

# 「美市場看起來很美 其實利潤比紙還薄」 浙毛衫脫美入歐 銷路寬賺錢多

△+0.5

作為「中國毛衫第一市」，浙江桐鄉市濮院鎮是中國毛衫經營和交易的中心，每年有7億件毛衫從這裏銷往海內外，美國大型超市裏的羊毛衫多出於此。自從去年中美貿易摩擦起，濮院商家就開始了「將雞蛋挪到另一個口袋」的過程，利用產業鏈完善的優勢，積極開拓其他市場，抵銷美國商家取消交易帶來的損失。經過近一年調整，不少商家都開拓了如歐洲快速消費品市場等新的銷路，與從前美國市場「比紙還薄」利潤相比，生意甚至好過之前。

大公報記者 俞畫桐鄉報道

走進桐鄉新迪尚時裝有限公司，展示櫃裏掛着一排排Zara針織衫，工人們正趕工冬季新款，搶在10月前海運到歐洲。曾經，美國佔據公司40%銷售額，如今卻降到10%。在公司總經理沈強眼中，美國市場只是「看起來很美」，其實利潤「比紙還薄」，如今有了更好的選擇，他當然要轉換市場，尋求更大的利益。

沈強解釋道，美國公司喜歡聘請中間商（美國進口商）來中國採購，他們把價格壓得很低。「我們這裏各項成本都逐年上漲，他們卻要求我們逐年降價，不然就不跟我們合作，

導致利潤『比紙薄』。」沈強說，如今美國在公司的銷售額中佔比不大，但他並打算放棄美國市場，而是選擇用FOB(船上交貨，由美國買家繳付進口關稅)的方式來進行交易。「這樣一來，着急的就是美國進口商了，這幾天他們一直在催我們趕緊發貨，就怕貿易摩擦再升級，稅率再加上去，他們的利潤就幾乎要抹平了。」

## 稅率上升抹平美商利潤

國際貨幣基金組織（IMF）進行的一項研究也印證了沈強的話。研究顯示，加徵關稅導致美中貿易減少，但雙邊貿易逆差基本沒有變化。因關稅上漲造成的成本幾乎全部由美國進口商承擔，部分已轉嫁給美國消費者，其餘部分則由進口商通過降低利潤率

吸收。

四年前，通過廣交會，沈強接觸到了Zara的母公司Inditex，通過一年合作，新迪尚的針織衫被列入Inditex的採購商名錄，Zara和Zara Home的訂單也隨之找上門來。「歐洲的品牌公司有自己的採購部門，他們會來自己找你採購，不像美國那樣多了一層中間商，這樣一方面利潤更高，另一方面效率也更快。」

沈強還認為，公司在歐洲市場的競爭力比在美國市場更高，「美國連鎖商超對針織衫的要求不高，進口的多數是基本款，然而越基本的東西競爭就越大。東南亞國家人工只有我們的三分之一，再加上關稅很低甚至零關稅，這樣算下來我們的針織衫基本就沒有競爭力了。」

## 生產速度遠勝東南亞廠商

與之相反，歐洲買家更看重款式，他們進口的多數是帶印花、釘珠的時尚款式，特別是像Zara這樣的快速消費品品牌，他們對速度的要求非常高，在這一方面中國商家的競爭力就大大增強了。「以濮院為例，因為產

業鏈很完善，一件針織衫從確定式樣到批量生產，最多不超過三天，這方面東南亞的製造商根本就沒法比。」

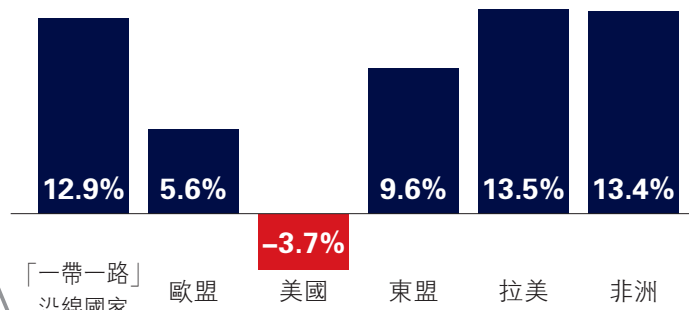
在這樣的情況下，即使面對貿易摩擦，新迪尚的業務卻按下了「加速鍵」。「去年我們出口了1500多萬美元商品，今年看起來還會增加。」沈強笑着告訴記者，如今他加強了設計端的人才招聘，並打算併購幾間工廠，將整條產業鏈都抓在手裏，進一步增強企業的競爭力和利潤率。



▲浙江桐鄉市濮院鎮每年有7億件毛衫銷往海內外。圖為濮院時裝周上，模特展示濮院的新款針織衫

## 浙江對「一帶一路」沿線國家外貿增長強勁

■全省進出口總值增長率（4月份數據）



（資料來源：杭州海關）

## 浙商應對美貿易戰三招

### 一、開拓其他市場

積極開拓歐洲、「一帶一路」等其他國家及地區市場，抵銷美國商家取消交易帶來的損失，尋求更大利益

### 二、對美用FOB交易

對美國市場交易以FOB（船上交貨）形式進行，按離岸價進行交易，由美國買家繳付進口關稅

### 三、提升競爭水平

從自主設計高端產品到利用完整產業鏈快速出貨，使自身具備不可替代的地位

（大公報整理）

美國的保溫杯的售價一般在35美元，關稅增加後轉嫁到銷售終端上去，售價將達到40美元左右。」

另一方面，新秀集團創始人施紀鴻告訴記者：「四年前，我們開始向平台型企業、產業互聯網企業轉型，通過互聯網，我們能夠低成本地進行全球化的B2B的資源抓取，現在我們可以解決中美貿易戰帶來的負面影響。」

## 中國設計背包 美商爭搶代理權

【大公報訊】記者王莉杭州報道：杭州凸凹工業設計有限公司自主設計研發的一款帶有藍牙音箱等功能的機甲背包被三家美國代理商盯上了，爭搶獨家代理權。公司總經理李立成說：「在增稅政策出台前，有美國代理商甚至開出了年保底銷售10萬個的競爭條件。現在雖然箱包類產品也被列入了增稅清單內，但成本價在45美元左右的背包，在美國市場

上的零售價可以賣到200美元，所以對於代理商來說中間利潤還是很可觀的。美國客戶看中的是背包的設計感與品質，我們中國作為製造業大國，在設計驅動型產品的製造上本身就有其他國家無法比擬的優勢。」

### 高端消費者更注重品質

浙江哈爾斯真空器皿股份有限公司是中國唯一的以杯壺作為主業的上市公司，據哈爾斯集團董事長郭峻峰介紹，2018年公司銷售額達到18億元人民幣，其中海外市場份額佔據70%，而海外市場中近50%出口美國。他告訴記者：「我們的產品在美國以高端消費市場為主，高端消費群體最敏感的是產品品質，只有低端市場才對價格比較敏感。所以即使關稅增加，



▲多功能機甲背包深受美國客戶喜愛 資料圖片

對我們的銷售也不會產生很大影響。」郭峻峰介紹道，增加關稅，其實最吃虧的是美國消費者：「美國一般的保溫杯價格在6美元左右，我們在

## 加大研發投入 中小企忙創新

【大公報訊】記者王莉杭州報道：鴻雁電器總裁王米成告訴記者，近年來公司也在不斷加大研發創新投入，每年研發費用佔銷售額7%以上，下屬另一智能家居公司佔比20%以上，主要創新方向是將現有的技術成功進行融合應用。作為企業，做好「最後一公里」的應用創新很重要。對於中小企業來說，做好「最後一公里」更現實，應該站在全球產業鏈分工角度來定位自己。

作為中小型創新企業管理者，溫格科技董事長劉軍華亦對企業創新深有體會，他說：「中小企業想走得長遠就得創新，不創新，你肯定只能打價格戰，只有做價值創新才是長久之道。我認為，中美

貿易戰也許會成為倒逼中國企業注重科研創新的一次機會，把創新能力變得更加堅實，企業會深耕自己的領域去做行業創新，甚至全球創新。」

劉軍華介紹，公司每年利潤的10%投入研發創新，已經獲得了100多項專利，其中有3項專利屬於全球創新。「我們也有產品出口美國，但在此輪貿易戰中完全沒有受到影響，因為我們研發的一款新材料水管暖管道成本僅為現在美國使用的銅管的三分之一左右，即使加上關稅，價格還比銅管便宜。」

### 研發類人才備受歡迎

名駒人才創始人沈敏躍說，從去年開始，浙江研發類人才的職位薪酬增長迅猛，來自華為與阿里巴巴兩家企業的人才尤其受到浙江其他企業的歡迎。他說：「我認為未來浙商企業

發展主要有三個方向，一個是創新型企業，走創新之路，全球優秀的腦袋為我所用；第二是走國際化的企業，沒有總部概念，哪個地區的人才供給最充分，這個板塊的總部就在這裏；第三個是走專業性的公司，專家型企業。總之就是人才戰略，得人才者得天下。」



►14日在杭州舉行的全國雙創活動周展示了5G+智慧家電 資料圖片

## 「只要我貨好 不怕没人要」

【大公報訊】記者俞畫桐鄉報道：在浙江康盈服飾有限公司董事長梁文美眼中，中美貿易摩擦就像是海面上的幾個小波浪，「只要跨過了這些波浪，前面依然是平靜的海面」。

梁文美告訴記者，美國是她的主要市場，在去年1600萬人民幣的銷售額中，美國就佔了60%以上。「但是我們主要做的是FOB生意，所以關稅上漲對我的影響並不大。」

針對有些美國進口商要求與中國出口商分攤稅費的問題，梁文美坦言目前她還沒收到這樣的要求，就是對方提她也不會答應。「第一，本身我們的利潤很薄，毛利在15%左右，已經沒有降價空間了；第二，我們的產品開發能力很強，客戶依賴於我們的樣品去銷售和接訂單，設計端都在我們手裏，所以不怕他不要我們的貨；第三，客戶在下訂單的時候，已經付了30%的定金了，這個時候反悔對他們也沒有好處。」

### 已有十多國客戶下單

在這樣的背景下，就梁文美所知，已經有美國進口商為了降低稅費，在報關時少報或者瞞報貨款，來抵銷稅費上

▲沈強向記者展示他們做的針織衫 大公報記者俞畫攝



▲新來的俄羅斯客戶正在梁文美的公司裏挑貨 大公報記者俞畫攝

漲。

梁文美表示，「美國進口商為了賺錢活下去，就會在清關的時候採用各種手段來少繳稅，最後吃虧的還是美國政府；反之，如果美國進口商老老實實做生意，那就只能把關稅加到消費者身上去，最後吃虧的就是美國老百姓。」

在記者採訪梁文美當日，她正忙着接待由俄羅斯來的客戶，這也是她去年積極參加俄羅斯服裝展的成效。「現在我手頭上已經下過單的，就有十來個國家的客戶，包括英國、德國、法國、加拿大、澳洲、奧地利等。梁文美坦言，「既然美國的生意難做，那我就去拓展其他國家的市場，只要我的貨好，不怕没人要！」