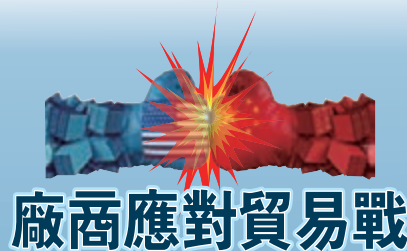


對美出口減半 關稅隨時再加 粵企「瘦身」「健身」應對危機



廠商應對貿易戰

系列二

中美貿易戰給中國出口美國的企業帶來影響日趨明顯，作為出口大省的廣東，部分企業對美訂單更大減一半。面對美國隨時再加關稅，企業被迫想辦法「健身」或是「瘦身」。據香港文匯報記者採訪多家企業獲悉，有企業設法提升設計和品牌，增加產品附加值；有許多企業積極佈局「一帶一路」沿線國家以及澳洲等地；有工廠由深圳搬遷至成本低一些的地區；更有一些企業更開始裁員或者收縮業務。各企業應對之策可謂八仙過海各顯神通。

■圖/文：香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道



■深港物流業共同探討應對貿易戰，幫助出口應對衝擊。



■數百企業參會，了解如何通過物流等服務應對貿易戰衝擊。



■荷蘭鹿特丹為拓展「帶路」商機，早前在深圳物流博覽會快速直達歐洲服務，目前成都到鹿特丹每周有三班列車，主要是電子、日用品、筆記本和電腦等產品。

因貿易戰帶來負面影響，擔憂影響公司聲譽和與夥伴的合作，許多企業顯得低調，不願意接受採訪，即使接受採訪也不太願意透露公司名稱。順德一家知名家電企業負責人黃先生表示，他們研發和生產加濕器、吸塵器、淨水器等小家电出口美國，美國市場佔其出口份額20%，美國第三輪對中國產品加徵10%關稅，買家壓價導致其利潤幾乎消失殆盡。如果明年初美國加徵25%關稅的話，那影響很大，美國客戶將會從日本、韓國、東南亞等地進口。為應對這一挑戰，他們加強了產品外觀設計，做DIY個性化產品，提高附加值。

轉型投產高端產品

他認為，貿易戰促使他們積極轉型，

從低端產品轉向高端產品。與此同時，他們還會積極拓展「一帶一路」沿線國家市場，踴躍參加德國工業展，加強開發歐盟市場，並進軍非洲國家。此外，也想辦法發展內需市場，深挖內地消費市場，並在京東和天貓都開設網店，盡量減低貿易戰影響。

內遷減產收縮公司

深圳一家從事傢具出口的企業負責人張先生告訴記者，他們工廠有200多人，一年出口美國的美式傢具是1,000個40呎貨櫃，佔公司出口80%份額，而一個貨櫃貨值60萬元人民幣，一年出口貨值6億元人民幣。現在美國加徵10%關稅，導致他們成本增長業務下滑，以前是一個月出口美國200個貨櫃，現在暴跌一半，只有100個貨櫃，貿易戰令公

司利潤被大幅稀釋。更令他擔憂是，美國明年可能加徵25%關稅，這對公司影響十分不利。

目前，張先生的公司在東莞、中山、順德等地尋找低成本的工廠，經過多番尋找和比較後，決定將深圳工廠搬遷至東莞大嶺山，那裡廠租要較深圳便宜40%，可以抵消貿易戰影響，而且當地有集中的傢具區，包括木材和配件多，可以降低物流成本。

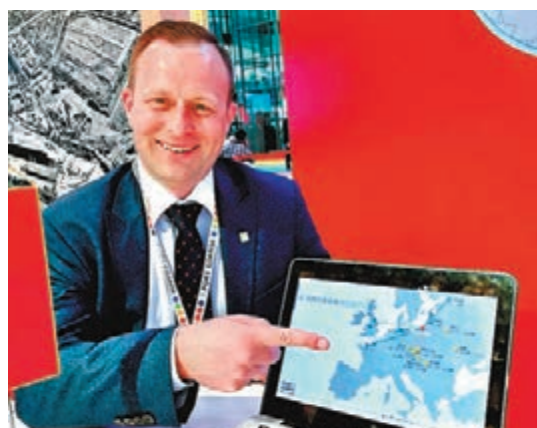
張先生表示，公司還準備拓展美國周邊的加拿大、墨西哥以及南美市場，加快開拓中亞五國、非洲、西亞土耳其等「一帶一路」國家市場。為應對挑戰，目前，公司計劃減少產量，並會進行適當的員工調整，但目前不會進行大幅裁員。

有近百名員工的深圳牛仔褲出口企業總經理羅女士告訴記者，公司原先一個

月出口美國10個貨櫃，受貿易戰影響，現在已降至5個櫃。為減低成本，工廠從羅湖大旺村搬到坪山，租金成本降低15%，員工宿舍成本、生活成本和購房成本都有一定幅度的下降。她感歎，因國家給予的出口退稅減少，貿易戰令其出口成本增加，買家訂單減少，現在他們一些機器停運，有些員工只得休息，公司計劃小幅裁員，等業務好轉後再將休息員工招回來。

積極參展環球尋客

另外，羅女士又指，公司進行改單，將一些原本出口美國的服裝降低檔次出口東南亞，因東南亞有6億多人口，市場潛力大。此外，他們也在大力尋找歐洲、澳洲和新西蘭市場，積極赴香港、廣州和深圳等地參加展銷會，尋找新的市場。



■波蘭華但斯克港基礎設施副董事長負責人馬爾辛奧索夫斯基表示，中國商品可從波蘭轉口至東歐國家。

儘管貿易戰給中國經濟帶來負面影響，但反對貿易戰的中國仍堅持擴大開放，積極推動與「一帶一路」國家的貿易和經濟合作。10月中旬在深圳舉行的物流博覽會上，記者看到，很多來自西亞、東歐多國家的貨運、港口和倉儲等公司紛紛參展，他們看好與中國的合作機遇，加大力度拓展與中國的合作，共同分享「一帶一路」帶來的機遇。

土耳其航空有關負責人告訴記者，他們在香港、北京、上海及廣州每天均有航班，其中往返香港和上海每周有五天貨運航班，主要商品是進口中國的電子產品、服裝等。今年以來，業務增長逾兩成，從廣州至土耳其的空運業務也有近一成增長，主要是從中國進口的時裝。

創科製造業「直達歐洲」

荷蘭鹿特丹展館則突出「直達歐洲」，該展館有關負責人張敏告訴記者，鹿特丹港是歐洲第一大港，中美貿易戰促進中國和歐洲的合作，他們看好中國倡導的「一帶一路」機遇。鹿特丹通過航空、海運和鐵路與中國相連，現在成都到鹿特丹每周有三班列車，主要是電子、日用品、筆記本和電腦等。他們將加強與深圳市和廣東省經貿合作，尤其是創新科技和製造業方面，將荷蘭高新產品在中國生產後轉至歐洲銷售。目前，包括華為、比亞迪和中興通訊等有100多家中國大型企業在鹿特丹設立歐洲總部或者分公司。

波蘭企業盼成中轉站

波蘭格但斯克港基礎設施副董事長負責人馬爾辛·奧索夫斯基表示，該港海路和陸路連接中國，目前每周有兩個列車往返中國和波蘭，進口中國的汽車、電子產品等，通過波蘭中國廠商將這些商品轉口至拉脫維亞、愛沙尼亞等東歐國家。

波蘭從事倉儲業務的公司GDYNIA有關負責人向記者介紹，他們分別擁有12,000平方米和28,000平方米的倉儲和堆場，可以快速地將輪船上貨物轉運至火車，便捷運到東歐市場。他期望能夠與中國企業合作，利用他們的倉儲能力進軍歐洲。

空運改海運 結盟爭優惠



■深圳市鵬展國際貨運代理公司總經理張勇表示，東方不亮西方亮，公司將開拓「一帶一路」沿線國家市場。

為應對貿易戰衝擊，許多生產企業和物流企業紛紛求變，其中一種重要應對方式就是將空運轉為海運，從而較大大降低成本。深圳市鵬展國際貨運代理公司總經理張勇表示，他們將出口美國貨物由空運轉為海運，並跟隨國家步伐，拓展「一帶一路」。深圳市虎航國際貨運代理公司總經理張桅也表示，他主要作美洲線海運，因出口美國業務大降，公司便將操作部從深圳轉至清遠四線城市，降低運營成本，並努力開闢非美國市場，包括北非、南非、俄羅斯及澳洲等國家業務。

張勇告訴記者，他們公司有60人至70人，為出口美國的企業提供空運服務，主要是電子產品和跨境电商產品，其中電商業務佔50%，去年他們僅美國貨代營業額就有3,000萬元至4,000萬元人民幣，佔公司總收入逾三成。此次貿易戰因大量出口企業受損，他們貨代物流業因此受到連累，今年美國業務預計下滑

美國貨代業務跌三成

為幫助企業降低成本應對貿易戰，他們將聯合其他同行組成聯盟，一起向航空公司拿到更優惠價格。他們還將客戶出口美國的空運產品改為海運，從而可以較好地降低成本。俗話說，東方不亮西方亮，張勇說，他們加大力度拓展東南亞、非洲、中亞和南美等地業務，這些市場也有小幅增長，他們還將歐洲業務進行延伸，做更多附加值服務。他坦言：「我們愛國心超過了追求利潤的動力，會與國家和企業一起共克時艱，公司將緊跟國家步伐開拓「一帶一路」沿線國家市場。以前五、六十年前，當時我們國家那麼艱難都挺過來了，因此我還是對國家發展充滿了信心。」

中美洲航運收費平四成

張桅則表示，他主要做拉美海

運，包括哥倫比亞、智利、秘魯、巴拿馬及古巴，因他們海運航線是與美國航線為同一艘輪船，中國出口商品減少，現在輪船裝不滿，他們只得降價，以前一艘輪船有3,000個貨櫃，一半是運往美國，一半是南美，貿易戰前經常爆滿，一倉難求，現在運往美國的貨倉大部分已空置，航運公司被迫降價吸客，他們也得跟着降價。以前一個大貨櫃運到墨西哥3,000美元運費，現在只有1,800美元，因此，他們賺不了什麼錢。

操作部內遷節省成本

為應對收入下降，他們現在減少招人，將多餘辦公室退租，只留下熟練員工，近期將操作部轉移至清遠四線城市，以便進一步降低成本。他解釋指，因為清遠一個大學生月薪只要2,500元人民幣，並且不用提供住宿，深圳則要4,000元，還要包住，未來操作大部分也將搬遷過去。



■深圳市虎航國際貨運代理公司總經理張桅表示，他們現在減少招人，將操作部從深圳轉移至清遠。

運美人棄我取 物流企逆流商機

海光物流集團董事長汪海光接受記者訪問時也表示，中美貿易戰影響長遠，中國企業出口受衝擊，物流業也陷入動盪，有危亦有機，但他看到更多的是機會。

貿戰前尾班車貨運倍增

他稱，美國總統特朗普實行貿易保護主義，發起對華貿易戰，中國需要長期應對。

為應對挑戰，他認為，物流業需練好內功，留住好的人才和客戶。但在貿易戰中，別的企業紛紛放棄美國業務，他們逆市進入美國市場，在加州設立辦事處，因貿易戰導致市場動盪，一些同行放棄美國業務，他反而覺得這是個商機，他們是美國線貨運服務新加入者，機會多。在貿易戰中的6月至9月，大量出口企業拚命地趕貨，以盡量規避貿易戰影響，於是他們為客戶

加緊出貨，7月他們付運500個貨櫃，9月增加至1,000個，上升了一倍。

與此同時，汪海光也在尋找新業務，包括亞洲、非洲、南美等市場機會，加強開拓日本、韓國，以及越南、泰國等東南亞市場，並且還將赴中東和印度開拓業務。今年以來，公司業務逆市上升10%以上，去年營收20億元人民幣，今年預計將升至逾22億元人民幣。



■海光物流集團董事長汪海光表示，他在貿易戰危中尋機，9月服務出口美國的貨櫃增加至1,000個，上升一倍。