## 「一帶一路」空間廣闊 內銷訂單增長顯著

# 從容應戰 內地港商轉拓多元市場

中美貿易戰持續升溫，特朗普政府連續兩輪徵稅威脅。第一輪對鋼鋁等企業徵收25%關稅，傢具、皮革箱包、帽類、燈具等終端消費品則被列入第二輪徵稅清單。兩批清單涉及範圍廣，大批內地生產的港資企業「正中靶心」。不過，即使面對着迄今為止經濟史上規模最大的貿易戰，受訪港商依然表現從容，指美國訂單在短期內受挫，但有信心通過拓展內銷市場及開拓「一帶一路」沿線等多元市場應對挑戰。由於在香港轉口貿易的商品會面臨加稅，部分港商選擇將貨櫃轉走馬來西亞港口出海以規避損失。

大公報記者　盧靜怡廣州報道

中美貿易戰開打近半月，模具、金屬製品行業受到直接衝擊。不過在廣東一家專業生產壓鑄鋅、鋁、鎂合金材料的港資鑄造廠房內，半個月來車間工人依然忙碌地生產。「美國市場訂單減少，但內地和其他國家市場訂單又有增加。這樣有增有減，貿易戰整體帶來的損失還有待觀察。」港資企業海興金屬有限公司董事長梁煥操表示，內銷市場近年增速非常快，以內銷訂單增長速度，可以彌補因貿易戰影響而流失的訂單。

### 轉走東南亞港口規避加稅

梁煥操告訴記者，以海外市場爲主的港商同行，不少已經開始通過搬遷廠房來規避加稅影響。他表示，產品附加值低的金屬製造企業，通常選擇搬往東南亞等地。部分附加值高的企業則將廠房遷到美國。

有港商雖然沒有直接出口美國，但也受貿易戰影響而減少訂單。港資企業銀江新材料科技有限公司總經理廖麗芬表示，貿易戰開打，印度客戶擔心從公司進口的零配件會被美國徵稅，部分客戶寧願「撻訂」也減少進貨。廖麗芬對此也很淡定，她指近期人民幣貶值波動較大，有利潤空間可以減價留客。此外，公司去年首次創立自主品牌打入內銷市場，銷售額達到500萬港幣。她預計今年訂單可達到1000萬，內銷市場的增長可以抵禦貿易戰帶來的影響。

### 損失可控對營業額抱信心

港資企業、東莞市華進製衣有限公司主要往歐美出口風衣、沙灘裝。其董事長鄺永勇今年一直緊密盯緊中美貿易戰的發展情況。得知紡織品類將在第二輪被徵稅後，他積極跟美國客戶溝通，目前美國客戶的訂單沒有發生變化。他坦言，美國市場的訂單佔該公司出口一半以上，生意額達到數千萬人民幣；然而，「如果美國客戶因爲加稅而跟我們壓價，我們只能忍痛停止接單。因爲我們都是做生意的，虧本的生意不可能接。」

鄺永勇說，若美國市場份額減少，會開拓內地和東南亞、日本等市場。「其實一帶一路概念提出來後，我們與東南亞的來往已經增加。他們雖然沒有美國訂單量大，但中小型的客戶比較多，積累起來生意額也不少，美國一旦加稅亦可彌補損失。」

積極拓展東南亞等「一帶一路」沿線新興市場企業不止華進一家。根據海關總署公布最新數據顯示，上半年，中國對東盟進出口增長11%，同期對中東歐16國進出口增長14.7%，高出全國整體增速6.8個百分點。大多數受訪港商均表示，目前貿易戰帶來的直接損失不大，對今年整體營業額抱有信心。

▶工人在珠三角一間港資工廠內工作　大公報記者盧靜怡攝

▼面對中美貿易戰，內地港商以拓展多元市場和內銷樂觀應戰。圖為外商在2018年廣交會上參觀選購　資料圖片

### 應對貿戰 中企各顯神通

**拓展多元市場**

- 港資企業東莞市華進製衣有限公司主要往歐美出口風衣、沙灘裝。董事長鄺永勇指出，如果美國客戶因為加稅而壓價，公司將停止對其接單，並開拓國內和東南亞、日本等市場

**轉型跨境電商**

- 浙江東方百富襪業有限公司由貼牌工廠轉型跨境電商，受到美國消費者歡迎，利潤從5%上升至15%–20%。因此即使美國加徵關稅，產品的市場競爭空間依然存在

**掌握自主技術**

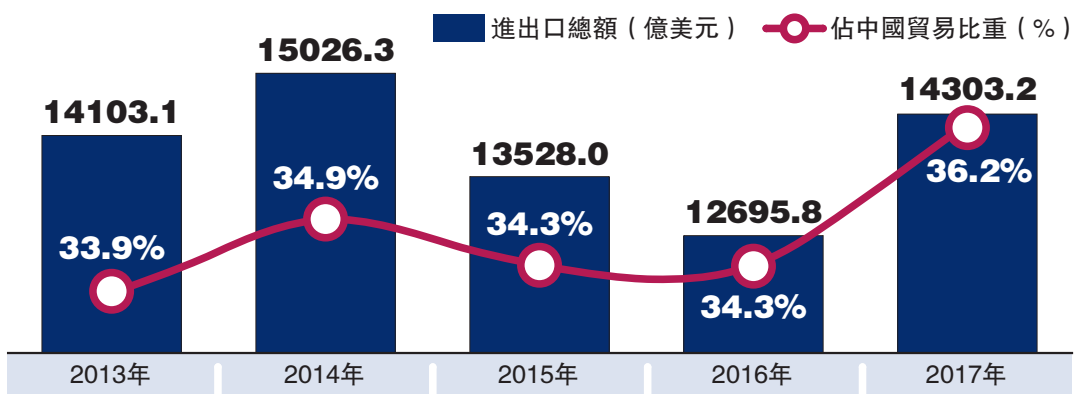
- 約肯機器人（上海）有限公司創始人李之勤指，目前全球水下機器人均價約1700美元，而公司研發生產的水下機器人則售價1500美元，在價格上就有很大優勢

**產品差異化**

- 重慶潤通控股（集團）有限公司高級副總冷文強表示，公司應對貿易戰的底氣是產品可替代性並不高，「發電機、水泵美國始終都會從中國進口。」

### 「一帶一路」貿易合作前景可期

2017年，中國與「一帶一路」國家進出口總額實現較快增長




（資料來源：《2018「一帶一路」貿易合作大數據報告》）

## 珠三角將出台政策扶持出口商

**【大公報訊】記者盧靜怡廣州報道：**中美貿易戰爆發，在內地受影響最深要數珠三角區域的中小企業。據海關總署廣東分署統計，2017年，廣東對美出口超過7300億元，佔全省出口總額的17%。記者了解到，珠三角多城市地方政府均已與出口企業開會磋商，將給予企業扶持。

珠三角加工貿易發達，東莞是其中佼佼者。記者從東莞市貿促會了解到，東莞已提前召集受影響出口企業舉行座談會，與受影響的傢具、電子、機械行業、玩具和嬰童用品等7個商協會進行研討。座談會調查的內容將反饋給省政府、中國貿促會，爲在國家層面採取措施爲企業謀求利益提供參考。

佛山市家裝建材貿易有限公司負責人鄭先生告訴記者，貿易戰正式打響後，當地政府亦與出口企業開過通氣會安撫企業情緒。

佛山市進出口商會會長嚴國山表示，建材、紡織品服裝、傢具、照明產品是佛山出口美國的主要領域，利潤非常薄，容易受貿易戰影響，他表示，希望政府能再加大企業對「走出去」的扶持力度。

「廣州產業結構並不依賴出口，而且對美國依賴程度較低，因此貿易摩擦對廣州GDP影響僅約0.5%。」廣州市工業和信息化委員會主任張曉波表示，廣州市政府將會引導傳統企業轉型，扶持企業進行轉型升級來渡過難關。

## 升級跨境電商 浙企利潤倍增

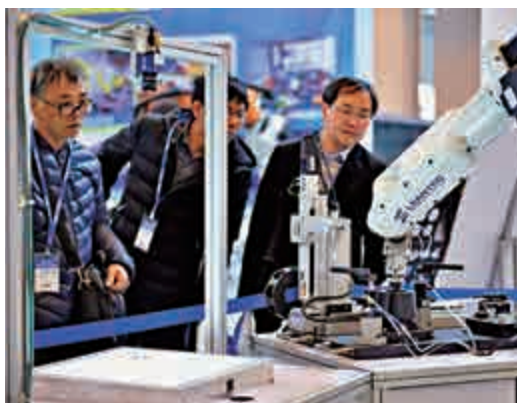
**【大公報訊】記者王莉杭州報道：**面對美國突如其來的關稅提升，浙江部分已開闢跨境電商業務的外貿企業顯得淡定從容。浙江東方百富襪業有限公司董事長張偉軍告訴記者，與以往傳統外貿相比，跨境電商B2C模式直接面對終端消費者，利潤從5%上升至15%–20%，所以即使稅收增加，產品的市場競爭空間依然存在。

張偉軍介紹，企業做襪子已經有27年的歷史，以前一直給CK、ADIDAS等美國品牌做貼牌加工，但是近年來，一方面美國國內經濟蕭條，訂單數量有所下降；另一方面客商不斷壓低採購價格，導致企業利潤下滑，公司決定向跨境電商轉型。

他說，公司具有多年出口美國的產品生產經驗，同時注重產品品質和新材料、新技術研發，更專門創立了跨境電商品牌，受到了美國消費者的喜愛。目前僅在亞馬遜北美站一家店舖年銷售額就已達近千萬美元，最貴的襪子可以賣到15美元一雙，是以往傳統出口價格的好幾倍。

浙江省電子商務促進會常務副會長盧成南表示，目前，美國加稅對跨境電商並沒有產生太大影響。這對於國內傳統外貿企業向跨境電商企業轉型來說也是一個倒逼升級的機會，網絡銷售也如線下銷售一樣，只有提升產品質量，打造自有品牌，才能獲取更大的市場與利潤。

▶莫斯科一家中國跨境電商企業的海外倉，工作人員運送貨物　資料圖片



▲天津工博會上，客商觀看工業機器人運作　資料圖片

## 自主研發優勢予滬科企信心

**【大公報訊】記者倪夢璟上海報道：**中美貿易戰升級，對於不少中小企業來說是挑戰亦是機遇。約肯機器人(上海)有限公司創始人李之勤對記者表示，中國科創不斷發展，在不少科技領域其實亦有領先優勢，眞材實料便能掌握話語權。

他舉例，「目前全球水下機器人均價約1700美元，而我們自主研發的水下機器人售價1500美元，在價格上就有很大優勢。」他指出，雖然美國是公司最大的海外市場，但面對中美貿易戰升級，公司絕對有信心應對：「我們一是會通過提升產品技術含量和增加產品銷量來抵銷增長的稅費成本；二是拓展澳洲、歐洲、東南亞水下機器人產品業務，擴大全球市場份額；三是嚴格控制生產成本。」雖然作爲初創公司可能會面臨不少困難，但是「我們的技術一直都在快速迭代進步，對於未來，我們很有信心。」

上海傳利葉智能科技有限公司CEO顧捷亦表示，相信中美貿易戰目前對於科技企業不會有太大影響，「因爲對一些能夠自主研發的高科技產品，中美的價格相差比較懸殊，往往差距在兩倍以上，哪怕加關稅25%，中國產品的價格仍是有巨大價格優勢。」

## 渝企研高附加值產品增底氣

**【大公報訊】記者韓毅重慶報道：**重慶潤通控股（集團）有限公司是一家集合汽油動力及終端、摩托車／ATV、柴油動力、汽車零部件、金融服務等產業的多元化集團公司。公司高級副總冷文強對大公報表示，潤通應對貿易戰的底氣是，「我們的產品可替代性並不高，發電機、水泵美國始終都會從中國進口。美國也可能開『後門』，讓當地企業申請豁免徵稅。」

他表示，只有不斷創新才能保障產品在市場上的生命力。因此應對中美貿易戰，企業會一方面開拓新的市場，一方面開發附加值更高的產品。

冷文強介紹，公司預計今年出口約2億5000萬美元，美國佔其60%銷售額。加徵關稅後，美國客戶成本增加，若提價讓用戶分擔，或將導致需求減少、銷量下滑。假如持續徵稅一年，潤通在美國的銷售額或將下降20%。

潤通將對此採取系列措施：「短期內，我們將把發動機、發電機等動力機組盡快運往美國，也在積極與美國客戶溝通，看他們能否申請豁免。長遠來說，我們將開拓墨西哥、加拿大及東南亞等國的新市場。」

▲重慶潤通控股有限公司的動力生產線　受訪者供圖