

疫情無差別攻擊 內企外企無可避 台商：分享訂單 共渡難關

抗擊 新冠肺炎

疫情下之外貿寒冬

海外疫情爆發，外貿企業和相關行業無可避免遭受「次生災害」。無論是外銷佔比過半的傳統製造業，還是高度依賴廣交會開拓市場的外貿服務業，都要以自己的方式經受這場洗禮。「這次疫情像是一場『無差別攻擊』，並不會因為你的產品優秀、種類多樣就能倖免。」台商王裕聰建議大家把接到的訂單分享給有困難的企業共同生產，共渡難關。

香港文匯報記者 帥誠 廣州報道



海外疫情爆發，無論是傳統製造業，還是外貿服務業，都紛紛經歷這場洗禮。 記者帥誠 攝

王裕聰坦言，自己三十餘年的從商生涯中還是第一次經歷這樣前途未卜的境況。 記者帥誠 攝

每天晚飯後一小時，年逾六旬的王裕聰都會繞着東莞石碼鎮的工廠區慢跑一圈，作為台資工廠豪力粘劑有限公司董事長的王裕聰，經歷過傳統製造業的風風雨雨，他始終認為，保持健康的體魄是最重要的。與往常有些不太一樣的是，最近揮灑汗水的有氧運動並不能讓他感到心情放鬆。

優勝劣汰 VS 無一倖免

1989年，王裕聰在東莞註冊成立了第一家鞋廠，成為享受大陸改革開放紅利的第一批台商。「當時地租便宜，人工也不貴，每次我們發佈招聘廣告，都會有幾百人在門口排隊應聘。」回憶起那個勞動密集型產業發展的黃金時代，王裕聰如數家珍。在東莞賺到第一桶金後，王裕聰決定擴大投資，1996年，他在石碼鎮買下35畝工廠用地，建成今天的豪力粘劑廠，專門生產自主研發的鞋用粘劑，既給自己的鞋廠供貨，也為國內外的客戶作供應。

2008年金融風暴，傳統製造業也在所難免受到波及，東莞第一次出現企業「倒閉潮」，正是在這次衝擊中，王裕聰關掉了鞋廠，好在鞋用粘劑的客戶市場依然穩健，豪力粘劑廠一直維持到今天，一開就是24年。

「如果把這次疫情的影響和2008年金融危機作比較，2008年的工廠『倒閉潮』更像是一次優勝劣汰的洗牌，那些產品質量不過關、自主創新能力不足的廠商才會被淘汰，而這次疫情則像是一場『無差別攻擊』，大多數製造業都面臨停工停產和斷崖式的訂單縮減，並不會因為你的產品優秀、種類多樣就能倖免。」王裕聰坦言，自己三十餘年的從商生涯中還是第一次經歷這樣前途未卜的境況。

訂單較淡季縮減五成

按照約定，每個月的25號，是豪力粘劑廠交付客戶訂單和結算貨款的日子，而26號，新舊客戶會根據需求繼續預定下個月的訂單。換言之，每個月26號一過，下個月的訂單量大概有多少，王裕聰心裡有數了。「今天快過完了，我們接到的訂單比預想的還要少。」3月26日傍晚，王裕聰無奈地告訴記者，雖然往年的一季度都是成交淡季，但今年一季度的粘劑訂單量還是在正常淡季交易



王裕聰表示今年2月起，工廠就已經不再進行加班生產。圖為豪力粘劑有限公司廠區。 記者帥誠 攝

量的基礎上縮減了五成。

外貿訂單的減少，在東南亞市場表現得尤為明顯，「我們發給越南客戶的集裝箱貨櫃，因為當地對疫情的過度恐慌，導致貨櫃碼頭停工，產品送到了當地，客戶也無法領取。」除此之外，泰國也延長了4月份潑水節假期，泰國客戶的訂單需求亦被暫時擱置。

「為了按時交付訂單，在確保防護物資到位的前提下，我們2月中旬就開始恢復生產，工廠的水電費和員工工資開銷維持不變，但外貿訂單一直在減少。」這對外銷佔比達六成的豪

力粘劑廠來說顯然是雪上加霜。

籲廠商互助共享訂單

王裕聰還是東莞石碼鎮的台商協會會長，職責所在，工作之餘，他也為當地台商提出了一些建議。「石碼鎮按照當地招商規劃，引進了不少電子元件廠商，我們台商中也有不少屬於這一產業。關鍵時期，我鼓勵大家把接到的大單急單，分享給有困難的企業共同生產，共渡難關。」另外他也建議，當地政府能夠在消防、環保、安監等方面暫時放寬標準，助力企業共度時艱。

逆境求生

值得慶幸的是，隨着內地疫情漸趨穩定，各行業不斷復產復工，粘劑內銷客戶的訂單需求也在逐漸回升。王裕聰介紹，公司在山東的一家大客戶，是專做工廠用鞋的鞋廠，這類鞋消耗快，需求量大，即使在疫情期間，訂單量也能夠保持穩定。

往年，豪力粘劑廠的年銷售額約有5億元人民幣，王裕聰保守估計，今年全年銷售額能達到去年的一半，已是樂觀結果。

並非所有國內客戶都能維持訂單，「我們一直以純的上游鞋廠有長期合作，但疫情期間，因為以純線下門店都無法開門，鞋廠沒有訂單，都臨時轉做口罩生產，這間接減少了粘劑的用量需求。」王裕聰表示，製造業產業鏈的每一環都缺一不可。

談及如何應對當前困境，王裕聰無奈地說，為了保證資金鏈的正常運轉，從二季度開始，新客戶訂單都將以現金結算的方式進行，「雖然知道這樣會損失一些客戶，但這也是斷臂求生的無奈之舉。」

每周停工三天減消耗

此外，因為工廠暫時已無加班趕工的需求，即使正常上班時間也會存在機器空置運轉的情況，因此王裕聰決定，4月份將實行每周停工3到4天的運作方式，以節省水電消耗。即使如此，他仍然明確表示不會考慮裁員，「現在留在廠裡的大多是工齡超過20年的老員工，他們的堅持給了我信心，在困難時期我也不會拋棄大家。」

加大現金結算比例

特稿 展會延期礙企業拓海外

3月26日，商務部商務部外貿司二級巡視員劉長於在網上發佈會上確認，第127屆廣交會將延期舉辦。疫情當前，廣交會延期是意料之中，但對於一眾做進出口貿易的中小企業來說，無奈之中又增加了失落。事實上，除了廣交會，東莞加博會等以外貿進出口為主的大型展會也紛紛延遲舉辦。

近年來，展會逐漸成為企業拓展市場的重要渠道，尤其是處於發展期的中小企業，大多通過展會平台快速展示形象、輸出品牌、結識客戶、獲取訂單。而廣交會正如劉長於所言，是中國對外貿易和對外開放的重要平台，是中國外貿的「晴雨表」和「風向標」，萬商雲集，萬眾矚目。如今眾多展會延遲或取消，不僅給會展業本身按下「暫停鍵」，也給那些以展會渠道獲取訂單的企業帶來了全新挑戰。



圖為廣交會展館。 資料圖片

據中國會展經濟研究會發佈的《會展業應對新冠肺炎疫情調研報告》顯示，2至4月受疫情影響的境內展會近3,500場，涉及展出面積5,000萬平方米，產值2,000億元人民幣以上。

「疫情不僅對廣東和全國會展行業造成短期衝擊，長遠來看也會改變世界產業分工。」商務部原副部長魏建國認為，廣東會展業在應對疫情帶來的衝擊時，應注意更加迫切的全球化需求和產業鏈配置的改變，「過去專門從事加工貿易的國家地區，今後可能發展出加工和一般貿易的多元化模式。」

香港文匯報記者 帥誠

廣交會是眾多中小企業展示形象、獲取訂單的重要平台，但第127屆廣交會因為全球疫情爆發面臨延期。 資料圖片

港商「直播帶貨」對接非洲

另闢蹊徑

日前宣佈第127屆廣交會(春交會)將延期舉辦。對此，非洲商貿平台聯合創始人港青陳樂基感受頗深。作為一家以諮詢服務和活動策劃為主要業務的外貿服務型企業，陳樂基把辦公室設在廣州三元里的非洲商人聚居區，而非洲商貿平台一直是歷屆廣交會對接非洲客商的重要招商合作夥伴。

廣交會營收佔公司七成

「去年10月的第126屆廣交會，我們與『一帶一路』發展聯會合作，承辦了廣交會中非商務及法律交流會，邀請了來自坦桑尼亞、尼日利亞、喀麥隆等非洲國家的商界代表近百人。」在陳樂基看來，抓住「一帶一路」機遇，是公司在短短兩年內在廣州站穩腳跟的關鍵因素之一。

陳樂基估算，往年在廣交會上參與活動的營收佔公司年均營收的七分左右。然而根據目前全球疫情的發展，非洲商貿平台上半年所有的線下業務基本都會處於停擺狀態，「我們已經做了最壞打算，即使第127屆廣交會在6月前恢復舉辦，出於安全考慮公司暫時也不會參與



陳樂基稱即使短期內沒有生存危機，公司也在不斷尋求新出路。 記者帥誠 攝

線下招商合作。」

好在非洲商貿平台在三元里的辦公室租金並不貴，「沒有活動需要策劃，也就沒有活動場地和材料佈置費用的開銷。」即使短期內沒有生存危機，陳樂基說公司也在不斷尋求新出路。

網紅經濟融合非洲電商

疫情期間，宅在家裡的人多了，抖音、快手這類直播軟件人氣更旺，陳樂基也從中看到了商機。早在春節前，非洲商貿平台就物色了一批就讀於廣州高校的非洲留學生，與阿里巴巴國際平台和非洲當地電商平台合作，「我們對接的國內客戶中，有不少從事化妝品、洗浴用品出口行業。」要讓非洲民眾接受亞洲產品，

把非洲當地人打造成網紅，再進行「直播帶貨」，顯然是最符合互聯網時代消費習慣的營銷模式。

「無論播主人在內地還是非洲，只要有網絡就能進行直播，只要物流不停擺，消費者就能購物。」陳樂基樂觀地表示，將直播營銷與商貿服務融合，能夠最大程度減輕疫情帶來的衝擊。

「隨着中美農產品進出口遇冷，我國開始把目光投向非洲。」陳樂基透露，去年公司參與了中國農博會非洲展區雙向對接活動的承辦，成功幫海外客戶對接了速凍食品 and 糧油製品的訂單交易。「疫情對整個外貿服務市場來說可能是一輪重新洗牌，我們會在扛住壓力的同時抓住機會。」他說。