疫情蔓延訂單取消 影響恐超金融海嘯

中國外貿企業陷生死危局

「我們鞋廠超過80%的訂單都被取消了，如果剩餘訂單繼續取消，又沒有新訂單進來，很快就要關門了。」2月底才因為訂單大量積壓而被老闆緊急召回工廠復工的阿德，沒想到自己一個月後竟會面臨失業的危險。

經濟透視

大公報記者 賀鵬飛

阿德是溫州一家大型外貿鞋廠的業務經理。3月下旬以來，包括這家鞋廠在內的很多中國外貿企業經歷了一段極為恐怖的黑暗時刻，大量訂單因為新冠肺炎疫情蔓延而被突然取消或暫停，一些外貿企業頓時陷入生死危局。

鞋廠訂單劇減八成

隨着疫情在全球大規模爆發，各國紛紛採取嚴格的防控措施，工廠停工、商店停業，乃至封鎖城市和邊境，從而導致外部市場急劇萎縮。在高度全球化的今天，這必然會波及產業鏈上下游的眾多企業。

阿德所在的鞋廠主要從事時尚女鞋的開發和生產，產品長期出口歐美市場。從3月中旬開始，該廠就有歐美客戶陸續取消訂單，但只佔訂單量的不到20%。3月20日以後，取消訂單的客戶突然暴增，至26日已有超過80%的訂單取消，取消的理由無一不和疫情有關。

「一天一個變化，上周的訂單還能撐到7月份，這周的訂單就只夠做到5月了。」阿德說，雖然目前也有一些訂單進來，但都是小單，根本無法滿足生產需求。

「還有比我們更慘的，溫州好幾家大型外貿鞋廠已經通知全體員工，從4月開始放無薪假，至少放到5月底，到時候再根據訂單情況決定是否復工。」他坦言，現在外貿行業人心惶惶，不光是鞋廠，其他工廠也好不到哪裏去。

事實也確如其言，在紡織業重鎮紹興柯橋，當地一份行業調查報告顯示，有78.4%的紡織企業表示訂單在減少，64.8%的企業反映已有的訂單被客戶取消。更為嚴重的是，近期溫州和東莞等地相繼爆出多家知名企業倒閉或「放假」的消息。例如，位於東莞茶山鎮的港資企業泛達玩具有限公司就因為外貿訂單取消，導致公司資金鏈斷裂而宣布結業；東莞精度表業有限公司也因最大客戶美國Fossil取消訂單，面臨隨時關停的風險，不得不宣告放假三個月，同時接受全體員工辭職。

企業坦言形勢恐怖

全球知名的鞋用膠大廠南寶樹脂也受到波及。「鞋廠都不生產了，我們的膠水當然也賣不出去，訂單一直在陸陸續續喊停。」南寶樹脂（中國）有限公司董事長孫德聰無奈說道。

南寶樹脂是Nike、Adidas等70多個國際品牌的指定鞋膠產品供應商，市佔率超過五成以上。隨着Nike、Adidas等國際品牌紛紛關閉全球門店，同時，包括東京奧運會在內的全球所有大型體育賽事全部喊停，這些都對運動鞋上下游產業造成巨大衝擊。

江蘇一家主營帳篷、遮陽傘等戶外用品的外貿企業合夥人丁佐峰說，實際上，在今年1月中國爆發疫情之初，就有外國客戶取消部分訂單，只是所佔比例較小，沒有現在這樣恐怖。

中國生產的戶外用品在歐美市場非常暢銷，以往每年的這時候正是國外客戶出貨的旺季，但今年全行業都頗為冷清。丁佐峰的企業訂單雖然暫時比較穩定，但他坦言：「現在很慌很慌，每天都在和客戶溝通跟進，生怕客戶取消訂單。」

為幫助外貿企業減少損失，此前中國各地商務部門和貿促會曾為外貿企業出具不可抗力事實性證明。而今，一些國外進口企業也以同樣的理由取消訂單，甚至拒絕對中國出口企業已經產生的成本進行賠償。

據丁佐峰介紹，很多國外客戶在下單的時候並不會支付訂金，而是開具信用證。但由於疫情期間很多國際航班停運，交貨時間自然會受到影響，一旦國外客戶不願意申請展期，那麼信用證超過有效期後就是一張廢紙，出口方無疑會損失慘重。

丁佐峰一位朋友的企業承接了英國客戶價值數百萬元（人民幣，下同）的重力毯訂單，沒想到近日7個集裝箱的貨物全部裝箱等待起運時，英國客戶突然通知延遲交貨，這家企業將不得不承擔全部損失。

「今年的形勢恐怕比2009年金融海嘯的時候還要糟糕。」孫德聰憂心忡忡地說，金融海嘯爆發時，絕大多數工廠關停的時間都很短，「馬上就回過神來了，但是這一次一般預估時間會比較長，市場什麼時候恢復還不知道。」

疫情打擊消費需求

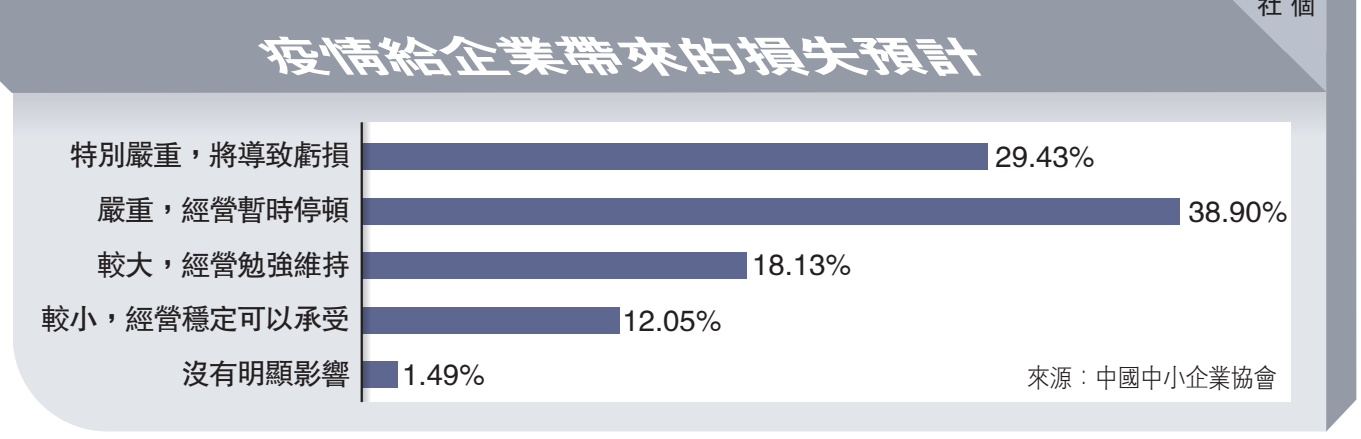
他分析道，歐美市場是消費的主體，但在兩、三個月沒有工作收入的情況下，很多歐美消費者的消費能力就會下降，由此可能對中國產品出口乃至整個世界經濟景氣產生很大影響。

對此，丁佐峰也表示認同。他分析，在收入減少的情況下，消費者自然會削減非生活必需品的開支，而且可能會降低消費頻率。以帳篷為例，以往歐美消費者一般用完一個夏天甚至只用一次就會換新，但疫情過後，他們可能減少外出度假的次數，以及選擇重複使用帳篷，從而會影響到中國帳篷的出口量。

作為在鞋廠工作二十幾年的資深員工，阿德也不得不擔憂起工廠和自己的未來。他所在的鞋廠共有2000多名員工，每月光工資一項支出就超過1000萬元，這還不算社保、餐飲等其他支出。如果沒有新的大額訂單進來，立刻就會陷入困境。

重壓之下，這家鞋廠已經開始裁員。「行政人員已裁掉一大半了，如果裁到我頭上，工廠也要關門了。」說到這裏，阿德惟有苦笑幾聲。

◀疫情衝擊下，歐美消費能力下降，由此可能對中國產品出口乃至整個世界經濟景氣產生很大影響 新華社



疫情或加速產業鏈「去中國化」

潛在影響

新冠肺炎疫情在導致外部市場萎縮的同時，也讓一些國家和企業的風險意識增強。專家擔心疫情將促使部分產業鏈加速「去中國化」，從而對中國外貿企業造成更大的衝擊。

丁佐峰指出，這次疫情讓歐美國家重新意識到製造業的重要性，從而積極鼓勵本國製造業企業回流或在第三國新建工廠。例如，一家英國企業原本長期從中國進口桌椅，但今年中國爆發疫情後，開始積極在其他國家尋找替代生產商。經過調研，這家企業發現中國桌椅所用的木材也是從東歐進口，鋼材雖然是中國生產，但在歐洲完全可以找到替代產品。

這家企業所在的英國地方政府也積極鼓勵其自建工廠，以擺脫對中國市場的過度依賴，同時解決本地就業。於是，該企業迅速決定在英國建廠生產桌椅，綜合土地、稅收、人工、原材料等各項成本後，其生產成本甚至低於中國廠家。

「中美貿易戰和疫情疊加影響，對外國企業刺激很大。」南寶樹脂（中國）有限公司董事長孫德聰表示，實際上中美貿易戰爆發後，很多外國企業就被迫在其他國家尋找替代供應商，從而導致一波製造業企業流出中國。這次疫情又讓更多的外國企業意識到不能過度依賴中國市場，可能會進一步加速外資製造業企業回流或到第三國設廠。

早在2月份，多個著名服裝業品牌已開始討論將新一季商品生產轉到土耳其等國。土耳其服裝製造商協會的負責人哈迪·卡拉蘇（Hadi Karasu）估算，大約會有中國總訂單量的1%被轉移到土耳其，當時轉來的新增訂單已讓土耳其的縫紉機全力運轉起來，產能升至85%。

「我國供應鏈地位是否牢固，關鍵看我國企業是否會被替代。」南京大學經濟學院教授巫強認為，我國的供應鏈地位能否被取代，最終還是取決於產業配套體系是否完善，供應效率是否領先，產品質量是否可靠。

他指出，穩定和鞏固我國的供應鏈地位最關鍵在於提升我國企業的生產率。例如，日本消費電子企業牢牢掌握手機、電腦和消費電子類產品的上游環節，當日本發生地震影響這些企業正常經營時，對產業鏈產生短期衝擊，但地震過後，它們依然無法被替代。

▲有專家擔心疫情將促使部分產業鏈加速「去中國化」，從而對中國外貿企業造成更大的衝擊 大公報記者盧靜怡攝

跨境物流受阻 賣家損失慘重

沉重打擊

除一般貿易外，通過跨境電商出口的貨物也大受影響。據中國知名的跨境電商社群「鷹熊匯」統計，目前至少有數百噸小包貨物積壓無法發出中國，大量中小賣家損失慘重。

「鷹熊匯」創始人Mark表示，由於疫情在歐美國家蔓延，消費者的消費意願降低，導致跨境電商訂單量下降。部分亞馬遜賣家已經出現訂單暴跌，訂單量下滑最多的有60%，而且買家的退貨率急劇上升。

同時，大量國際航班也因為疫情取消，導致跨境電商行業物流運力嚴重不足。目前，除防疫物資等必需品外，亞馬遜已經暫停接收、配送相關歐美嚴重疫情區的消費者普通貨物的訂單。

▲大量國際航班因疫情取消，導致跨境電商行業物流運力嚴重不足 新華社

受此影響，大量前期下單的跨境商品積壓在海關和運輸途中。Mark指出，如果買家收不到貨就要退款，這樣不僅貨退不回來，款也收不到，賣家必然會血本無歸，這很有可能造成大量中小賣家公司直接倒閉。

服裝企無奈轉攻內銷 坦言知易行難

挑戰重重

在出口市場受阻的情況下，一些中國外貿企業也開始嘗試轉攻內銷市場。不過知易行難，外貿轉內銷並非易事。

據江蘇一家外貿服裝企業老闆吳生介紹，由於外貿訂單大幅減少，公司庫存急劇上升。迫不得已之下，他開始動員全體員工轉型為「微商」，通過微信、抖音等社交平台推銷該廠生產的服裝。

「網紅帶貨」成本高難承受

不過此舉效果並不理想，由於不懂網絡營銷，下單者都是員工的親友，數量非常有限。吳生也計劃在淘寶等電商平台開店，但請教過早已開設淘寶店的同行後，他有點心灰意冷。

因為吳生長期從事外貿代工，沒有建立自己的服裝品牌，轉型內銷沒有任何知名度，若要打開網絡銷路就需要投入大量廣告費用進行推廣，但是如今淘寶等平台的推廣費用越來越高，轉化率卻越來越低。如果採取時下流行的「網紅帶貨」方式，則投入的資金更多，對於他們這樣的中小企業來說難以承受。

溫州一家大型外貿鞋廠的業務經理阿德也認為，外貿企業轉型內銷缺乏品牌和渠道優勢，特別是像鞋子、服裝之類的產品產能嚴重過剩，內銷市場競爭極其激烈，一般的企業很難脫穎而出。

另外，目前內銷市場也不景氣。「內銷企業的情況也好不了多少。」阿德說，因為國內的鞋店和商場大多還沒恢復正常營業，溫州大部分內銷鞋廠還沒開工，一些已經復工的鞋廠也只是開發部門復工，生產部門還在放假。加上疫情影響下，人們消費能力和消費意願下滑，鞋子的銷量也必然會不及往年。

南寶樹脂近幾年一直開拓內銷市場，李寧、安踏等國內知名運動品牌均是其固定客戶，不過相對而言，內銷所佔比例較小。該公司董事長孫德聰認為，疫情同樣會改變國內消費者的消費習慣，要麼購買量減少，要麼購買比較便宜的商品，這樣自然會對內銷市場產生影響。

「誰都知道中國是一個巨大的市場，外貿企業也都希望能開拓內銷市場，但是真要做好卻不那麼容易。」他坦言道。

▲一些中小企開始轉型，藉社交平台推銷產品 新華社