浙企月收五漲價函 製造業訂單增利潤減

原材料一天一個價 老闆愁到晚晚失眠

今年以來，部分大宗商品價格持續大幅上漲，其中鐵礦石、鋼鐵、銅的漲勢尤為明顯，有的甚至一個月漲20%至70%，創10年來新高。香港文匯報記者近日走訪了浙江省眾多製造商，發現多數企業已經受到較大影響，一方面是「熱火朝天訂單接到手軟」，一方面是原材料漲價通知也隨之而來，導致實際利潤逐步下降，不少製造企業均表示「很受傷」，有企業老闆憂心到天天失眠。

●香港文匯報記者 王莉 浙江報道

●企業均大受影響。圖為軋鋼廠現場。受訪者供圖

○今年來部分大宗商品價格持續大幅上漲，不少製造

「一個月的時間我們已經收到5張上游原材料供應商的漲價函了。」浙江某轉椅生產企業負責人陳總，一邊翻出供貨商的漲價函給記者看，一邊搖頭說：「我估計接下去還會收到更多，從去年底到現在大家都撐了好幾個月了，基本是『彈盡糧絕』，都快撐不住了。」

「早知就全押塞滿倉庫」

該公司主要生產辦公椅、辦公沙發，用到的原材料有鋼鐵、塑料、橡膠等，在這波上漲行情中都涉及到了。陳總告訴記者，去年下半年開始其實部分原材料已經有上漲的徵兆了，但沒想到漲幅會那麼大。面對如今的形勢，他顯然有點後悔，「早知道會漲那麼多的話，當時就應該把倉庫塞滿，哪怕把所有流動資金都押下去也值得了。」

根據該公司一季度統計數據顯示，受原材料上漲因素影響，製造成本至少增加10%以上，利潤下降了2到3個點。陳總無奈地表示，「製造業利潤原本就不高，我們和很多其他企業相比還算是利潤不錯的，一般在7至8個點左右，但是今年第一季度利潤大約就只有5個點。二季度會怎麼樣還很難說，很有可能連5個點都保不住了。」

與利潤下降相比，沒有利潤甚至還要倒貼虧錢的情況更讓企業「受傷」。浙江慧居智能家居有限公司負責人余鵬表示，最近一段時間被原材料漲價弄得天天失眠，「去年底我們一口氣簽下了好幾張今年執行的智能化項目合同，當時開心得不得了。畢竟疫情期間已經苦撐了幾個月，好不容易有訂單進來了，全公司的人都熱情高漲。誰知道過完年回來，合同還是那份合同，可材料的價格就不是那個價格了。」

「付違約金還虧得少點」

「一天一個價格，你今天剛核算好成本，明天就作廢了。那種焦慮和無奈我沒有辦法描繪，反正就是你看着一天天漲價，但你就是不敢下手買，因為不知道頭在哪裏，也不知道底在哪裏，在你還沒反應過來的時候又漲了。」余鵬苦笑着說，有幾份還沒有開始執行的合同，價格都是按照去年的材料價格計算的，利潤大約在10%至15%左右。「可現在一塊最基本的線路板，以前大約就一塊多錢，現在價格翻倍，銅線、鋼材、鋁材這些就更不用說了。如果繼續執行合同，有可能把所有利潤貼進去都不夠，還得倒貼。」

經過最終權衡，他決定單方面終止合同，「這可能是目前最明智的選擇了，付違約金應該比執行合同虧得還少點。不過商譽會受點影響，但我和甲方溝通了原因，有些還是表示理解。」

大宗商品市場過熱向下游傳導，甚至轉嫁至消費者的現實情況已引起多個部門關注，並採取了一系列監管調控措施。有外媒報道稱，為了遏制因大宗商品價格波動而造成的投資損失，中國銀保監會已要求銀行停止向散戶投資者出售與大宗商品期貨相關的賬戶類投資產品。但記者向幾家國有大行浙江省分行相關人員查詢時，均表示目前並沒有收到類似通知。不過，記者也發現在投資門檻和手續方面，有銀行已提高要求。如中國銀行要求必須到櫃枱辦理保證金賬戶開立，而不能通過手機銀行辦理；中國工商銀行則需要投資者做一份詳盡的風險等級評估，綜合評定抗風險能力較弱的話，就會被拒絕開戶要求。

◀圖為煤炭港口作業。受訪者供圖

建材紛提價 消費者買單

波及終端

「原來拎包入住30萬元（人民幣，下同）的裝修預算，漲價後估計要貴6,000元。一台電視機的錢又要搭進去了！」杭州的宋阿姨最近從幾家裝修公司了解到，從6月中旬開始杭州的裝修公司都將普遍提價，理由只有一個，裝修材料漲價了。原材料價格已波及終端產品，最終只能轉嫁由消費者買單。

「我開始還以為是裝修公司的營銷噱頭，後來有一家公司的銷售人員給我看了一份他們的調價通知，我才相信。」宋阿姨給記者看了她用手機拍下來的通知單，上面寫明：「今年1月1日電線上漲6.5%，到現在已上漲40%、4月2日OSB板每張上調7元、4月26日木工板每張上調3元、5月11日多層板每張上調5元、得地輕鋼龍骨年度共計上調價格37%以上、聖戈班輕鋼龍骨年度共計調價27%以上……」

企業設保價期承擔漲幅

浙江麥豐裝飾創始人朱輝介紹，關於公司報價體系調整的通知，2021年6月15日之前，客戶可在繳納預估施工合同金額20%價款的基礎上進行保價，由公司承擔鎖價期間所有材料漲幅，保價期3個月，超出3個月未進入施工階段的，按6月16日調整後新預算報價執行，本次調價幅度是預估施工合同基礎工程金額的2%至3%。他解釋，之所以有一個「保價期」是因為原材料工廠對頭部裝修企業都有一定的價格保護期，但「鎖定量」一旦消耗完，漲價也是必然。

杭州第六空間建材館相關負責人表示，近半年來，大部分建材工廠陸續通知漲價，並貼出公告，「我們建材館入駐的基本都是經銷商，大多貼出了漲價告示，說明經銷商已虧不起了，漲價幅度普遍在3%至5%。」該負責人表示，為了應對部分漲價情況，賣場營銷活動期間會推一系列補貼，即消費者在經銷商那邊下單購買後，商場會補貼一部分費用，今年的補貼力度最大可達10%。

●轉椅生產用到的鋼材、塑料、海綿等材料紛紛漲價。香港文匯報記者王莉 攝

●鐵礦砂港口作業。受訪者供圖

●工作人員在鋼材堆場統計。受訪者供圖

多方因素疊加促使漲價

內外夾擊

物產中大國際貿易集團有限公司主要經營鋼材、鐵礦砂等大宗商品進出口業務。公司董事長沈利霞認為，此輪大宗商品價格的上漲，是多方因素綜合作用的結果。她坦言，這波上漲確實有點「瘋狂」，很多企業直接就被打「懵」了。即使像他們這樣具有多年黑色、有色金屬經營經驗，並且具有一定規模和能力的企業，在運作過程中也一度出現了資金緊張的情況。

首先，自去年以來，內地由於率先從疫情影響中恢復，全球貿易訂單蜂擁而來，原材料需求大增。今年以來，除部分國家和地區外，海外疫情也逐步趨於平穩，對於大宗商品的需求也開始快速修復，加上有些大宗商品生產國與中國貿易關係的僵化，供需關係出現緊張。

其次，碳中和計劃和新能源的廣泛實施，對部分金屬類大宗商品需求帶來了結構性提升。碳中和目標設立以後，包括中國在內的一些國家開始對煤炭開採和高排放行業的生產進行一定限制，進一步推高了大宗商品的價格。與此同時，發達國家尤其是美國的無上限寬鬆貨幣政策和一些國家或地區基礎設施建設的活躍，也對大宗商品的價格產生了正向推高的影響。

聯合上下游企業研判走勢

面對現實情況，沈利霞認為，作為產業鏈上共生的各方，和諧的供需、均衡的利潤才是維持行業健康發展的必然方向。「我們作為貿易商，會聯合上下游企業一起對走勢進行研判，及時互通信息。比如下游的軋鋼廠，我們會根據市場信息來告訴他哪些產品能做，哪些產品市場飽和不需要了。另外也會協助下游企業根據他們的訂單情況，通過期貨衍生品進行保值等辦法，提前鎖定價格，相應減少成本壓力，這樣他們就能安心地接訂單來做。我們要維護整個生態圈的平衡和安全，只有這樣大家才能都賺到應該賺的那部分錢。」

●企業提高工業化程度增效率，以減少原料漲價影響。香港文匯報記者王莉 攝

她告訴記者，為了更好實施碳中和計劃，公司自去年起開始進口很多半成品，比如生鐵與熱壓鐵塊等。這樣做的好處在於，一方面可以降低能耗減少碳排放，另一方面也能保持國內很多終端產品的需求。

提升中國製造 爭取國際定價權

特稿

雖然「中國製造」名揚全球，取得愈來愈多的市場份額，但在多數領域都未能掌握定價權，導致企業無法將成本轉嫁給海外消費者。浙江某轉椅生產企業負責人陳總告訴記者，該公司已算是幸運的，和外商還有談判的可能性，大部分同類型企業在簽訂合同後想再修改價格幾乎是不可能的。

需建具國際影響力品牌

「製造成本實在是漲太多了，供貨商不斷給我們發漲價函，我們沒辦法了也只能給外商發去了調價函。從目前反饋情況來看還算樂觀，外商承擔一半的漲價成本還是有可能談成的，但估計最終能落實調價的時間起碼得兩個月。」陳總表示，即使這種有限的議價權，公司也是通過將近10年的努力才換來的。「我們最初也就是一家代工的小廠，外商要求怎麼做就怎麼做，價格也由他們說了算，利潤很低。在發展過程中，我們發現要提高利潤率，擁有價格話語權就必須要走自主研發設計、智能化生產的路子，於是我們慢慢從OEM（代工）向ODM（貼牌）發展。」時至今日，該企業已佔據某國際知名傢具企業35%辦公椅的生產份額。

對此，物產中大國際貿易集團有限公司董事長沈利霞認爲，進口原材料價格不斷上漲，中國製造商品也隨之提價，將風險部分外移，其實應該是一件順理成章的事情。但現實情況卻不盡如此，在此輪原材料上漲的風口浪尖上，更多外貿企業還是犧牲了自己原本就已經非常薄的利潤空間來應對風險。

「我們很多外貿企業根本沒有國際定價的話語權。其實『中國製造』發展到今天，我們也已經有很多很優秀的製造企業，現在我們還需要做的就是樹立起自己的品牌，甚至是有國際影響力的品牌，增加品牌溢價。」●香港文匯報記者 王莉