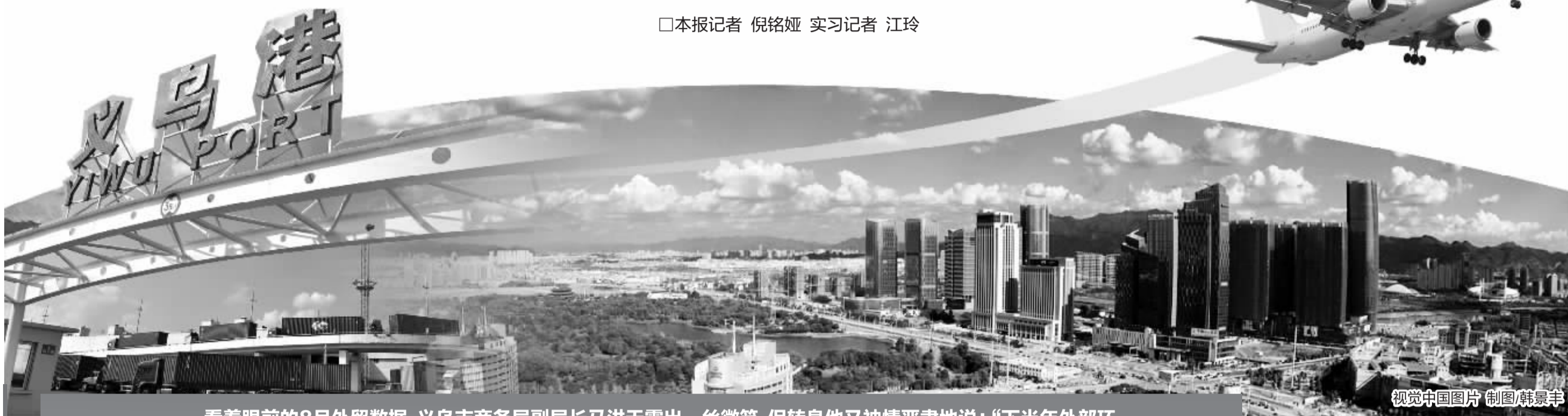


需求回暖订单增长 难题待解转型路艰 外贸企业转型义乌样本

□本报记者 倪铭娅 实习记者 江玲



视觉中国图片 制图/韩景丰

看着眼前的8月外贸数据,义乌市商务局副局长马洪天露出一丝微笑,但转身他又神情严肃地说:“下半年外部环境不确定性增加,近期义乌入境外商也开始减少,义乌外贸要增强忧患意识,做好应对未来可能出现相关挑战的准备。”

不确定性增加已成为义乌外贸企业的共识。中国证券报记者在浙江义乌调查发现,作为全球最大的圣诞用品出口基地和中国重要的外贸企业聚集地,义乌面临着成本上升、人才短缺等多方面问题,但外贸企业在困境中摸索转型之路,开拓跨境电商出口新业态、新模式,苦练内功,防患未然,这实际上是中国外贸企业的一个缩影。

■ 记者手记

跨境电商助力义乌 “买全球卖全球”

□本报实习记者 江玲

在浙江省义乌市商品城五区门口,“买全球卖全球商品海洋,源头货源头价购物天堂”的条幅格外醒目,条幅中间的LED显示屏上显示着货源动态信息。在五区一层10万平方米的场地里,不同国别商品琳琅满目。

浙江省义乌市商务局副局长王红华告诉中国证券报记者,对整个跨境电商行业来说,如何促进跨境电商进出口平衡是当务之急。与出口相比,进口业务还没有开展,进出口严重不平衡。”王红华指着资料上的数据对记者说,上半年义乌市实现进出口1240.04亿元,同比增长9.16%。其中,进口13.38亿元,同比下降12.90%。

跨境电商进口更是微乎其微。”王红华表示,义乌国际邮件互换局数据显示,跨境电商出口业务量日均约为12万票,但跨境电商进口不到300票。

义乌等22个城市将新设一批跨境电商综合试验区,对此,王红华难掩兴奋地说,接下来将把加大进口作为重点工作之一。

当前商品进口主要通过保税或者直邮形式。我们正在探索B2B跨境电商进口模式,即依托商品城,让国外供货商或其授权的国内代理商直接入驻线下店铺。通过监管店铺确保货源真实性,国内分销商或采购商,到店采购。”王红华边说边在桌上演示。对于接下来的实施方案,王红华显然已了然于胸。

王红华表示,经过多年发展,义乌小商品已走向全球200多个国家和地区,借助这轮跨境电商及扩大进口的契机做大进口,将使义乌成为世界级的“小商品集散地”,真正做到“买全球卖全球商品海洋”。

为此,义乌市商务局出台了《关于促进商贸业高质量发展的若干意见(试行)》,通过支持进口日用消费品、支持发展转口贸易、支持企业获得进口商品代理权、支持发展第三方服务、推行先行赔付制度等,扩大进口贸易发展。

当前跨境电商品类受限、通关效率低,成为限制跨境电商进口业务做大做强的症结所在。”王红华建议,对有些大家用得到、也不存在什么问题的进口产品,应由审批制改成备案制。

商务部研究院国际市场研究所副所长白明认为,由审批制改成备案制涉及贸易便利化和信息化建设便利化问题,当前不具有大规模推广的条件,可循序渐进、分布式找一些地区试点。

需求回暖 出口有望平稳

8月底的义乌,骄阳似火。走在义乌市福田二区圣诞用品出口基地,给人的感觉却冷冷清清。在这里,记者看到不少店面大门紧闭。

“企业关闭店面是去厂房赶订单。”义乌圣诞用品行业协会副会长蔡勤亮向记者解释,义乌圣诞用品企业经营基本上是“前店后厂”模式:店面大多集中在市中心附近的义乌市福田二区;厂房大多分散于距离福田二区几十公里外的郊区或工业区,有的甚至在外省。

蔡勤亮说,尽管今年外部不确定性因素增多,但圣诞用品行业订单稳中有升,同比增长5%—10%。“一方面,义乌生产的圣诞用品种类齐全、物美价廉,而且圣诞用品属刚需,需求相对比较稳定;另一方面,今年不少外商不再通过分销商下单而是直接向厂商下单。向厂商下单,必须达到一定订货量,厂商才愿接单生产,这对订单增加有极大推动作用。”

义乌市商务局统计的数据证明了蔡勤亮的说法。“根据商务局最新统计,上半年义乌

入境外商比往年同期增长6%—10%。”马洪天指着一组统计数据告诉记者,入境外商增加带动外贸订单增长。这说明国际需求整体回暖明显,国际经济仍处于复苏态势。

国家统计局最新公布的8月PMI环比回升数据同样说明,国际经济弱复苏态势没有出现逆转,这对中国制造业形成一定支撑。尽管8月PMI分项指标中新出口订单略有下降,但从结构上看,大型企业新出口订单仍有所扩张。

“浪莎下半年订单量比上半年增长40%以上,为加快出口进度,现在每个车间都在加足马力赶订单。”浪莎控股集团董事长翁荣金向记者指了指,顺着翁荣金指的方向,记者看到,在一个近三千平方米的车间里,几百台织袜机正加紧作业。

“前7月浪莎出口额已达1亿元,同比增长10%。尽管当前外部环境发生变化,但今年公司出口能稳中有升。预计全年出口额将达3亿元,同比增长20%左右。”翁荣金笑言。

实际上,从海关总署最新公布的数据看,

包括袜业在内的纺织品前8月出口确实表现不俗。据统计,前8月我国纺织品出口5071.8亿元,在七大类劳动密集型产品出口中增速最高,同比增长2.8%。

从义乌袜业协会近期调研看,下半年整个义乌袜业出口有望继续保持平稳态势。在义乌袜业协会办公室里,协会秘书长金善富拿着一叠调查问卷告诉记者,协会近日对袜业企业开展了小范围调查。从调查情况看,目前义乌袜业受外部环境影响尚不明显。为避免将来可能带来的影响,协会正帮助企业积极扩展“一带一路”沿线国家和地区以及东北亚、东南亚等国家和地区市场。鼓励企业积极开拓跨境电商出口新业态、新模式,让更先进的跨境电商技术和方法成为义乌袜业出口世界的新引擎。

我国与“一带一路”沿线国家贸易增长态势良好。根据海关最新统计,前8月,我国与“一带一路”沿线国家贸易同比增长12%,高出全国整体增速2.9个百分点,占我国外贸总值的27.3%,比重提升0.7个百分点。

练好内功 积极谋转型

“需要看到的是,下半年外部环境不确定性增加,企业需做好应对外贸相关挑战的准备。”马洪天坦言。

据中国证券报记者调查,不确定性增加已成为义乌外贸企业的共识。他们认为,从当前情况看,为应对可能出现的挑战,企业应积极谋转型、练内功。

“练好内功是企业转型的根本出路,最近两年浪莎一直在积极推进转型升级。”翁荣金指着展厅里不同材质的产品说,浪莎每年投入3000万元研发费用,用于新材料研发、智能装备、节能降耗等,每年十款新产品中有三款是新工艺新材料产品。“除实现产品升级换代,浪莎还在探索浪莎品牌国际制造。即浪莎集团挑选国际顶尖原材料公司和优质供应商负责原材料供应,挑选世界顶尖设计师负责产品设计,然后到东南亚完成产品加工,贴上浪莎品牌销售到国内,让国内消费者真正体验国际制造。”

翁荣金说,外贸企业转型的根本在于推动外贸从规模扩张向质量效益提高转变,从成本和价格优势向综合竞争优势转变,促进

形成以技术、品牌、质量、服务为核心的竞争新优势,最终实现消费升级。

记者调查发现,义乌有不少大型外贸企业正在走类似于浪莎的转型路,他们一方面加大研发费用投入,加快产品升级换代;另一方面加快企业“走出去”步伐,实现中国产品国际化,促进消费升级。

与大型外贸企业转型不同,义乌不少中小微外贸企业越来越倾向于从传统外贸转型跨境电商。

义乌亚杰网络科技有限公司是一个从传统外贸转型跨境电商的成功案例。“现在公司每天的订单量在8000个左右,年营收3000多万美金。”亚杰网络CEO傅坚笑言,“从最初的低端生产到如今借助‘互联网+外贸’转型跨境电商,打造自主品牌,接单外贸,公司实现了‘微笑曲线’上移。”

傅坚坦言,转型跨境电商一方面来自传统外贸自身生存压力,另一方面来自政策对跨境电商支持。“企业在转型跨境电商后获得的最大的好处,是大大提高产品议价空间。举例而言,与之前相比,产品毛利润没发生变

化,仍然是20%—30%,但之前产品的销售价是7元人民币,转型跨境电商后可以卖到7美元,这其中20%—30%差别一目了然。”

“义乌传统外贸企业转型跨境电商趋势越来越明显。”义乌市商务局副局长王红华告诉记者,据商务局初步统计,去年阿里国际站由传统外贸企业转型跨境电商的企业有6000家左右,今年新增8000—10000家左右。2017年,义乌跨境电商电子商务交易额达747.57亿元,同比增长15.03%,其中跨境B2B交易额526.3亿元,同比增长7.45%,跨境网络零售出口额221.27亿元,同比增长38.24%,占浙江省的46%以上。

7月13日召开的国务院常务会议决定,推动跨境电商在更大范围发展,在义乌等22个城市新设一批跨境电商综合试验区。

王红华说,作为全球最大的小商品集散中心和采购基地,义乌能够入围第一批跨境电商综合试验区,对义乌加快转变外贸发展方式,通过“互联网+外贸”实现优胜劣汰,扩大海外营销渠道,促进企业和外贸转型升级具有重要意义。

发展遇瓶颈 难题亟待解决

中国证券报记者调研了解到,义乌外贸企业在转型升级过程中面临着诸多难题亟待解决。

对浪莎这样的大企业来说,国外当地市场产业链不健全、原材料运输周期长、市场反应慢,是企业“走出去”面临的重大难题。翁荣金以袜子生产原料为例告诉记者,袜子的生产原料需经过七八道工序,才能从石油中提炼出来,这些工序都要通过袜子上下游产业链合作完成,由于国外市场产业链不健全,生产原料只能从国内运往国外,这一运输过程最短也要25天。因此,一旦国外市场亟须原料,就会出现“远水难解近渴”的情况。“这一情况会导致国外产品生产周期延长,无形中降低了企业市场竞争力。”

对此,商务部研究院国际市场研究所副所长白明在接受中国证券报记者采访时表示,企业“走出去”实现产品国际化,不是简单的产业位移,很大程度上是要根据当地资

源再配置,这需要提前调研当地市场和商业环境。有些问题可通过与当地企业合作解决,如跟当地产能合作,与当地上下游产业链合作等,要将企业自身优势与当地优势相结合。

对义乌一些跨境电商来说,进一步扩大品牌境外影响力成为企业未来发展亟须解决的另一个问题。“经过三年的发展,亚杰网络已经走到发展瓶颈期。”傅坚说,想进一步扩大品牌知名度、做大业绩很困难,主要原因是很多国家的消费者对网上产品认购比例低。

傅坚认为,跨境电商经过一段时间发展都会遇到同样的问题。“为推动公司更好的发展,一方面,公司在控制好成本的前提下,创新产品、提高质量;另一方面积极拓展线下推广,提高曝光率。”傅坚说,但最大的困难是进行线下推广,因为线下推广需要有丰富的产品线和适合线下渠道的商品,这正是公司当前最大的短板。“当前公司产品线单一,也缺少适合的线下渠道。”

在白明看来,跨境电商扩大品牌境外影响力的“捷径”,是在国外设立海外仓,并与当地代理商合作拓展线下渠道,这样可形成线上线下联动效应,快速提升品牌在国外的知名度。

据中国证券报记者了解,义乌政府部门正在积极推进“市场采购贸易+海外仓”的跨境电商电子商务模式。目前义乌市已建设海外仓30家,总面积达7万多平方米,为跨境电商企业提供市场化的海外仓储、分拣、配送、售后等服务,初步探索出一条适合义乌小商品特点的“市场采购贸易+海外仓”的跨境电商电子商务发展模式。

对义乌外贸企业来说,人才短缺是他们面临的共同难题。王红华称,人才短缺成为义乌企业面临的共性问题。为了吸引人才,义乌市商务局一方面加大人才培养力度,支持开展商贸行业专业技能培训及各类公益性的商贸沙龙、分享、实操等小型培训活动,另一方面全力保障企业员工子女入学及住房问题。

前7月义乌市外贸进出口总额(单位:万元)

月份	2018年				
	交易额	同比(%)	环比(%)	累计数	同比(%)
1月	2497125	-0.24	10.33	2497125	-0.24
2月	2445593	292.2	-2.06	4936333	58.19
3月	778447	-56.99	-68.17	5717867	15.97
4月	2108971	6.35	171	7826842	13.21
5月	2380531	-2.76	12.88	10207231	9.03
6月	2196052	9.88	-7.75	12400422	9.16
7月	2255344	13.17	2.70	14655761	9.75

前7月义乌市电子商务交易额(单位:亿元)

月份	交易额	同比(%)	累计数	同比(%)
1月	203.77	69.95	203.77	69.95
2月	87.6674	5.45	291.44	43.54
3月	149.79	29.83	441.23	38.57
4月	147.61	8.52	588.84	29.58
5月	176.06	10.81	764.90	24.71
6月	181.37	10.60	946.27	21.74
7月	164.89	18.51	1111.16	21.25

数据来源:义乌市商务局 制图/江玲