

聚焦 復工復產

「今年太困難，等熬過今年，明年應該會好一些吧。」位於陝西省漢中市城固縣的台資企業哈瓦娜樂器文化有限公司車間內，儘管打磨、噴漆、上弦、調音等各項工序都有條不紊地進行着，但生產經理朱孝漢的心裏卻是五味雜陳。新冠肺炎疫情全球蔓延，專注夏威夷小結他「烏克麗麗」(Ukulele，內地稱尤克里里)代工出口的他們正遭遇前所未有的打擊。「自3月復工以來，產量相比去年每月下滑30%，目前手裏的訂單只夠維持到這個月，全年的產值預計將會減半……」朱孝漢說，公司剛從廣東搬遷了兩條生產線到陝西漢中，去年11月才正式開業，沒想到這麼快就被病毒束縛住了手腳。

文圖：香港文匯報記者 張仕珍 陝西報道



■哈瓦娜樂器文化有限公司生產經理朱孝漢介紹公司復工復產情況。
香港文匯報 陝西傳真



作為陝西省最大的結他製造生產商，哈瓦娜樂器有限公司是陝西省漢中市引進的重要台資企業。自2019年4月試生產以來，公司引進了機械人噴漆生產線等世界先進製造設備，產品質量、產能快速提升，可年產20萬支烏克麗麗、10萬支結他及相關配套產品，實現年產值1億元(人民幣，下同)。

西部轉移 降人工成本

哈瓦娜樂器文化有限公司的總部在廣東，朱孝漢介紹道，老闆蔡國強深耕結他行業30多年，最初在台灣開廠，後來輾轉到廣東發展，積累了豐富的海外客戶資源。「我們主要是給世界知名品牌做貼牌代工，生產烏克麗麗和電結他。」朱孝漢告訴香港文匯報記者，多年來，憑借穩定的產品品質和可靠的交貨時間，公司海外客戶群不斷壯大，產品主要銷往美國、德國、法國、俄羅斯等歐美國家。

但隨着沿海地區的人工和租房成本

越來越高，公司開始向大陸西部轉移。2017年，哈瓦娜落戶到了陝西漢中。「結他是一種比較精密的設備，對氣候環境要求較高，剛好漢中的氣候特別適合結他的生產。」朱孝漢說，加之當地勞動力充足，人工成本較低，地方政府也給出了很多優惠政策。很快，公司便將兩條生產線遷到了漢中，加上廣東總部的一條生產線，每月產量在3萬支以上。

損失千萬 庫存積壓嚴重

但自今年1月起，受新冠肺炎疫情影響，哈瓦娜的不少客戶都通知暫緩發貨，更有不少客戶直接取消了訂單。朱孝漢坦言，前前後後取消的訂單已經差不多有2,000萬元，積壓的產品也越來越多，公司倉庫都快裝滿了。

「原本我們計劃2月9日復工，但受疫情影響一拖再拖，最終3月4日才正式復工。」朱孝漢無奈道，當時國外疫情還沒大爆發，但3月份公司原材料進口受疫情影響很大，因此耽誤了生產進度；4月份國外疫情水深火熱，雖然偶有訂單，但客戶也讓放慢生產進度。

「沒辦法，原本一天400支烏克麗麗的生產能力，現在我們每天只生產200支，只能慢慢來。」朱孝漢說，原本公司今年的計劃是完成8,000萬元的銷售額，但現在可能一半目標都完成不了。

一方面是訂單減少的壓力；另一方面，原材料價格上漲、物流成本增加和人工成本的固定支出，亦讓哈瓦娜雪上加霜。「做生意就講個誠信，之前我們的協議都是簽一年，當時沒想過原材料價格猛漲的問題，如今也只能打碎牙往自己肚子裏嚥。」

無米下鍋 感悟品牌必要性

而此次疫情經歷最讓朱孝漢感慨的是，必須要有自己的自主品牌。「原來我們也有五個自己的品牌，但由於接的代工訂單太多，導致自己的品牌無法生產，最終放棄了。」朱孝漢說，如果擁有自己的品牌，在海外疫情受限的情況下，此時公司的靈活性就會更大，拓展市場的空間亦更大，無奈如今只能等米下鍋。

「今後不管有多困難，我們都會組建一個專業的團隊，將自己的品牌做起來。」朱孝漢稱。

錢途茫茫 品牌拓市場

代工出口 勢創品牌

不跟風電商 「價格戰打不了」

面對新冠肺炎疫情的劇烈衝擊，許多企業線下經營慘淡，便開始轉做線上電商自救，但曾經嘗試過電商的哈瓦娜公司卻最終選擇了放棄。「價格戰我們打不了。」

品質優先 構建良好口碑

朱孝漢說，本來大陸市場做結他的企業就比較多，同行競爭激烈，價格也是天差地別。在網絡銷售方面，價格更是比誰最便宜，「很多網上的產品看起來好像差不多，但品質真的不一樣。」朱孝漢告訴香港文匯報記者，之前本來也曾探索走電商之路，但是自己賣100元的產品，別人只賣70元。「做得頭疼，現在索性放棄。」朱孝漢稱，網絡銷售實際上是殘酷的。

他並告訴香港文匯報記者，前些年台灣、泰國等地烏克麗麗市場非常火爆，但如今已經趨於飽和。哈瓦娜主攻的歐美市場卻仍然是一塊很大的蛋糕，趁着公司產品構建的良好口碑，未來他們亦將重點提升產品品質，不會盲目走低端廉價路線。

陝台資結他商承壓：訂單市場趨集中 全年產值料減半



哈瓦娜樂器文化有限公司展廳展出的烏克麗麗和電結他。

哈瓦娜生產車間內擺放的烏克麗麗。

重心在海外 疫情祈好轉

發明於葡萄牙、盛行於夏威夷的烏克麗麗，被認為是一種適合大人及兒童，並且好聽易學，又能激發節奏潛能的樂器。從事烏克麗麗生產製作多年，朱孝漢說，公司起初在廣東開廠時，也曾努力拓展大陸市場，但多年探索下來，還是海外市場空間更大，因此最終將全部重心放在了海外。

「大陸的消費者買一把琴，可能會放上一二十年，非常珍惜，捨不得用；但國外的消費者不同，對他們來說，烏克麗麗就是一種消耗品，幾個朋友音樂聚會後，可能就會砸掉再買新的，因此需求更大。」朱孝

漢告訴記者，這些年來，公司積累的海外客戶越來越多，訂單也比較穩定，「只要品質和交貨時間保證，很多客戶都是長期合作。」

經營復甦 聖誕訂單陸續來

近段時間，隨着國外一些國家和地區經營活動的逐漸復甦，哈瓦娜公司的訂單情況也開始好轉。「陸陸續續有新的訂單了，但客戶都是為聖誕節而準備的，還是讓我們放慢生產進度。」朱孝漢說，不管怎樣，有新的訂單就有希望。

搶抓進度 與運輸時間賽跑

據介紹，烏克麗麗的製作共有148道工序，生產大約需要兩個月時間，再出口歐美，船期又是1個月，來來回回一折騰，幾個月時間就沒了。「目前我們正在準備一批出口阿根廷的烏克麗麗，好在都是本地工人，勞動力充足。」朱孝漢說，員工們也在搶抓進度，大家都希望將失去的時間一點點補回來。而他最希望的就是疫情趕緊得到控制，能夠多一些訂單，將全年損失降到最低。

他並表示，希望隨着疫情得到控制，下半年還能繼續參加上海樂器展等國際化展會，在鞏固現有市場的同時，拓展一些新的國際市場。

推烏克麗麗進校 延長文化產業鏈

將公司從廣東向漢中轉移，一方面，蔡國強看中了漢中當地相對適宜的氣候、充足的勞動力；另一方面，漢中城固作為絲綢之路使者張騫的故鄉，文化底蘊十足，對於生產烏克麗麗這樣的文化產業來說，再合適不過。

朱孝漢介紹，今年受新冠肺炎疫情影響，公司領導團隊亦正好好思考未來該如何轉型發展。哈瓦娜樂器有限公司所在的城固縣江灣樂器產業園，是當地政府重點推進的文化產業園區。近年來，城固縣不斷完善文化產業體系，深入挖掘優勢文化資源，積極培育新型文化態態，呈現

出了投資主體社會化、經營成分多樣化、市場功能效益化的發展新態勢。

作為漢中城固一家大型的文化公司，哈瓦娜的落戶亦將吸引一批產業配件商落戶。朱孝漢稱，目前公司的木材原料全部靠進口，配件供應商主要來自廣東和浙江，未來他們亦希望能將這些配件商吸引過來，進一步完善產業園區的配套，促進產業更快更好地發展。

打造音樂一條街

「今年7月，我們計劃在政府的協助下，

針對我們的樂器產業，在工廠旁邊做一個文化廣場，打造音樂一條街。」朱孝漢告訴記者，在廣東等沿海發達地區，烏克麗麗的普及度相對較高，但在漢中這樣的西部地區，學習的人很少。他們將順勢而為，通過招商引進一批廣東等地的烏克麗麗培訓機構，讓更多的人認識烏克麗麗，增添園區的文藝氛圍。

他並表示，除了招引培訓機構，哈瓦娜還將大力推進烏克麗麗進校園工作，培育愛好主體，讓更多的人了解烏克麗麗，愛上烏克麗麗，壯大這一產業。

烏克麗麗

主要製作工序：

