前行

2022 年上半年，中国外贸面临疫情冲击和国际局势不稳等在内的多重挑战，不稳定、不确定因素增多，保稳提质面临不小的压力。但是我们也看到，我国经济韧性强、潜力足、长期向好的基本面没有改变。随着国家一揽子稳经济政策措施的落地见效，复工复产有序推进，中国外贸将顶住压力，迅速走出阴霾。

与此同时，中国中小微外贸企业也在不断求变求新，他们有人在愈发激烈的行业竞争中开始逐步走向“品牌化、高端化”，有人通过提升数字化能力进一步夯实组织内部协同和供应链管理，也有人在需求端放缓的情况下积极拓展新市场、寻找新的增长点……他们在这段特殊时期逆风扬帆、蓄力前行，尽显韧性与灵活。本期报告精选了其中六个典型企业案例，来看中小微外贸企业在 2022 年上半年如何“劈波斩浪”。

“品牌化、高端化刻不容缓”

(华南地区，从事建筑机械外贸出口)

今年上半年情况比去年差了不少，主要有两方面的因素，一方面是客户需求放缓，我们的主要出口地中东地区对于建筑机械的需求呈下降趋势；另一方面是行业竞争越发激烈，以

前我们关注的主要是国内企业的竞争,今年了解到很多原先研发制造能力较弱的其他国家的卖家也开始加入竞争。

整体来看从2020年新冠疫情以来,我们生意的增长情况还是很不错的,但是今年上半年确实有了比较大的挑战。对于以往存在的海运紧张、原材料价高等情况,我们观察今年上半年这些方面是有了较好的转变。

“品牌化、高端化”是我们非常看重的点,一方面要发挥中国产业链的优势,在产品层面下功夫,目前我们已经和上游制造团队一起研发了几款新型设备;另一方面作为小微企业,我们可以迅速的调整方向,在中东地区以外拓展更多的客户,目前东南亚和日韩是我们看重的市场。

“需求端放缓成为最大挑战”

(华南地区,从事3C数码/家用电器外贸出口)

相较于2021年表现突出的原材料贵、海运贵等现象,我们认为今年上半年整体来看是向好的。生产端可以保证稳定的原材料供给和生产制造,海运物流的价格和效率也都比去年好转很多。今年疫情虽然带来一些挑战,但是整体来说对我们影响有限。

最大的挑战是需求端的疲软。我们的产品主要是出口至欧洲国家,今年上半年以来能够明显感觉到相较于往年,客户的下单量降低了很多,同时下单排期的确定性也在降低,以前基本上年初的时候就能和客户商定好全年的订单,但是今年就始终没法确定。疫情以来,外贸出口生意的不确定性越来越大,老客户需求下降是之前没有想到的。

面对外贸出口的不确定性,我们已经在积极寻找突破口。在欧洲客户的需求下降之后,我们也在积极拓展北美和东南亚的客户,目前收到了比较好的效果,今年上半年我们整体营收和去年同期是持平的。同时我们也在开拓3C数码/家用电器以外的品类,主攻东南亚市场,希望下半年能够拿到好的结果。

“用更多精力和更大优惠服务优质客户”

(华南地区,从事家用包装材料外贸出口)

我们的出口目的地主要在北美,今年上半年公司的表现达到了我自己的期待。去年以来原材料贵的情况在今年有了较好的应对机制,可以保障生产端的顺利进行。对于整个客户端来说,我们今年更加注重服务优质客户,把更多的精力、更大的优惠投入到优质客户中,例

如，我们给到了一些优质客户更久的付款周期，降低客户的付款压力，使得客户的资金周转更加灵活，这个策略在今年上半年起到了比较好的效果。

上半年汇率的变化对我们存在一定的影响，因为我们和客户都是提前用美元报价，收到款后再结汇到人民币难免会有波动。但是整体影响可控，一方面用美元报价我们通常会设置一个有效期，另外遇到特殊情况我们也会和客户沟通，汇率波动带来的利润压缩会和客户商量解决。

困难是无时无刻不存在的，尤其做外贸生意，我们要面对的不确定性和做内贸的同行相比要大很多，外贸老板要充分发挥企业家精神，在不确定性中寻找确定性。

“积极拥抱数字化转型”

（华东地区，从事玻璃包装制品外贸出口）

今年上半年和去年同期相比变化不大，我们做的是日常生活必需品，从客户需求层面来看是挺稳定的，但是作为附加值较低的品类，海运价格对我们的影响挺大的，例如去年我们的利润就有很大部分被高企的海运价格蚕食，但是今年来看这个情况就好转很多。

今年以来国际形势变化引发部分大宗原材料涨价，对于生产端的影响比较明显，也直接推高了我们出口的成本。但是最让我们揪心的还是国内疫情的影响，上半年由于长三角部分地区疫情爆发引发的防疫升级，为上游生产、出货都带来了很大挑战。作为外贸从业者，我们最希望的还是能够尽快控制住疫情，消除疫情带来的不确定性。

我觉得外贸企业数字化转型是一个自然而然的情况，基本上业务员超过五位就有必要考虑使用数字化的产品或服务。我们是从前年开始使用数字化产品的，包括客户管理、营销管理方面。这帮助我们更好地提升团队效率，长期来看对企业的发展是很有帮助的。

“积极求变，逆着时差工作”

（华中地区，从事无纺布外贸出口）

今年上半年的表现和去年、前年同期相比差距挺大的，原因是我们出口的无纺布主要应用于防疫医疗产品制造，今年以来国外对防疫医疗产品的需求下降导致我们的出口受到了比较大的影响。

国内疫情对我们的影响也比较明显，我们在长三角的重点合作工厂由于疫情防控因素，生产、出货都出现了比较大的问题，效率和往年相比大幅下降，这很大程度上也影响了上半年的整体表现。

后疫情时代，市场对于无纺布这样的品类肯定不会像前两年需求那么大，我们也在积极的转变展业思路，探索其他品类。在工作日，团队成员都是逆着时差工作，白天跑供应链，晚上和国外客户交流，希望能够找到新的增长点。

“稳住，在擅长的领域把事情做扎实”

(华东地区，从事机械配件外贸出口)

从营收层面来看，今年上半年较去年同期下降约20%。需求层面有所放缓，但主要原因还是供应链不畅导致。今年长三角疫情反复对于业务有不小影响，例如，有些配件不能及时供应，正常情况下供应商三十天可以交货，现在要拖到七八十天。海运物流也受到了较大影响，上半年港口出货要等2到3个船期是比较普遍的情况。

“稳住”是我们今年下半年最重要的事，我们不会考虑盲目切换或增加品类，还是要在自己擅长的领域里把事情做扎实，把现有的客户服务好。



XTransfer
让全球中小企业惠享金融服务