

出口撤單展會取消 疫情倒逼公司轉型 剛需着手 浙企大數據拓內銷

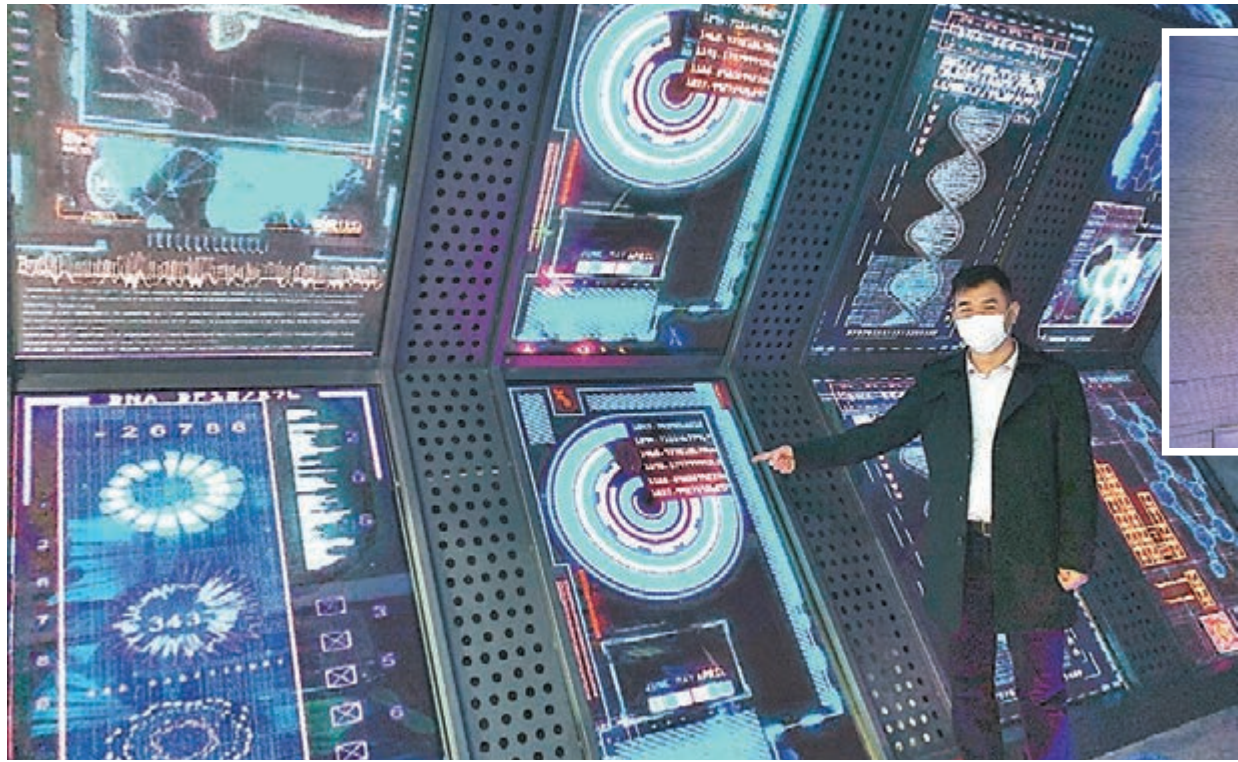
抗擊 新冠肺炎

疫情下之外貿寒冬

訂單取消，展會延期，在新冠疫情全球蔓延下，出口訂單大受影響。面對疫情的前後夾擊，外貿企業唯有想盡辦法走出困局。有的企業迅速發揮所長轉做內銷搶佔新藍海，同時想辦法保住原有國外客戶；還有的地方政府主動牽線電商與企業合作，藉大數據拓內銷渠道，建立國貨新品牌。

香港文匯報記者 俞畫 杭州報道

李豐聞向記者介紹德廣信的LED顯示屏。記者俞畫攝



售價35萬元人民幣的小間距LED電視機。

「這場疫情，國內企業打上半場，國外企業打下半場，外貿企業打全場。」浙江德廣信電子科技股份有限公司外貿部經理李豐聞有些自嘲地告訴香港文匯報記者，他剛接到一個澳洲客戶的電話，想取消一批價值40萬美元的貨，還希望他們能把訂金也一併退還。「哪有這樣的事情啊，他家的貨我們都趕得差不多了，如果訂單取消，我們的損失將超過25萬美元。如今LED顯示屏行業競爭十分激烈，可說已進入微利時代。像我們做外貿的，客戶簽約時支付30%至50%的訂金，餘款出貨前付清。因為做的都是定製的項目，所以一旦貨趕完了對方不要，都得自己扛下來。」他說。

銷售目標難以達到

深耕LED顯示屏12年，德廣信的產品覆蓋室內外LED顯示屏、小間距LED顯示屏、透明LED顯示屏、異形定製LED顯示屏等幾大類，產品遠銷歐美和中東地區近30個國家。「我們的客戶許多是做娛樂演藝項目的，現在歐洲疫情嚴重，娛樂場所紛紛閉店，已經在建的也延遲開工，對我們的訂單影響很大。」李豐聞說，去年公司做了1.2億元（人民幣，下同）的銷售額，原本今年的目標是1.5億元的，現在能保持住去年的銷售額都近乎是奇跡。

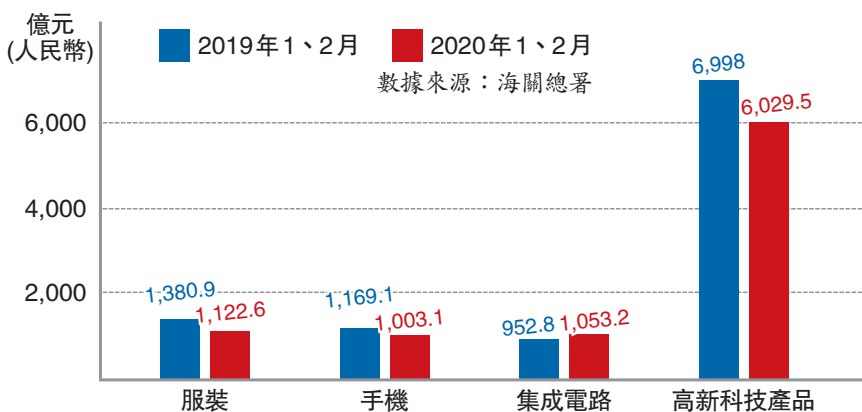
疫情下企業仍然要生存。「對我們公司來說，這次的疫情也是倒逼企業加大科研投入，搶佔新藍海。」德廣信總經理助理龍秘告訴記者，此前無論在國內還是國外，酒吧都是公司最主要的客戶群，尤其在異形定製LED顯示屏領域，德廣信的市場佔有率已超過三分之一。「但是疫情之下許多酒吧閉店或延遲開業，我們必須從其他剛需着手，去撬動客戶的購買慾。」

居家辦公引發商機

隨著中國「城市大腦」建設得如火如荼，以及居家辦公引發的對視頻會議的需求，小間距LED顯示屏作為會議顯示端的新生力量則不容小覷。「小間距LED顯示屏是指LED點間距在P2.5及以下的室內LED顯示屏，點間距越小，屏幕的分辨率就越高，展現的內容也就越清晰。」李豐聞說，小間距LED顯示屏可實現4K、8K的無縫拼接顯示，是未來的發展方向。

據了解，此前經過兩年的研發，德廣信已於2019年年底研製出了真正意義上的小間距LED電視機。「目前市面上家用電視機都是液晶顯示屏，它不是自發光，容易受到外界光線的影響。而LED是自發光模組，在室內外不同環境下都不背光，可以準確還原畫面，色彩飽和度也更強。」龍秘說：「然而，LED電

中國部分主要出口商品類別



視機價格非常高，許多客戶即使喜歡，卻覺得沒有購買的必要。」

尖端產品仍「不愁賣」

沒想到，受疫情防控需求，不少客戶被迫「宅」家近兩個月，家對於他們來說不再是每天下班後放鬆睡覺的場所，而是需要兼備工作學習、娛樂休閒等多功能於一體的場地。「我們剛剛上門為杭州蕭山某老闆安裝了一台110寸的小間距LED電視機，售價35萬元，安裝在他別墅的視聽室裡。」

「就他的售後反饋來說，已經有三四個朋友向他打探價格和購買渠道了，說明即使經濟環境下行，但真正尖端的好東西是不愁賣的，企業必須

要加大研發投入，走在市場的前面。」龍秘坦言，目前因為LED基礎材料成本高，所以電視機的價格自然也就高。「等以後技術上去了，產量大了，這種電視機將會走入更多人的家裡，成為新的藍海。」

業內人士認為，5G高速網絡的應用將催生市場對高清晰大屏幕的需求，也為小間距LED顯示屏帶來無限的新商機。根據預測，即使在目前經濟形勢走低的背景下，未來三年小間距LED顯示屏產業仍能維持三至五成的增幅。「我們已經接到了不少視頻會議客戶的諮詢電話，希望我們能上門去安裝和調試小間距LED顯示屏，這部分訂單的增幅很明顯。」龍秘告訴記者。

展會紛延期 難覓新客源

半個月前，李豐聞剛從歐洲參展回國，經隔期滿後回到企業復工。「先是參加了在荷蘭舉行的2020 ISE展（視聽和系統集成展覽會），又在歐洲巡了一圈拜訪客戶。」ISE展是全球最大的視聽和系統集成展覽會，三星、索尼等業內頂尖的企業每年都會帶新品參展，「參展並不是為了賣貨，而是向業內人士展示我們的產品，吸引更多的意向客戶。當客戶對產品感興趣後，會留下名片和電話，等展會結束後，我們再逐一拜訪，把他們從潛在客戶轉為真正下單的客戶。」雖然今年的展會也收到了不少新名片，但在隨後的拜訪中，李豐聞發現，歐洲的客戶們不再像之前那樣「豪爽」下單，而是顯得很遲疑。

對於德廣信而言，每年在歐洲和內地舉辦的五場行業展會為尋覓國內外新客源的主要渠道，如今2月和5月的廣州展、4月的法蘭克福展均已宣佈取消，10月的上海展情況未知。

像德廣信這樣依賴展會獲取訂單的外貿企業並非少數，據記者收集到的信息，今年以來全球已經有近300場展會受疫情影響宣佈延期或取消，許多外貿企業頓時失去了業務來源。素有中國外貿「晴雨表」之稱的第127屆春季廣交會日前宣佈延期舉辦，預示着外貿行業正處於「雨季」。

千里送口罩 留住老客戶

疫情期間如何穩住國外老客戶？「每天給他們加油鼓勁，想盡辦法說服他們下單囤貨。不然等大家都緩過勁來，再下單就沒那麼快發貨了。」李豐聞笑着形容。至於效果如何？他嘆了口氣說，客戶在電話裡都特別客氣說會認真考慮，然後就沒有下文了。「所以現在我們主要還是維護感情和關係，我們還會給在疫情嚴重地區的客戶免費寄口罩，或者將內地的防疫小常識翻譯後發送給他們。」

借力電商 建新國貨品牌

政府牽線

寧波瑞孚工業集團產品涉及美容美髮工具、嬰童用品等多個領域，公司外貿業務佔比95%。據旗下華孚進出口有限公司副總經理孫公樂介紹，2月復工時員工到崗率不到兩成，有活兒沒人幹；3月中旬人員幾乎全部到崗，外貿訂單卻遭延遲或取消，有人沒活兒幹。「現在除了嬰童產品，其他訂單幾乎都取消了，公司產能只有去年同期的三分之一左右。」

面對危機，不少地方政府主動牽頭加強企業與電商平台的深度合作。3月25日，寧波與拼多多簽署合作協議，幫助企業拓訂單、穩產能，並推動外向型產能轉內需。「怎樣通過網上新模式，實現外銷轉內銷，是企業『危中尋機、化危為機』的關鍵。」寧波市副市長李國定表示，寧波是外貿大市，有超過3.3萬家外貿企業，「壓力很大」。「當前，外貿企業對於加快由外向內轉內銷，深挖下沉市場有着迫切需求，而拼多多、淘寶等電商平台擁有廣泛的用戶，不僅可以幫助外貿企業拓銷路，還有利於培育『新國貨』品牌。」估計未來一年內將有超過1.5萬家寧波企業參與該活動，帶動當地企業實現外貿轉內需市場訂單逾200億元（人民幣，下同）。

C2M模式增企業銷量

「三禾的廚具銷往100多個國家，擁有93項鍋具發明專利，但在自創品牌、開拓內需市場方面始終舉步維艱。」三禾董事長方成說，在出口轉內銷的過程中，企業面臨打開線下渠道成本高、主營領域產品由國際品牌主導、品牌培育難等問題。

加入了拼多多的「新品牌計劃」後，在電商大數據支撐下，公司借助C2M（用戶直連製造）模式，工廠及時根據線上需求研發生產，產品研發周期縮短一半，經營和營銷成本也大幅降低。「我們拼多多旗艦店的日銷從2月中旬開始到現在，已經有100%以上的增長，預計2020年的銷售額將超過4,000萬元。」

「經過這次疫情，我們的品牌意識強了。」方成說，作為外貿內銷兼具的企業，重中之重在於如何安全有序地推進復工復產，全力恢復產能，同時把握疫情後的最市場趨勢、客戶與消費者群體裂變動態。「一手抓外銷訂單的獲取率與完成率，一手快速有效拉動內需市場。」



浙江的中國輕紡城，是全國規模最大的紡織品集散中心。香港文匯報浙江傳真

已經復工的浙江紡織企業，紛紛面臨着國外客戶退單的壓力。香港文匯報浙江傳真



ZARA 2月落單3月退訂

催單變撤單

中國是服裝紡織出口大國，隨着歐美國家成為疫情重災區，行業的外貿市場也出現了180度的轉變：由1、2月內地疫情嚴重、無法生產時，海外客戶急催訂單；到現在歐美消費市場閉門關，客戶紛紛取消、推遲3至6月的訂單。

「2020年這個開春，做紡織服裝出口的企业都很難受。」浙江嘉興桐鄉某紡織企業是國際知名快消品牌ZARA在內地的針織衫供應商，自2015年通過廣交會拿下ZARA母公司Inditex的合作協議以來，其生產的針織衫已經連續五年被列入Inditex的採購商名錄，每年向Inditex旗下時裝品牌出口價值1,500萬美元的貨品。

「2月份時工廠停工受疫情影響，對方幾乎一天一封郵件來催進度。畢竟快消品唯『快』不破，他們生怕我們交貨遲了影響新品上架速度。」該企業的負責人告訴記者，為了維繫這個大客，他們花了三倍價格請來周邊的紡織工人復工趕貨。「結果到了3月

份就收到了Inditex的延遲單郵件，今年的春裝要求延遲發貨，今年的夏裝則整體叫停，一律暫緩生產。」

國際品牌接連閉店

據了解，受全球疫情蔓延影響，許多國際品牌紛紛閉店，包括大牌商家在內的大部分零售店均開始訂單削減計劃，部分出現了大規模訂單削減，還有一部分直接暫停了所有訂單。紡織服裝行業更是重災區：GAP取消了30%的夏天訂單，H&M暫停了所有從3月11日至20日的新訂單，ZARA則直接取消了部分夏裝的訂單……

位於浙江省紹興市柯橋區的中國輕紡城是全國規模最大的紡織品集散中心，儘管重新開市已經一個多月，但受疫情影響，前來採購的客戶比去年同期下降近九成。客戶不上門就沒有新訂單，據當地一份針對紡織行業的調查報告顯示，有78.4%企業表示市場訂單減少；64.8%企業反映，已有的訂單被客戶取消。

從「面對面」到「屏對屏」的雲洽談

特稿

1個主會場、依託1個直播平台、開展N條連線、同步建立6個專屬雲洽談室進行直播、對接、交流……3月26日，浙江省商務廳在杭州舉行了「聚焦國內市場開拓 助推外貿企業升級」的雲對接活動，幫助外貿企業了解電商運營方式。同時，800餘家外貿企業與天貓、1688、考拉海購、網易嚴選等電商平台企業進行在線對接。

「從去年開始，東莞、義烏、溫州、青島、汕頭、保定、織里等多座城市都與1688啟動了數字化產業帶合作。在這些產業帶的數十萬家企業中，近半數涉外貿跨境業務。」阿里巴巴採購批發平台1688廠貨通直營工廠負責人樓端表示，電商平台將從基礎的商品運營到營銷策劃上給予外貿企業支持，並借助直播帶貨的風口，幫助企業線上「突围」。「為了增強企業競爭力，避免國際不穩定因素的風險，外貿企業應該深入拓展國內業務，外貿和內銷『兩條腿走路』。」

「中國同時佔據生產和消費兩端，外貿企業大有可為！」浙江省商務廳二級巡視員韓洪祥認為，在疫情的倒逼之下，外貿企業更要加強國內營銷團隊的建設，開發滿足國內市場需求的商品，將國內市場的潛在需求轉化為現實的市場機遇，並從中得到銷售場景的拓展和提升。

香港文匯報記者 俞畫



浙江省商務廳在杭州舉行雲對接活動。香港文匯報浙江傳真