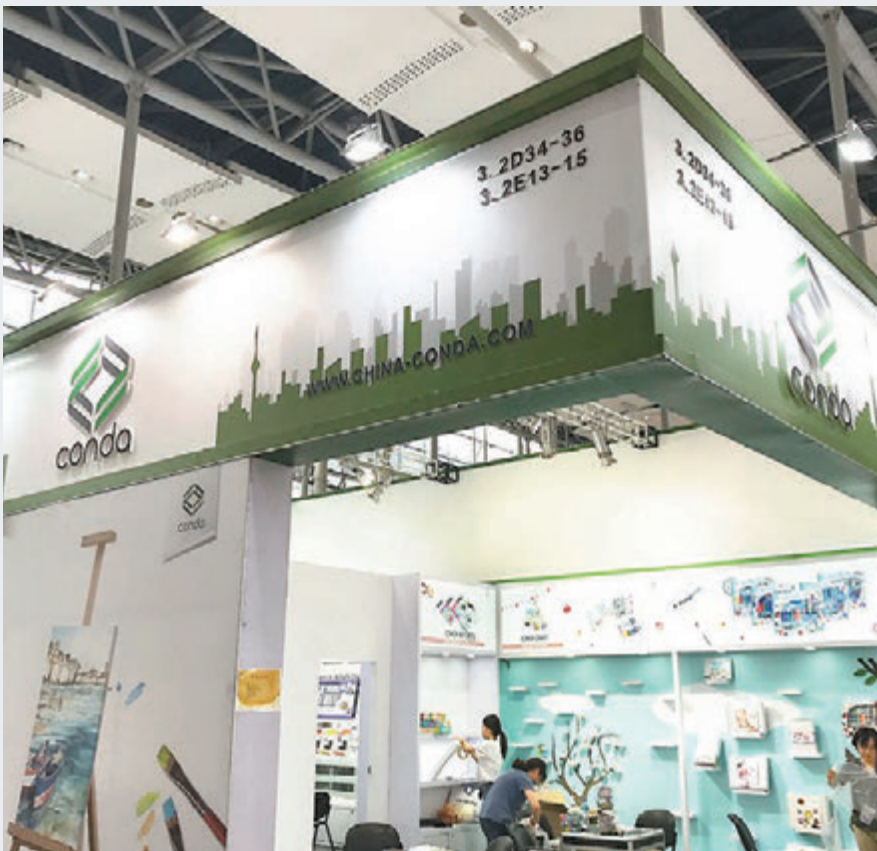


船小好调头 及时转型避风险 中小企自主品牌应对贸易战



中美贸易战又再度走到爆发边缘，贸易摩擦受害最深的还是相关企业，连中兴通讯这样的大型跨国企业，卷入贸易争端的漩涡中时也无计可施，损失重大。在国际市场的大风大浪中，如同小船的中小型外贸企业，如何减少和避免损失？香港文汇报访问了数家中小企业，当中有曾身历其境最后成功跨过的公司，也有在市场正崭露头角的小企业，他们都有一个共同的经验：适时转型，发展出属于自己的拳头产品和优势技术，建立自己的品牌，才可以应对变化多端的国际市场。

■香港文汇报记者 帅诚 广州报道



中美发生贸易摩擦，中小企宁波康大成功转型，成功应对市场风浪。



航运业的兴衰受外贸影响。

资料图片

中小企如何应对市场风浪

- **宁波康大**：在出口贸易中对倾销指控积极应诉，保住市场。在顺景时率先向专业性转型，创出自主品牌，有针对性拓展外销市场。
- **德腾工业设计**：由海外代工设计和研发建立起口碑后，发展到内外兼顾，提供一条龙服务，进化到成立自有品牌自营进出口。
- **海马科技**：由代客设计产品，发展到自己成立品牌生产产品，产品由外观到实用均下足功夫，获客户赏识。



出于发展前景的考量，许观良决定在顺境中将集团率先转型。

受访者供图

早在2005年，中美纺织品贸易间便弥漫着硝烟的味道。美国一公司诉中国画布在美倾销，美国商务部正式立案调查，中国宁波康大等企业闻讯后决定联手应诉。当时，来自浙江宁波的康大美术用品集团有限公司，虽然涉案产品所占比例不到3%，但率先站出来表示应诉，并出资聘请了美国律师。“虽然涉案产品在我们的出口产品中并不大，但是作为行业的龙头企业，我们应该为自己，为整个行业做点事情。”公司董事长许观良忆

述，在获悉美国商务部立案调查后，康大立即以积极的姿态应诉。当时中国画布出口美国征收的税率为6%，如果不应诉，被征收惩罚性关税，按初裁结果是244%，意味着中国画布将全面退出美国市场；若应诉，则有很大机会将关税降到20%以下，保住美国市场。“我们不应诉，底下没有出口权的供应商就要倒闭。”许观良坦言。

顺境中转型扩新市场

如今，康大美术已拥有百余款专业美术用品，从专业颜料、画架到儿童用蜡笔、绘本应有尽有。据许观良介绍，公司成立于1993年，作为最早一批尝试中国美术绘画材料外销商业模式的公司，在这二十多年间已拥有了欧美多个国家的稳定客源。

谈到绘画品牌的创立，许观良坦言，公司一开始并未涉足专业美术用品，“创办公司的时候是随大流生产办公用品为主，但这块市场门槛低，很容易饱和”。出于发展前景的考量，许观良决定在顺境中率先转型，选中了专业性高、具市场潜力的美术用品领域。

有针对性拓展外销品牌

许观良表示，美术用品的专业性避免了被侵权的风险。为了拓展

海外市场，公司分别对应专业美术用品和儿童美术用品创立了Conda和Kiddy Color两个外销品牌，“有针对性地拓展市场，可以让我们的产品更快找到稳定客户。”在这样的发展理念下，依靠广交会这个进出口贸易专业平台，康大美术不断扩张，如今已有占地100亩的美术用品生产基地，在欧美发达国家和地区也建立了完整的外贸销售网络，成为全球美术绘画材料优势供应商。其中，美国市场销量更高达外销的一半。

内销市场增长强劲

据了解，去年康大美术年销售总额约达4,000万美元，不过，公司并没有放弃内销市场。许观良透露，近三年产品的内销市场增长势头迅猛，尤其是两家天猫直营店销量可观。“除了自己的产品，我们在内销市场还拿下了Golden、Lukas、Mabef等多个全球知名画材品牌的中国区独家代理。”外贸内销均衡发展思路，让康大美术有了更强的抗风险能力。

此外，许观良还表示，在产品研发方面，公司在宁波总部拥有10人的专业设计团队。为了让产品更好地融入欧美客户的文化氛围，公司还专门邀请了海外设计师对外销产品进行重新包装设计。

产品设计紧跟用户

香港文汇报讯（记者 帅诚 广州报道）来自杭州的设计公司海马科技有限公司，是另一个由代工设计到自主品牌转型的成功例子，目前公司已处在自主品牌产品推广的“第二阶段”。据该公司商务总监吴筱柳介绍，公司早前参展广交会新推出的音乐背包，除了具备音乐播放功能外，内置电池还可以为手



可播音乐，并内置电池可为手机充电的音乐背包备受关注。帅诚 摄

机充电，而实用的同时，颇具科幻风格的背包设计也让产品不落俗套。

据了解，该公司在2010年成立之初，主要通过为客户代工设计生产音箱类产品。积累资本之后，两年前公司成立了自己的音箱品牌，本着对行业需求和消费市场的深度了解，在产品实用和外观设计上都下足了功夫，因此产品一经推出即受到市场好评。

研发无线充电女性挎包

此外，公司另一款针对女性设计、拥有无线充电功能的挎包也同样引起许多关注，“女性背包更讲究形态小巧，无线充电功能就是为了避免数据线的繁琐”。吴筱柳认为，在电子消费时代，只有紧跟用户的生活习惯进行产品设计，才能真正受到关注。

专家：中国知识产权保护有目共睹

香港文汇报讯（记者 帅诚 广州报道）广东金融学院法学院的安雪梅教授认为知识产权保护对中国出口企业在国际市场竞争中有着重要作用。安雪梅指出，当前中美贸易之间的不断摩擦就是由美国发起反倾销投诉开始的，其中指责最多的就是中国在知识产权保护制度方面的不完善。

“我所接触的知识产权侵权案件主要集中在商标和版权领域，从整体情况看，专利侵权案件占整个知识产权纠纷案件的主要部分。侵权行为主要存在于电子类产品及家电、照明、车辆及配件、机械、五金工具、化工产品、新能源等领域。”安雪梅坦言，这些行业大多在中美贸易摩擦受影响范围内。

频繁修改相关法规

安雪梅说，其实中国知识产权立法方面已经比较完善，近几年来

知识产权领域的法律修改十分频繁，不断将新问题新现象纳入法律法规。“目前已在北京、上海、广州三座城市设立了知识产权专门法院，并拥有跨区管辖的职能，这使中国在知识产权司法审判方面已经积累了丰富的经验，与发达国家的差距正逐步缩小。在执法方面，中国知识产权的执法力度也在不断增强。”



安雪梅指，中国知识产权立法方面已比较完善。帅诚 摄

从代工设计到创立品牌



倪自彬称，近年中国出口企业对产品设计的需求正在增加。帅诚 摄

香港文汇报讯（记者 帅诚 广州报道）随着中国越来越多自主品牌的创立，对产品设计和功能研发的需求也越来越高。而自主品牌对产品设计的需求日益增多，使得原本为海外产品进行代工设计和研发的公司，也逐渐向自主品牌转型。

德腾工业设计有限公司是一家业务范围广泛的设计公司，其业务范围涵盖了工业产品造型设计、新产品研发、产品策划等多个领域，并提供手办制作、模具设计与制造、生产技

术工艺咨询、包装设计制作等配套服务。

谈到公司的发展模式，倪自彬称，当前仍然以替不同领域的厂家进行产品设计为主，“我们已经可以为厂家提供从外观设计、生产、组装到出口打包的一条龙服务。”他说，虽然目前的客户群体仍然以欧美国家为主，但近年中国出口企业对产品设计的需求正逐年增加。

人性化设计 谷产品销量

对于产品设计的心得，倪自彬强调，要从产品的功能需求和人性化细节来考量，他列举了几款销量颇高的设计产品，“比如我们为德国欧德罗刀具设计的智能刀架，拥有自动磨刀、消毒和烘干功能，刀具放在刀架里就能自动完成这些工序，避免了刀具放在消毒碗柜里误伤的可能性。”而另一款筷子消毒机也是针对消费者需求大，市场上同类产品少的特点而设计，可拆卸的电源也让整个消毒机更加便携。

倪自彬还透露，去年公司销售额已超过1,000万元人民币，在积累了一定资本后将考虑进入创立自主品牌产品的发展阶段。“2008年德腾工业设计在广州成立了进出口贸易公司，拥有东南亚和欧美国家的进出口权，这也成为我们自主品牌创立的一大优势。”

不仅做大 更要做强

特稿



经历过贸易纠纷的康大美术用品集团，通过积极应对诉讼，赢回了市场的同时，也看清了自身的短板，所以能够未雨绸缪，在公司的上升发展中摒弃低端产品，转型生产专业性产品，既提升了自己也避免了被侵权的危险，成功化解危机，发展做大。

德腾工业设计和海马科技，则是在代工设计中发现自身的潜质，抓住时机创立自主品牌，实现了企业的升级。三家企业都有个值得我们借鉴的

共通点，就是：企业无论大小，都要做强。这里说的“做强”，就是做出自身品牌。

做生意就会有风险，无论大企业还是小公司。在面对两国贸易纷争的大风浪时，即使是大型跨国企业，也有可能因为自身有缺陷被打得难以招架；相反，如果自身够强，做好准备，随时转向，即使是小船也可以在大风浪中安然行驶。问题在于如何认清自身定位，适时转型，在风险来到之前充实自己。

■香港文汇报记者 蔡竞文