

浙企「雨天補鞋」苦練內功
疫情之下走近客戶選將養兵

降價轉內銷 加薪攬人才

聚焦復工復產

「我們去年才完成一個億的新廠房建設，生物質可降解膜袋新生產線也即將投產，所以說這場疫情對「雙童」而言確實來得很不是時候。」吸管行業「隱形冠軍」企業、義烏雙童日用品有限公司董事長樓仲平說，「不過我相信每一次危機都是一次測試，都隱藏着機會。有句俗話叫『晴天修傘，雨天補鞋』，疫情帶來的危機不僅是一個洗牌的過程，同時也是團隊和組織形態進行更好迭代和優化的好時機。所以，在疫情下我們專注做了兩件事情，一是走近客戶，二是選將養兵。」

香港文匯報記者 王莉 杭州報道

二度降價吸引內客

「以前我們的產品主要以外貿為主，65%左右的產品出口歐盟、日本等國家和地區。但隨着國際疫情的蔓延，3月初海外訂單就開始下降，到3月底歐盟的訂單基本就沒有了。」樓仲平說，「這是我們沒有意料到的，2月10日我們就開始復工復產，每個到崗員工補貼2,000元（人民幣，下同），沒想到花了大代價恢復了產能，卻沒了訂單。」

面對外貿訂單急速下滑的狀態，3月開始，雙童積極轉戰內銷市場，「不打價格戰」的原則也被放棄，產品連續降價二

次。「我們的產品歷來重品質、重創新，以前一些國內的客戶嫌我們的產品價格高，但面對這場危機，『活下去』是首要任務，所以我們主動放下身段，積極提高產品性價比，推動業務員與國內客戶保持密切聯繫和溝通。同時，我們的業務人員也真誠地將目前企業遇到的困難，以及我們將繼續堅定主業的信心告訴客戶，拉近與客戶的距離。目前來看，成效不錯，4月產能已逐漸達到並高於去年同期水平。」

他告訴香港文匯報記者：「其實在近期與國內客戶的接觸中發現，隨着國內消費市場的不斷升級，高品質吸管的國內市場潛力巨大，以前是我們一直疏忽了，接下

去我們要加大对中國市場的開發力度。即使沒有疫情，現在的國際貿易市場也瞬息萬變，向內銷的轉變將有利於我們未來應對國際貿易格局的變化，抗風險能力會更強。」

加薪30%招攬人才

疫情危機下，降薪裁員潮湧現。而在此期間，「雙童」不僅承諾不減薪、不裁員，還發佈了一份一線管理崗加薪30%的通知。「很多企業迫於生存壓力都在降薪裁員，這讓大量的優秀人才處於流動中，正是招攬人才的大好時機。我們通過加薪的方式可以增加企業吸引力，引入人才，提升人力資源的優化。」

樓仲平算過一筆賬，「社會在發展，消費也在提升，員工對於收入提升的需求本身也在增長，與其被動等員工提出，不如企業主動加薪，這樣獲得的效果更好，也能獲得更多優秀人才。我們計算過加薪成本，每年大約多支出100萬元左右，但花費100萬元與提高20%的效率相比，激發的效益遠遠超過支出。」

如何有效開拓內銷市場成企業當下銷售重心。
受訪者供圖



「雙童」車間內已恢復正常生產。
受訪者供圖

香港文匯報訊（記者 王莉 杭州報道）「據我了解，在義烏，我們這個行業可能就剩我們一家沒有轉產去生產口罩了。」樓仲平說，「並不是說轉產口罩不好，在疫情下如果可以追隨風口，把握住口罩行業的紅利期，本身並不存在大問題。但我們奉行長期主義，轉產風口產業並不擅長，所以我們還是選擇專注主業，不去做口罩。」

他坦言，其實當大家都上馬口罩生產項目的時候也曾經考慮過，甚至到2月底的時候還在考慮。因為企業本身有現成的無塵車間，這是口罩生產必備的車間，也有不少主動上門找他合作，但考慮再三，最終還是決定堅決不踩風口，不做口罩。

「我認為企業不能只關注暫時性的勝利，也不能只滿足於階段性的勝利，要想企業獲得持續的增長與發展，唯有堅持長期主義才能持續勝利。決定企業生產發展的是長期主義，而非機會主義，相信更多趨向短期、風口、機會主義的企業可能會面臨極大考驗。」他表示，「也有人說，這場危機對中國製造業造成極大影響，對此我並不認同，再好的外部環境也有不好的企業，再不好的環境中也有好的企業。打鐵還需自身硬，企業只有修煉好內功，居安思危，向死而生，才能更好地生存下去。」

「專注主業，不做不擅長領域」



「吸管大王」樓仲平疫情下堅守主業不追風口。
受訪者供圖

外需拖累經濟復甦 四月製造業PMI回落

香港文匯報訊（記者 海巖 北京報道）全球疫情擴散拖累中國經濟復甦的腳步，國家統計局發佈數據顯示，經過3月份「V」型反彈後，中國製造業採購經理指數（PMI）在4月小幅回落1.2個百分點至50.8%；其中，新出口訂單指數大幅下降至33.5%，海外疫情蔓延對中國經濟的二次衝擊開始逐漸顯現。

數據顯示，當前需求恢復弱於生產。在調查的21個行業中，紡織、紡織服裝服飾、化學原料製品等15個行業新訂單指數低於生產指數，行業需求復甦滯後於生產。反映訂單不足的企業佔比高達57.7%，部分企業反映市場需求疲軟，產品銷售面臨困難，訂單回補尚需時日。

部分製造業出口訂單被取消

國家統計局還稱，國外疫情加速擴散，全球經濟活動劇烈收縮，外貿面臨較大挑戰。新出口訂單指數和進口指數分別為33.5%和43.9%，比3月下降12.9和4.5個百分點。部分製造業企業反映新簽訂的出口訂單銳減，甚至已開工生產的訂單被取消。

此外，從行業看，高科技、新動能、日用消費品、建築業等行業保持快速回升。數據顯示，裝備製造業、高科技產業PMI已回升至54%左右的高位；郵政業的商務活動指數保持在54%以上，新訂單指數接近60%，表明在線上消費持續活躍，電信服務業和互聯網及軟件相關服務業商務活動指數也較3月明顯回升；消費品行業PMI升至52.9%，餐飲業和建築業商務活動指數升至60%左右，顯示日常消費和投資活動均加速。不過，住宿業、旅遊及文體娛樂相關行業需求恢復仍然緩慢。

出口下行壓力明顯加大

同一日公佈的4月財新中國製造業採購經理人指數（PMI）則重新降至榮枯線以下，較3月回落0.7個百分點至49.4%。其中，新出口訂單指數亦大幅下挫，降至

比今年2月更低的水平，體現海外疫情爆發導致外需急劇收縮。

財新智庫莫尼塔研究董事長、首席經濟學家鍾正生表示，4月儘管國內復工復產繼續推進，但出口訂單出現猛烈下滑，嚴重制約了中國經濟的進一步修復。在二次衝擊下，企業家信心、就業、工業原材料的庫存問題都更加突出。4月17日中央政治局會議提出「六保」，對中小企業、居民收入等薄弱環節的救濟尤為必要，一攬子宏觀政策亟待落地。

國務院發展研究中心宏觀部研究員張立群指出，PMI回落但仍處榮枯線上，表明經濟仍處恢復態勢，但速率明顯放緩，疫情對世界經濟和國際貿易衝擊的影響開始顯現，中國出口下行壓力明顯加大。

張立群認為，如何在疫情防控常態化背景下，徹底打通堵點、斷點、難點，使企業特別是中小微企業全面恢復正常生產經營，使經濟進入持續回升向好通道，是當前最緊迫任務。



經過3月份「V」型反彈後，中國製造業採購經理指數（PMI）在4月小幅回落1.2個百分點至50.8%。圖為在福建莆田一家出口鞋企生產車間。
新華社

多部門推五措擴大汽車消費

香港文匯報訊 據新華社報道，為穩定和擴大汽車消費，國家發展改革委等11個部門近日印發通知，提出調整國六排放標準實施有關要求、完善新能源汽車購置相關財稅支持政策、加快淘汰報廢老舊柴油貨車、暢通二手車流通交易、用好汽車消費金融等五方面措施。

根據《關於穩定和擴大汽車消費若干措施的通知》，輕型汽車（總質量不超過3.5噸）國六排放標準顆粒物數量限值生產過渡期截止時間，由2020年7月1日前調整為2021年1月1日前；2020年7月1日前生產、進口的國五排放標準輕型汽車，2021年1月1日前允許在目前尚未實施國六排放標準的地區銷售和註冊登記。未經批准，各地不得提前實施國家確定的汽車排放標準。

加快新能源汽車應用 延長免徵購置稅

通知明確，將新能源汽車購置補貼政策延續至2022年底，並平緩2020年至2022年補貼退坡力度和節奏，加快補貼資金清算速度。加快推動新能源汽車在城市公共交通等領域推廣應用。將新能源汽車免徵車輛購置稅的优惠政策延續至2022年底。

通知指出，支持京津冀及周邊地區、汾渭平原等重點地區提前淘汰國三及以下排放標準的營運柴油貨車，中央財政統籌車輛購置稅等現有資金渠道，通過「以獎代補」方式，支持引導重點地區完成淘汰100萬輛的目標任務。有關重點地區要盡快研究出台淘汰報廢老舊柴油貨車經濟補償措施。

通知提出，優化車輛交易登記等制度，落實全面取消二手車限遷政策，擴大二手車出口業務，修訂《二手車流通管理辦法》，發揮汽車維修電子檔案系統作用，支撐二手車交易，加快二手車流通，帶動新車消費。加強二手車行業管理，規範二手車經銷企業行為，自2020年5月1日至2023年底，對二手車經銷企業銷售舊車，減按銷售額的0.5%徵收增值稅。

通知強調，鼓勵金融機構積極開展汽車消費信貸等金融業務，通過適當下調首付比例和貸款利率、延長還款期限等方式，加大對汽車個人消費信貸支持力度，持續釋放汽車消費潛力。