

## 防疫不穩 東南亞難生產

## 海外爆買中國貨 美訂單增七倍

歐美疫情的不確定性，令訂單大舉回流中國。在深圳飛鑫電子位於深圳龍華區的一個電子產業園，工人們三班倒，倉庫裏堆滿了「整裝待發」的貨箱，原本陳列用的展廳也被拿來堆放各種貨品。坐在大公報記者面前的深圳飛鑫電子外貿總監榮子昂一邊接受採訪，一邊還要忙着應付客戶催貨，同時和物流公司訂貨櫃。「去年年初疫情嚴重時，外貿行業很難。當時想到了下半年可能會復甦，但沒想到這麼火爆。」

大公報記者 毛麗娟 何花（文、圖）

榮子昂透露，去年3月至4月的時候，很多中小型的外貿工廠因客戶取消訂單而倒閉，三季度後電子產品訂單率先復甦，10月份時，2021年的訂單也接踵而至。「目前到今年6月份都有單做。」

## 「沒想到這麼火爆」

電子產品爆單的原因是疫情導致的「宅經濟」。榮子昂分析：「大家宅在家的時間多了，對電子產品的消費就多了。」加上疫情控制不穩、貿易政策變化等原因，東南亞等地的工廠生產並不穩定，導致境外客戶傾向於將訂單下給中國工廠，形成了海外爆買中國貨的局面。

榮子昂舉例，美國市場2020年訂單量比2019年上升了7倍，俄羅斯市場也增長迅速，「俄羅斯的一個客戶，原來全年出2個貨櫃的貨，2020年變11個貨櫃。」榮子昂表示，公司外貿業務仍在初期階段，一年數據量雖無法完全說明問題，但增長確實十分明顯。

據榮子昂介紹，所在的深圳飛鑫電子是歐飛集團旗下子公司，6年前，大學畢業後的他加入了深圳飛鑫電子工廠。當時的飛鑫電子做的是純內銷，為國內的客戶代工製作電子顯示屏、LCD，以及組裝一些平板電腦，隨著電子產品升級換代，飛鑫電子的品類擴充到了藍牙耳機、藍牙音箱和可穿戴智能設備等。

由於國內市場上各個門類的電子產品數目繁多，市場競爭激烈，經過深圳飛鑫電子管理層的慎重考慮，2018年，由榮子昂帶領團隊正式開拓外貿市場，經過了境

外參展和線上接單兩條線路的探索後，最終在阿里國際站為工廠打開了外銷局面。

另邊廂，在消費電子類企業深圳睿禾科技REMAX所處的龍華區一個工業園，下午5點多，來來往往的貨車進出繁忙。「這些貨車拉的都是近期要出口的訂單，因為白天限行，晚上八九點還有一撥大貨車進來拉貨。」睿禾科技REMAX海外事業部總監張繼霖一邊比畫着，一邊帶大公報記者參觀了公司的生產線和倉庫，數千平米的園區倉庫裏，即將發往不同國家的、已打包好的商品被摺得整整齊齊。

## 居家隔離 小家電賣斷貨

「去年2月到3月，當時海外疫情還不嚴重，我們的外貿訂單暴增，5月及6月，海外疫情擴散導致我們訂單縮小，但到了三季度，訂單又開始暴增，四季度的訂單量甚至是三季度的3倍，生產排期已經排到了今年4月份。」張繼霖表示，新冠肺炎疫情改變了年輕人的生活方式，居家隔離令到攪拌機、電飯煲、袖珍暖風機、遊戲機、吸塵器等商品需求火爆，REMAX合作夥伴生產的吸塵器在境外每天可以賣掉100至200個，「黑五」那天賣斷了貨。

製作金屬包裝的企業的訂單亦如雪片般飛來，2020年12月中旬的珠三角，夜晚氣溫降到了10度以下，在東莞企石鎮港企中罐金屬包裝有限公司的廠房車間裏，工人們仍在有條不紊地將一張張薄鐵皮送上機器生產線，機器生產線的另一頭「吐」出食品盒、禮盒等成型的產品，這些產品外立面印好了進口國家的各種說明文字，它們將被送往世界各地。中罐金屬包裝有限公司老闆林宏鍾表示：「保守估計，訂單較去年增加了30%以上，而利潤維持得也比較好。」

阿里巴巴國際站的數據顯示也印證了這個變化：2020年全年，按美元計價，其平台實收交易額同比增長101%，訂單數按年翻番。平台數據顯示，與疫情宅家相關的品類迎來爆發，消費電子全年熱度持續不減，其中11月銷售額按年增長145%；空氣淨化器更成為最暢銷的出口商品，4至11月累計交易額按年增長近10倍。

## 一櫃難求 運輸成本漲三成

## 物流遇阻

訂單的暴增卻也帶來困境。睿禾科技REMAX海外事業部總監張繼霖直言，年底一櫃難求，現在訂櫃要比以前訂櫃提前三到七天，且出口到不同國家的貨櫃運輸成本均有所上漲，平均下來漲了30%，尤其到疫情嚴重的歐洲國家價格漲得更凶。

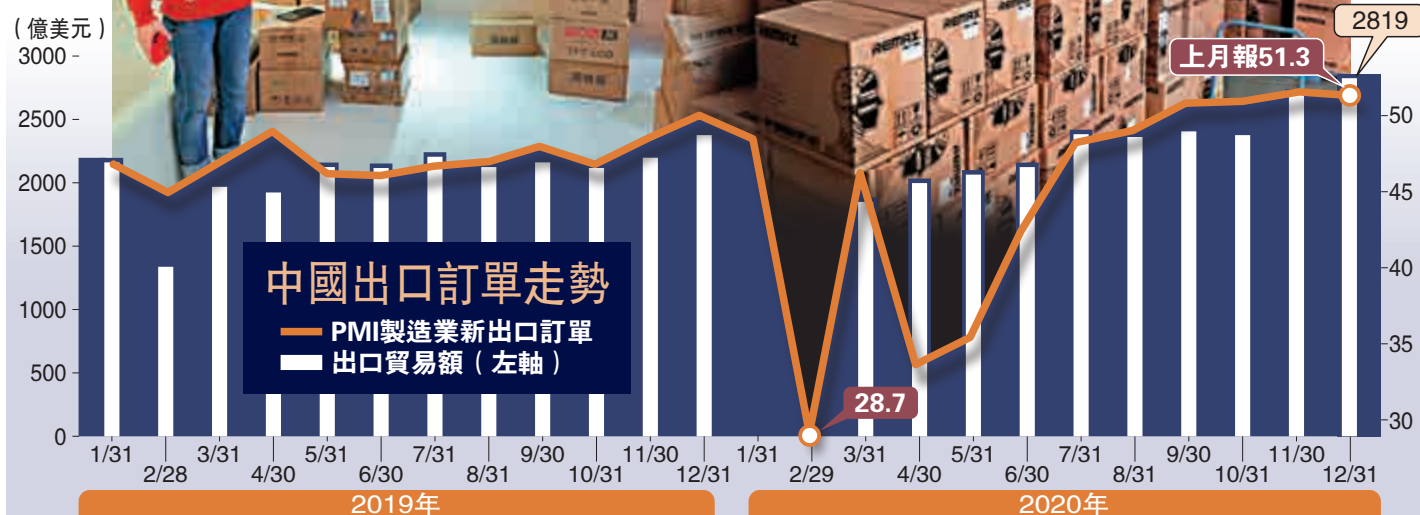
從事包裝材料製造的中罐金屬老闆林宏鍾從疫情初期到去年底，貨櫃一直都處於緊張狀態，疫情導致了物流中間環節阻斷，成本也居高不下。他坦言：「如果對方催貨還可以多招工人加班加點生產，但如果沒有貨櫃，真的只有乾着急。我們也沒有什麼好的辦法。」每次有新的客戶對接，即使交貨期在幾個月之後，他都要先問問物流公司的貨櫃情況如何。「不行就提前一個月訂，提前兩個月也行。」

深圳飛鑫電子外貿總監榮子昂坦言：「美國、俄羅斯的客戶不停地催貨，但現在一櫃難求。貨櫃起碼要提前半個月訂，而且價格相較此前訂單量平淡的時期增長了5倍。」他為記者算了一筆賬，此前一個貨櫃的價格大約1500美元，而現在上漲到了8000多美元，漲了逾四倍之多。

張繼霖直言年底貨櫃難求。



►深圳飛鑫電子外貿總監榮子昂站在堆滿了貨物的展示廳中，向記者介紹客戶訂的貨。



## 阿里巴巴國際站交易額前十行業

- 1、機械
- 2、家居園藝
- 3、消費電子
- 4、美妝個護
- 5、服裝
- 6、包裝印刷
- 7、運動及娛樂
- 8、建築
- 9、健康醫療
- 10、汽摩配

■ 2019年  
■ 2020年



## 一則大麻新聞 掘出大商機

## 升級轉型

加拿大大麻於2018年10月17日正式合法化，當地市場含大麻成分的食品、煙草、外用製品陸續合法上市銷售。此事令全球輿論嘩然的同时，也令業界憂慮如何避免兒童、老人誤食大麻。做外貿生意的中罐金屬老闆林宏鍾一直有關注國外新聞的習慣，某天一則「加拿大8歲女孩誤食大麻食品險喪命」的新聞吸引了他的注意，如果這些大麻食品被裝在帶有機關的盒子裏，是不是就不容易被兒童誤食了？

「2017年以前，我們設計包裝盒，都是按照客戶要求去開個模具，給客戶生產出來；2017年之後，我們主動去了解客戶需求，開發不同形狀、不同結構的模具。」林宏鍾介紹，加拿大、美國大麻逐漸合法化後，多年合作的外商也希望中國廠家能為其設計預防兒童打開的裝大麻食品的盒子。

「我們為此專門成立了工程研發部，3個人花了半年時間反覆改良材料的薄厚度、鬆緊度，最早設計的是塑料盒，後來改成了更為環保的鐵盒，鐵盒上有3層機關，老人、小孩很難打開。」林宏鍾向記者展示自己公

司開發的各種形狀的大麻食品盒，3層機關分別是螺旋蓋、防滑蓋、外蓋，需要手部多個動作聯動才能打開。

林宏鍾2018年12月帶着公司產品去美國拉斯維加斯的大麻產業展銷會，好幾個歐美客戶都很感興趣，當場下了訂單。「我們這款產品出貨已經十幾萬件了，之前做好樣品後，美國客商拿到國內去做第三方檢測，必須讓6歲以下、60歲以上的兒童、老人參與測試，打不開才說明產品的預防功效已達標，實驗證明產品完全合格。」他並介紹，通過該產品的開發，公司走向了從代工生產外包裝到為外商設計生產外包裝的道路，產品的附加值提高了，議價空間大了，以前是外商貨比三家，現在是外商只要喜歡，就願意多掏錢下訂單。



▲中罐金屬老闆林宏鍾向記者展示美國客戶訂購的用來裝大麻產品的包裝盒。

## 內外貿齊出擊 代工廠全年忙不停

## 調整策略

「2020年上半年忙內銷、下半年忙外貿，原本以為做代工的我們會清閒一點，沒想到年頭忙到了年尾。」忙了一天的江西旭浩服裝廠廠長龔智敏，終於在晚上8點多可以坐下來歇歇了，而他的辦公室外面，四十多個工人還在加班生產一批品牌商急需的貨。

龔智敏介紹，去年年初，國內疫情蔓延，前三個月，很多內地服裝廠不開工，服裝行業的外貿訂單一下子大量減少，不少原本專供出口的品牌商為了避免「手停口停」，紛紛調整策略，打算開拓內銷市場，因此發單給代工廠生產內銷商品，由於搶的代工廠比較多，代工價格普遍比去年低了10%到20%。

「進入三季度，來自海外的外銷訂單開始回暖，我們的老客戶江蘇國泰、寧波太平鳥、鉛筆俱樂部童裝等品牌紛紛催

我們加快代工步伐，抓緊時間出貨。」龔智敏直言：「單子做不過來的時候，我們也會跟合作夥伴一起完成，把一部分訂單轉包給長期合作的工廠，並派遣師傅下去現場督導生產質量。」一旦忙不過來的時候，這種模式也是服裝品牌商默認許可的。

在服裝生產行業深耕了二十多年的龔智敏透露，儘管東南亞人工成本比中國國內低，但服裝品牌商們還是只會將低端的產品外包給越南或柬埔寨的工廠生產，中高端的服裝還是中國做工更好、更令品牌商放心。

2020年全年，旭浩服裝廠的訂單較2019年增加30%，加工生產的貨值達到2000萬元人民幣。「我們對品質要求高，做工在業內有口碑，很多訂單都不是我們去找的，而是對方找上門來的。」龔智敏介紹，由於產品質量好，因此可以有不錯的議價權。

龔智敏看好今年的訂單形勢，除了外單不少，服裝品牌商去年大力開拓國內市場也取得了一定成效，顯示隨着人們生活水平的提高、國內市場需求仍有增長空間，尤其是優質產品很受認可。



▲江西旭浩服裝廠去年訂單按年增三成。