

浙商早佈局 應對貿易戰

另拓美以外海外市場 加強研發自強自主

自美國總統特朗普以備忘錄形式公佈對中國「301調查」結果開始，中美貿易戰在過去的半個多月裡持續升級。浙江省作為中國的外貿大省，美國更是眾多浙商從事出口的第二大市場。連日來香港文匯報記者走訪多間浙商企業後獲悉，兩國日益升級的貿易戰，對浙江的影響不可謂不大。但過去幾年涉及浙商的貿易調查一直較多，因此不少浙商都提早作了準備和佈局，積極拓展其他海外市場。

■香港文匯報記者 俞畫 杭州報道

4月4日，美國政府發佈了針對「301調查」的加徵關稅的中國商品清單，鋼鐵產品首當其衝成為徵稅焦點。據了解，2017年中國出口美國的不銹鋼管數量為2萬多噸，一旦鋼鐵產品加徵25%的稅率，全國500餘家不銹鋼管企業將面臨產能過剩的問題。

作為不銹鋼管業界的「隱形冠軍」，浙江久立特材具有年產10萬噸工業用不銹鋼管、特殊金屬管道、雙金屬複合管道、1萬噸管配件的生產能力，年產銷量多年穩居全國第一。

「美國曾是我們外貿出口的第二大市場，最高峰時佔出口總額的35%，2008年，為了深耕美國市場，久立在美國特拉華州註冊了「久立美國公司」(JIULI USA, Inc)，並派駐了專業的銷售團隊，負責與當地企業對接。」浙江久立特材科技股份有限公司董事長李鄭周在接受香港文匯報記者採訪時如是說。

不銹鋼產品遇貿易壁壘

然而，隨着市場的拓展，久立與美國同行在市場上的競爭越來越激烈。2008年，美國4家鋼鐵生產企業與美國鋼鐵工人聯盟聯合向美國商務部和美國國際貿易委員會提交了申請，要求對中國產的不銹鋼壓力焊接管展開反傾銷和反補貼合併調查。根據初裁結果，久立「雙反」調查合計稅率達到76.54%。

當時的董事長周志江迅速召集公司會議，着重分析了過去一年公司運行的相關數據，得出結論：過去一年，久立出口到美國的產品價格，高於國內其他企業均價的40%，接近於美國國內產品的價格，不存在「傾銷」問題。2011年，經過4年漫長的應訴之路，久立最終以1.1%的反傾銷稅率及0.01%反補貼稅，綜合1.1%的稅率，成為國內不銹鋼管行業「雙反」調查最低稅率的企業。

「雖然打贏了官司，但從那個時候開始，我們看到了國際貿易的殘酷性與貿易保護主義的不斷抬頭，因此也啟動了相應的應對措施：一方面在美國尋找優質資產，考慮收購本土企業避開「雙反」條例，另一方面積極在「一帶一路」沿線國家特別是中東地區進行市場開拓。」

積極為產品覓替代市場

「『一帶一路』戰略的實施為中國的核

電與高鐵發展開闢了新的道路，不銹鋼管企業作為其配套設施應隨之『走出去』發現新的商機。」李鄭周坦言，今年五月，公司將帶着企業的部分產品走進阿根廷與巴西。「我們將積極為產品尋找新的替代市場，盡可能減少貿易保護主義帶來的損失。」

「浙江是對外貿易的大省，外貿出口總量佔全國份額的12.7%；從貿易市場看，2017年浙江全省對美國進出口額為4,197.6億元人民幣。」浙江省商務廳相關負責人說，「美國是浙江的第二大貿易國，貿易戰對浙江的影響不可謂不大。」

「但是，在外貿出口迅速增長的同時，近年來，美國與浙江的貿易摩擦卻從未停息，2016年、2017年由美國發起、涉及我省的貿易摩擦案分別為23起和29起。」因此，面對此次美國實施對華貿易限制措施，不少浙商提早都有了準備和佈局。

「美國一直是巨石的重要出口市場，佔出口比例約為7%至8%，因此，我們於2016年就在美國南卡羅來納州投資3億美元，建設8萬噸池窯拉絲玻璃生產線項目。」中國巨石集團戰略部部長沈國明透露，該項目將於2018年底投產，不僅能有效避開中美貿易摩擦，還能充分利用自身美國產能填補因中國進口不足帶來的紅利。

寧波威仕消防器材有限公司董事長郎潔表示，其公司產品最近通過了美國DOT鋼瓶認證，並與當地公司達成了合作。「面對外部環境的變化，還是要有效提升企業自身的競爭力，並優化銷售渠道，減少中間環節，以增加利潤空間。」郎潔透露，面對不斷增長的國內市場，公司在兩年前就開始發力本土市場，挖掘國內消費潛力。

浙江愛旭太陽能科技有限公司是全球最大的太陽能電池企業之一，公司行政總監徐新峰坦言，公司在貿易戰消息傳來的第二天就緊急召開了管理層會議。「一方面要調整我們的銷售策略，把銷售方向轉向歐洲國家，或者向金磚國家去發展；另一方面則要藉機轉型升級，開發一些突破徵稅清單的新產品。」

「這些年，浙江很多企業在產品出口的過程中經常遭遇類似反傾銷訴訟等限制措施，很多企業積累了一些經驗，包括成功的應對措施。這一次中美貿易戰會進展到什麼程度，我們目前無法評估，這要取決於雙方的博弈，但是企業要有足夠的心理準備和應對措施。」浙商研究院執行院長楊軼清表示。



美國政府發佈了針對「301調查」加徵關稅的中國商品清單，鋼鐵產品首當其衝成為徵稅焦點。浙江久立特材能在「雙反」調查中勝訴與他們出口的高端產品是分不開的。圖為技術人員對高壓無縫鋼管進行檢測。資料圖片

貿易摩擦或成常態

專家解讀

中美兩國互為最大貿易國，所以最近爆發的中美貿易摩擦成為企業家最關心的問題之一，也是今年中國和全球經濟最大的不確定因素之一。如何看待中美貿易戰？結果會如何？如何應對這一全新的挑戰？

對此，中國銀行首席經濟學家曹遠征在浙商智庫閉門會暨《浙商》全國理事會主席沙龍上表示，中美貿易戰或將進入常態化。「雙方不會將貿易戰無限升級，很可能是邊打邊談，邊談邊打，而且可能會突破原有的邊界，在更多的領域展開。中國企業對此要有心理準備。」

生產製造全球化 中國極具競爭力

如今的國際貿易，早已超越單一產品貿易，而是在全球產業分工下的要素流動。生產製造全球化分工，使得原材料的進出口在國際貿易中佔比越來越大。全球一共有519個行業，每個行業在中國都有，而且在許多細分領域中，中國中小企業的市場佔比極高，成為行業「隱形冠軍」。這使得中國在全球產業鏈中具有極大競爭力。

曹遠征認為，美國挑起貿易戰後，將新能源汽車等產品列入對中國制裁的清單，針對的並不是眼下，而是「中國製造2025」。

「中國不斷提升的高端製造能力和全產業鏈生產能力，讓美國心生忌憚。美國試圖通過貿易戰，極力遏制中國的成长速度。這是一個守成大國和一個崛起大國之間的角逐。」

由於經濟全球化，在全球供應鏈基礎上的貿易戰是難分輸贏的，如果長久打下去，結果必然是「雙輸」。從「持久戰」角度來看，中美貿易戰的最後輸贏不取決於一時一地，而取決於兩大經濟體的韌性。

曹遠征說，中國經濟的韌性在於擁有龐大的國內市場，而且這個市場正在發揮強有力的支撐作用。2014年中國國內消費第一次超過投資，成為拉動GDP增長的首要因素。2017年中國消費佔GDP的比重達到58.8%，而投資佔比是32%。如果中國居民收入持續增長，消費將是支撐中國與美國進行貿易持久戰的基礎，也是希望所在。

此外，針對外貿出口型企業，曹遠征建議道，企業可以考慮轉換方向，把外貿業務向「一帶一路」沿線國家轉移。「據我觀察，這幾年中國對外貿易增長速度最快的就是『一帶一路』沿線國家。」曹遠征還認為，對於單純的貨物經銷商來講，現在收進口業務的前景要好於出口業務。

■香港文匯報記者 俞畫 杭州報道

開發新產品 掌握主動權

「在久立做外貿出口的十多年裡，多次經歷過『雙反』調查，包括美國、歐盟和巴西等等。在全球市場競爭激烈的背景下，當你的產品銷量影響到當地生產企業的時候，都有可能引起貿易保護主義的抬頭。」李鄭周坦言，久立無法去阻止各種類型的調查和申訴，只能不斷轉型升級，開發高端的新產品來應對。

「以我們打贏美國『雙反』調查案為例，最終勝利的核心原因就是我們出口到美國的產品均為高端無縫鋼管，接近於美國國內產品的價格，不存在『傾銷』問題。」

如今，中國大部分的不銹鋼管企業仍在生產較為低端的產品，出口美國最大的優勢就是價格低廉，然而，一旦被加徵25%的稅率，就無法與印度產品進行競爭，從而很容易會失去美國市場。「印度近三年出口美國的不銹鋼管數量都接近2萬噸，所以如果中國產品被徵高稅率，印度產品的價格優勢就立馬體現出來了。」

據了解，久立正在積極開發更高規格的鎢合金管，這是一種利用金屬鎢與其他金屬製得的合金管型材料。「目前在美國加徵關稅的商品清單裡，沒有任何型號的鎢合金管，就是因為他要抵制的主要是會影響美國生產商的產品，但對更高規格和型號的不銹鋼管，美國很多生產商都做不出來，就談不上需要列入清單來抵制進口了。」

李鄭周笑着說，作為企業，就要看到當下局面其積極的一面，借此倒逼企業轉型升級，開發出對方不得不買或者加價也得購買的產品，將主動權牢牢掌握在自己的手中。



久立特材的不銹鋼管。香港文匯報浙江傳真



李鄭周(右一)帶領國外客戶參觀久立，開拓市場。香港文匯報浙江傳真

拿下「美標」全球通 「帶路」沿線拓商機

拿下「美標」是每一家出口美國的中國不銹鋼管企業的必經之路，雖然「美標」的規格並不是最高的，「但從另一方面來說，『美標』又是全球最通用的標準體系，在幾乎所有的『一帶一路』沿線國家中都被認可，這就意味着中國的不銹鋼管企業不需要改動已做出來的產品，就能直接將其出口到那些國家和地區，至少在成本上不會給企業再添負擔。」李鄭周說。2011年，久立打敗三家歐洲生產商，拿下了阿曼石油在中東的天然氣輸送項目，這也是當時世界最大的雙相鋼管線管訂單。

新開跑道可紓庫存壓力

「阿曼石油的訂單讓我們看到了美國以外的市場需求，以不銹鋼管企業來說，中東地區對油氣輸送管道的需求一點也不比美國弱，在產品高質低價的前提下，我們完全可以看得遠一

點，開拓一些新的市場。」在李鄭周看來，「一帶一路」倡議的實施為中國的核電、高鐵、油氣發展開闢了新的道路，作為其重要的配套設施，不銹鋼管企業將迎來新的商機。以核電為例，中國首推「華龍一號」出口，積極推動CAP1400堆型和高溫氣冷堆「走出去」。截至目前，中國已經與阿根廷、英國、巴基斯坦等國家簽署協議，沙特、蘇丹、南非、土耳其的合作也在洽談之中。

截至2017年，久立已將產品銷往80多個國家和地區，其中包含多個響應「一帶一路」政策的沿線國家和地區：新加坡、馬來西亞、沙特、科威特、阿聯會、巴基斯坦……「『一帶一路』沿線國家對中國產品還是非常歡迎的，再加上國家政策的扶持，作為不銹鋼管企業，我們不妨新開跑道，在解決庫存壓力的同時尋找新的高機。」