

義烏商家：新拓海外客商信譽時有不佳 貨款屢遭拖欠冀官方助討

看好非洲2.5億中產人口市場

貿易戰 陰雲 浙南 剪影 之三

在義烏國際商貿城金炬品牌箱包的展廳裡，70多歲的金總正坐在櫃檯前發呆。之前主要出口美國市場的他們遇到貿易摩擦，交易額直線下降，已經到了影響生活的地步。事實上，自去年中美貿易摩擦開始，他就試圖轉向其他市場，卻發現拓展新市場並不容易。「因為我們走的是薄利多銷的經營方式，一個包只賺幾分錢，所以如果量做不起來，就會虧本。」

■文/圖：香港文匯報記者 俞畫 浙江義烏報道

金總拿起一個挎包問記者，你猜這個多少錢？香港文匯報記者在心裡壓了壓價格，報了50元（人民幣，下同）。「50元就好啦，這麼大一包，我們才賣12元。」金總苦笑說，這樣的包，必須批量做，超過1,000個，成本才能控制在12元以下。「美國市場大，每次都是幾萬個幾萬個地進貨，其他國家最多就進幾百個，我成本壓不下來，就賺不到錢。」



貨品發巴西 貨款難收回

事實上，金總並非沒有試過尋找新的進口商。「去年，我們就跑去南非參加了展銷會，有一個巴西的進口商，向我們進了160萬元的貨。」為了能做成這筆生意，金總甚至都沒有收定金，就按照進口商的要求將貨發到了巴西。「沒想到對方以我們的包質量不過關為理由，遲遲不願意支付貨款。」

如今，官司已經打到了義烏中院，過幾天就要開庭。「跨國官司不好打，也不知道什麼時候能把錢要回來。」金總說，「除了巴西，去年我和兒子也以旅遊為名，去韓國的大東門市場轉了一圈，想尋找新的機遇，發現也不容易，那邊的市場攤位價格非常昂貴，再加上語言不通，最終還是沒有成功。」

非洲討欠款 一待四個月

像金總這樣，在拓展新市場中遇到難題的，在義烏的商家中並非少數。被非洲採購商親切地稱為Susan媽媽的店主，知道香港文匯報記者在商貿城了解出口情況，特意來「吐吐苦水」。「我主要是賣童裝的，做的是非洲市場的生意，包括肯尼亞、坦桑尼亞、尼日利亞等國家，至今已經累計被拖欠了200多萬的貨款了。」

Susan媽媽打開了一本厚厚的賬簿，裡面記滿了她從2012年至今與非洲進口商的訂單，其中打過勾的就是已經結清了貨款的，沒打勾的則是欠款仍未支付的。「非洲局勢不穩定，商人的信譽也不佳，下單的時候說得好好的，轉頭就把合同撕了不認賬了。」
「我現在每年都要去非洲討債，幾萬幾萬地要，有時候要回來的錢都不夠去的成本。」Susan媽媽一邊搖頭一邊說道，「去年我在非洲待了四個月，租住在客戶家裡，白天就按着他們之前下單給我留的地址去上門要債，一到晚上就要趕緊回房間，不然怕不安全，辛苦得很啊。」

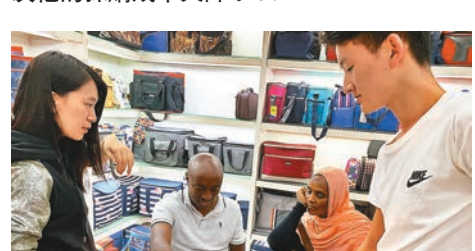
「其實，在義烏市場做外貿的，多多少少都被騙過，為什麼我們不願意放棄？因為我們依然看好那些市場，我們血液裡也流着拚搏的精神。」Susan媽媽告訴香港文匯報記者，非洲市場有2.5億人口的中產階層，是一個可以深挖的市場。「我們只是希望政府在鼓勵商人走出去做生意的同時，也能多保護我們的合法權益，在國際商貿官網上協助我們追討欠款。」



■挎包均價才12元人民幣，只能靠走量來賺利潤。



■南美商人迪亞哥正在與店主討價還價，這次他的採購成本又降了5%。



■「計算器才是義烏國際商貿城的通用語言。」

學者：做好長期準備 提高產品質量

在浙江工商大學經濟學院教授張旭昆眼裡，可以把此次中美貿易摩擦，看作是貿易保守主義和貿易自由化投資便利化的博弈，如果雙方都不打算讓步，這或許會成為一段時間內的常態化表現，甚至有可能還會延伸到其他領域。「為此，民營企業需要做好長期準備，一方面不能過分依賴美國市場，另一方面要千方百計把產品質量做上去。」
「美國市場的確很大，但如果把全部雞蛋都放在美國這個籃子的話，必定會有不確定性。」張旭昆建議，要把市場向東南亞、非洲等地區轉移。
「儘管時間會長一些，過程會慢一些甚至痛苦一些，但是必須要去。即便有一天中美貿易『停戰』回歸正常，中國出口市場多元化、加快轉變外貿發展方式、穩外貿的各種措施也不會停下腳步。」
香港文匯報記者從商務部了解到，今年以來，中國在鞏固歐盟、美國、日本等傳統市場的同時，對東盟、巴西、印度、南非等新興市場和發展中國家或地區的出口保持較快增長。「中國的出口市場更加多元化，因此中國製造也要隨着轉型升級，為產品添加科技和技術含量，培育和打造國際貿易競爭的新優勢。」張旭昆說。

■三能箱包為國內市場開發的新款保溫包。圖為店主謝雪峰。



「跟美國人做生意好似做慈善」

在義烏國際商貿城二期的箱包區，香港文匯報記者看到幾位非洲採購商正在三能箱包裡挑選保溫包。「中美貿易摩擦對我的影響並不大，因為我們是專業做保溫包的，手裡握着幾項專利，一般的箱包企業做不過我們。而且我們的採購商來自世界各地，現在也開發了適合內銷的款式，力爭把國內市場也做起來。」店主謝雪峰一邊招呼客人，一邊陪香港文匯報記者聊天。

從謝雪峰這裡，香港文匯報記者了解到一個香港商人的故事。這位香港朋友與謝雪峰一樣，做的是箱包生意，主要出口美國的沃爾瑪超市。「沃爾瑪對採購商的要求，就是低價低價再低價，它不管你原材料是否上漲，反正每年給它的價格必須與去年持平甚至下降。」因此，隨着中國人工成本的不斷增加，兩年前，這位香港朋友決定在越南投資2億美元，建起了一座箱包製造工廠。

「一邊陪死命壓價，另一邊沃爾瑪對商品供應商的生產要求卻非常高，不僅對員工數量、機器數量有要求，對員工的工作時長、工廠的環保情況均有嚴格的指標，且常常會突擊抽查。」謝雪峰告訴香港文匯報記者，她的朋友的工廠就被突擊抽查了好幾回，還因為讓員工加班趕工被罰了款。
「如果嚴格按照沃爾瑪的指標做，基本上一個貨櫃都賺不到100美元，但是不按照它的指標做，萬一被沃爾瑪剔除出供應商名單，這麼大的工廠一下子也找不到新的合作夥伴，停一天工就是十幾萬美元的損失，銀行也會將貸款收回，資金鏈一斷裂也是一個死。」
「現在我的朋友很羨慕我，因為很早以前我就將主要出口的方向轉成了非洲和東南亞專供天貓等電商平台，現在反而「船小好回頭。」謝雪峰笑着說，她朋友如今常常跟她吐嘈「跟美國做生意好似做慈善，這不如國內市場有搞頭。」



■Susan媽媽的記賬簿，裡面沒打勾的就是未結清貨款的單子。

■Susan媽媽（後排右一）到非洲要債，給小朋友分麵包吃。受訪者供圖。



■搶出口的紅利期已結束，義烏商貿城冷清了不少。

一箱鈴鐺賺五元 同質化嘗苦果

特稿

「大部分對美出貨的搶運在去年12月前完成，搶出口的紅利期已經結束了。」浙江中外運有限公司報關部負責人坦言，今年外貿企業形勢嚴峻，一方面美國進口商已經有了一定的囤貨儲備，可以持幣觀望，另一方面工廠生產的商品轉市場沒那麼快，貨物積壓會比較嚴重。

南美商人：喜歡她們打價格戰

不少義烏商戶感受到了銷售壓力，多年的壓價競爭在市場萎縮的背景下越來越不起作用。走進國際商貿城一區的聖誕商品區，來詢價的幾乎都是來自非洲和南美的客戶，而美國的客戶則擔心貿易摩擦的不確定因素，比以往提前兩個月就下單發貨了。做完大頭生意，市場不免顯得有些冷冷清清，店主數量數倍於採購商的數量，也正因此，只要走進來一個採購商，就有幾個店主圍上去爭搶生意。

一個在義烏進貨超過18年的哥倫比亞採購商告訴香港文匯報記者，在原材料和人工成本上升的情況下，今年他的進貨價格反而更便宜了。這位名叫迪亞哥的採購商在哥倫比亞有一間外貿公司，他每年來義烏四趟，每次待十天，採購包括聖誕用品、玩具、生活用品等各種商品，發貨到哥倫比亞後再賣給當地的企業。

當迪亞哥指着一頂帶鬍鬚的聖誕帽時，幾家商舖的店主熟練地在計算器上按下了一串數字，「2000+1.3」意味着「2000」頂起批，批發價「1.3」元。迪亞哥偷偷告訴香港文匯報記者，這比他預想的還要便宜，估計也是商舖的底價了。「我喜歡她們打價格戰，這樣我的採購成本就下降了。」迪亞哥狡黠一笑，按照這個採購價，今年他的利潤又能上浮5%了。

義烏店主：玩具仿造太快了

有店主苦着臉說，最近生意真的不好做，一箱200個的鈴鐺，扣除成本，他只能賺五元錢。但即使這樣，也有不少店主好幾天都沒開單了。

還是鈴鐺、蝴蝶結等掛飾，從顏色到大小幾乎都一模一樣，這也導致了店主們唯有壓價競爭，才能吸引採購商下單。
同質化競爭是困擾義烏幾乎所有小商品從業者的問題。國際商貿城一區一樓的力創先國際（香港）有限公司做的是玩具生意，香港文匯報記者見到店主羅斌時，他正在百無聊賴地擺弄手頭的解壓娃娃。「我做了20多年的玩具生意，除了義烏的店舖以外，母公司也在亞馬遜上開了店，每年向美國出口約4,000萬元人民幣的商品，以益智玩具為主。」
正因如此，為了拓展銷售，吸引中東國家的客商，羅斌也進了一些解壓娃娃來賣。「這個是抖音爆款，現代人壓力大，買一個放辦公室或車上，心情不好的時候在他頭上按一下，他就會一抖一抖的，據說有舒壓的功效。」羅斌拿起一個解壓娃娃跟香港文匯報記者吐嘈說，「問題是，國內市場的玩具仿造的速度太快了，我進貨的時候還能賣3.7元一個，一個月的時間，就降到1.2元一個了，現在賣一個虧一個。」