

海关统计数据显示,上半年外贸顺差同比增长超过50%。但本报调查发现——

外贸企业难言回暖

■ 本报记者 贾晶晶

相对于寒冷一片的其他经济指标,海关总署刚刚发布的上半年外贸出口数据因为被称“回暖”而备受关注。

据海关统计,今年上半年,我国外贸进出口总值18398.4亿美元,同比增长8%。其中出口9543.8亿美元,增长9.2%;进口8854.6亿美元,增长6.7%;贸易顺差689.2亿美元,扩大56.4%。不少经济界专家表示,我国外贸发展虽面临诸多不确定因素,但下半年回暖迹象已较为明显,外贸年增长10%的预期目标可望实现。

然而,《中国企业报》记者在对一些外贸企业进行采访后发现,相对以往,他们今年的外贸出口业务非但没有回暖,反而更加寒冷。由于外需持续严重疲软及各项商务成本不断上升,不少企业经营状况恶化,有的已经处于倒闭的边缘。

对外经济贸易大学国际经济研究院中国对外经济贸易研究中心主任杨立强接受《中国企业报》记者采访时发表看法说,官方所称“回暖”要放在全球经济“趋寒”背景下思考,且需后续观察,目前并不足以影响下半年出口形势“缓中趋稳”走向。

订单锐减 小型外贸企业命悬一线

“去年还没感觉到什么,农历年一过,(出口业务)忽然就不行了,订单一下子没了!”7月13日,浙江温州外贸商人蒋雷在接受《中国企业报》记者采访时,仍然一副焦虑的状态,“国外客户购买力下降了很多,产品卖不动了。”

蒋雷的公司主要生产剃须刀,产品主要出口非洲和中等等地,由于物美价廉,公司一直订单不断,生意顺风顺水。但是2012年春节一过,蒋雷所接到的订单明显少了很多,“到现在为止,订单还不如去年上半年的2/3,工厂一下子闲下来了。”

蒋雷说,为了减轻企业的压力,他不得不裁减员工,“企业经营不行了,总不能让工人困在我这儿吧。”

在蒋雷看来,2012年上半年是他做外贸出口业务最“寒冷”的一段时间。

和蒋雷有同感,山东威海海飞依服饰公司贸易部经理蔡惠健也明显感觉到寒意的侵袭。

“出口越来越不好做,企业都快撑不住了。”蔡惠健接受《中国企业报》记者采访时表示,近几年来,企业出口利润本来就低,公司一直在硬撑着,可今年的难题,已经不仅仅是利润的问题,而是订单。

海飞依服饰有限公司位于威海市经济开发区,所生产的服装主要出口欧美、日本、韩国等地,今年年初开始,公司的订单开始大幅减少。

“公司目前接到的订单比去年同期足足少了40%。”蔡惠健说,“现在要抢一笔订单,太难了。”

即便抢到了订单,也并不意味着赚钱。“国外的经济形势不好,服装不好卖,国外经销商就降价促销,只能拼命把产品出口的价格往下压。”蔡惠健称,“一笔订单要经历的环节为:卖场、经销商、服装设计、服装贸易,最后是加工厂,每一个环节都要扣除一些利润,层层扒皮,到了工厂,哪里还有利润?”

“很多工厂都不赚钱,大家都在考虑转行,不能困死在这一条路上。”



政府对出口不再实行核准制,所以生产了产品直接出口的企业增多了,这部分数据自然会整体进出口数据向上提升。但是整体经济形势不好,单纯的制造业仍然很困难。本报记者 林瑞泉/摄

蔡惠健称。

加工贸易出口比重超过1/3,制造业复苏艰难

虽然不少外贸企业生存艰难,但对于今年外贸出口数据所呈现“回暖”的原因,中国皮革工业协会制鞋办公室主任卫亚菲接受《中国企业报》记者采访时发表的观点是,中国外贸出口结构调整,一般对外贸易增多所致。

“政府对出口已经实行备案制,不再实行核准制,所以生产了产品直接出口的企业增多了。有些产品出口比较好,这部分数据自然会整体进出口数据向上提升。”卫亚菲说,“但是整体经济形势不好,单纯的制造业仍然很困难。”

卫亚菲的观点与浙江大学管理学院常务副院长吴晓波颇为一致,“全球经济还会在低迷中徘徊相当长的时间。这对中国以出口导向为主的制造业又是一场真正的考验。外需减少直接导致了外向型制造企业投资欲望的下降,这又会加剧制造业的下行。形势不容乐观。”

虽然从此次外贸出口数据来看,加工贸易出口比重已有所下降,但仍

然占据着超过1/3份额。在全球经济严峻的下行压力下,加工贸易所受影响更是首当其冲。

杨立强指出,在当前外需萎缩的情况下,加工贸易企业的生存压力要比其他企业更大,面临的问题也更具有挑战性,可以说与人民币升值、原材料价格波动、工资水平上升等因素相比,外需萎缩、订单减少对加工贸易企业的影响要更大,更致命。

卫亚菲认为,外贸出口下滑,也与中国制造业劳动密集型的传统特点相关。以制鞋业为例,劳动力资源紧张,成本上升,给企业带来的压力非常明显。

“以往出口好的时候,有的企业能拿到3%的利润,现在根本不到这个数了。”卫亚菲称,“很多制造业拼的就是劳动力,劳动力成本上涨,企业就没有价格优势。”

近年来,政府出台相关政策大力提倡加工贸易企业转型升级,提升竞争力。但卫亚菲认为这并不容易。

“这是一种持续的机制性的改造,包括技术、设计、工厂管理以及客户筛选等各个环节的综合性升级,需要一定时间的过渡期,这不是一蹴而就的事情。”

趋势

中小企业转战在线外贸

■ 实习生 杜鑫茂

王永在青岛经营着一家从事羽毛球接发产品和配件的小企业。作为对外贸易的企业,他长期苦于客户联系、找外贸订单。一个偶然的机会,他接触到了在线外贸电子商务平台,上面公布了众多网络搜索关键词,其中就包括了他最熟悉的“羽毛球接发”这一项。于是,王永怀着试一试的心态上传了自己的产品。

经过3个月的经营,王永的网络月销售额比他传统外贸翻了3倍,而这个数据还在不断增长。这是以往依靠参加国际性展会等方式获取外贸订单所无法达到的销售额。

对于王永这样的小商家,中国最大的外贸电子商务平台敦煌网创始

人、首席执行官王树彤深有感触:“以往中小企业搞外贸靠传统的跑展会、跑客户方式,费时费力,成功率低;而在线外贸则不一样了,商家坐在家就可以将产品卖到欧美、中东甚至世界每一个角落。”

今年年初,受欧债危机影响,我国的出口市场持续疲软,各主要出口国经济态势充满不稳定因素。受此影响,国内主要出口企业均出现不同程度的亏损。直至年中,全球经济仍未能摆脱欧债危机的阴霾。

在线外贸却出人意料地逆势而上。由艾瑞咨询与敦煌网共同研究发布的《2009—2015年中国中小企业B2B外贸电子商务交易规模》显示,2011年外贸电商交易规模达到40.6%的增长率,而2012年仍将达到38.5%

专家:提高退税额度,建立诚信体系

卫亚菲认为,为应对这种局面,政府应在政策上进行更多的扶持。比如,在制造业出口的退税方面给予更多的优惠。

据悉,目前服装业退税率为16%,而这是服装外贸企业唯一赚钱的指望,但是,有些国外的经销商由于对此项政策非常了解,企业还要从这部分利润中让出一部分给他们,最终拿到手里的已经所剩无几。而如果将退税额度提升,也能缓解企业目前的艰难局面。

此外,由于我国制造业中小企业占据相当大的比重,国家对中小企业的融资问题始终非常重视。但是,由于小企业的经营风险比较大,加之全球经济的不确定性以及中国宏观经济下行的态势,银行出于对坏账的担忧,并不愿意贷款给小企业,这就更加剧了小企业的生存困难。

卫亚菲建议政府应再加大对小企业的金融支持,建立诚信体系。

“没有诚信体系,就不能有好的金融环境,小企业贷不到款,就不能进行转型升级,出口产品也就没有竞争力。”卫亚菲称,要做到这些,光靠金融改革是不行的。

的增长,表现出企稳向好的势头,企业在线外贸看好。

王永的成功并非偶然,在提供在线贸易交易服务的同时,敦煌网还大力推荐羽毛接发相关行业卖家,真正实现网络平台上的供需对接。有的企业还因此一跃成为明星卖家,月交易额高达20万美金。由此带动该生产线的总交易额也飞速上升,“羽毛球接发”这一新兴外贸行业便由此诞生了。

在敦煌网上,像王永一样的供应商国内超过100万家,超过2500万种商品在线。

王树彤表示,网上外贸有“东方不亮西方亮”的特点,不像传统外贸,受地缘政治、地区经济影响大,尽管全球经济整体低迷,但中小企业仍可以“大胆做外贸,别有顾虑”。

用保险公司对小微企业扩大了覆盖面,从承保政策、理赔政策等各方面都有一些突破,主要是解决小微企业承保难、融资难问题。具体主要是动员各地政府,有一些资金支持,另外也跟各家银行谈,银行在保单项下打包批量解决,把中小出口企业打包,提供宽松的融资条件。

周尚志说,信保不仅改变了企业信用结构,还降低了银行风险。有一个数据很能说明问题,这些年中国出口信用保险公司通过信保贸易融资,从公司成立到现在,做了总额超过一万亿元的业务。去年仅在北京地区就通过信保融资了445.1亿元。

“这里边有不少是中小企业保贷融资,而中小企业对保贷融资的需求相当旺盛。”周尚志说。

限购令下的汽车消费悖论

在限购之后的北京市场上,自主品牌受影响最大。很多品牌单月销量仅有20辆到30辆左右,吉利、比亚迪、奇瑞、长城甚至走高端路线的上汽荣威和MG都很受影响,目前已有多家自主品牌4S店倒闭或退出北京市场。

■ 本报记者 董秋彤

国家统计局13日发布数据,上半年中国国内生产总值为227098亿元,按可比价格计算,同比增长7.8%。其中,二季度增长7.6%,这是二季度我国经济增长最近三年来首次低于8%。与此同时,在刚刚过去的6月底,广州出台汽车限购政策,成为国内继上海、北京、贵阳之后第4个对汽车消费采取限购的城市。

一边是中国经济增速下滑,一边是汽车限购政策的不断延伸,随着广州限购令的出台,人们再次对这项政策的推波助澜产生了质疑:汽车限购到底对不对?如果全国各地都效仿下去,汽车产业是否要承受“灭顶之灾”?

汽车消费遭遇“限购令”冲击

“如果广州的限购政策蔓延到其他城市,那么将给目前刚刚出现回暖现象的中国汽车经济予以毁灭性的打击。”中汽协副秘书长姚杰日前表示了自己的担心和反对。姚杰表示,已在北京、上海、贵阳和广州实施的限购令确实对汽车运营产生了不利影响,限购政策的蔓延会使下半年的车市更加困难。

而中汽协常务副会长、秘书长董扬则更加直言坚决反对广州汽车限购,称广州限购并未报批国务院,实属“顶风作案”。

据统计,受宏观因素影响,今年年初我国汽车产销开局不利,前三个月累计产销同比低于上年同期,但降幅呈现了逐月收窄的趋势。1至4月汽车生产呈现了正增长,1至5月销售也呈现了正增长。统计显示,上半年汽车产销952.92万辆和959.81万辆,同比分别增长4.08%和2.93%。6月,汽车产销形势总体稳定,环比小幅下降,同比保持较快增长。

此外,中汽协数据还显示,6月,乘用车自主品牌共销售49.94万辆,环比下降3.14%,同比增长11.82%,占乘用车销售总量的38.89%,占有率较上月下降1.36个百分点,较上年同期下降1.38个百分点。上半年,乘用车自主品牌共销售315.11万辆,同比下降0.16%,占乘用车销售总量的41.39%,占有率同比下降3个百分点。

中汽协行业信息部主任陈士华在分析上半年产销数据时认为,当前国际经济形势比较复杂,我国宏观经济环境仍然面临下行的压力,在短期内汽车产销不存在快速增长的动力,从上半年的情况看汽车产销仍处于调整阶段。

而这调整之中,北京限购政策对汽车行业特别是自主品牌冲击力最大。

国家信息中心信息资源开发部主任徐长明指出:“北京一地推行限购令,可以拖低全国汽车销售增长率3%,从今年1—4月数据看,这一数字甚至达到4.5%。”

在董扬看来,情况比这种数字所反映的还要严重得多,随着国家各项优惠政策的取消和大城市限购的波及效应,他认为未来有一半的自主品牌可能不能存活。

一位不愿透露姓名的自主品牌经销商表示,在限购之后的北京市场上,自主品牌的影响最大。很多品牌单月销量仅有20辆到30辆左右,吉利、比亚迪、奇瑞、长城甚至走高端路线的上汽荣威和MG都很受影响,目前已有多家自主品牌4S店倒闭或退出北京市场。

不仅如此,随着汽车销量的下滑,汽车经销商的生存也面临考验,一些品牌影响力弱、资金实力不足、营业额过于依赖销售的经销商在限购的环境下艰难生存,甚至不得不退出市场,另有经销商逆势扩张,市场上出现经销商洗牌的现象。

为此有专家认为,“限购令”不仅难治愈拥堵顽疾,长此以往还会伤及中国汽车工业发展,建议改变一刀切式的摇号政策。

理性看待“限购令”影响

与废除“限购令”的声音相反,也有很多人认为,在当前中国城市规划、道路建设等配套设施还无法保障大量汽车顺利出行和减缓污染的情况下,“限购令”恰恰给了这些城市短板以解决的时间。

“况且,造成车市低迷的因素有很多,在经历两年超高速增长后,涨幅回归也属正常现象,加之今年以来,鼓励汽车消费的优惠政策——‘汽车购置税减免’、‘汽车下乡’和‘汽车以旧换新’相继取消,正面激励机制退出,负面效应浮出水面也可想见。”中国汽车流通协会副秘书长罗磊这样认为。

他说,去年北京新车销售达到创纪录的91万辆,只占当年全国汽车销售量的5%;以今年北京汽车销售下降50万辆计算,对于全国整体车市的影响仅为2%。“影响应该不大”。

与他有同样看法的还有著名汽车人贾新光,在他看来,经过一段时间的缓冲之后,北京市场上由限购带来的负面冲击已经有所缓解,市场恢复得很好,上半年北京汽车销售总量为28万辆,全年50万辆的销售额应该没问题,如果不与2011年限购前91万辆销量的特殊情况比,这个数字已经算不错。况且,限购令大大促进了北京二手车市场的发展,虽然有些出乎意料但却更加合理,因为像美国这样成熟的市场,其二手车销量占到新车的3倍,而中国的二手车市场容量则仅仅不到600万辆,差距很大。

谈到“限购令”出台对自主品牌的冲击,贾新光表示,有些人认为这次自主品牌的集体“沦陷”是消费者好不容易摇到一个号,不愿意轻易用来买便宜车所致,但为什么很多人却去买了二手车呢?这其实又是一个悖论。实际上,并不是消费者都不愿意买便宜车,而是我们的自主品牌缺乏积极主动的意识与策略,一看销量不大自己先撤了,宣传、服务包括销售网络都不到位,每天坐等客户上门,此外就是期盼政府能够尽快出台政策给予补贴。这种只想依靠政策扶持而不从自己身上找原因的弊端存在于很多自主品牌企业中。

当然,贾新光认为,并不是说限购措施就没有弊端,毕竟60万有车需求人群的利益也不容忽视。

全国乘用车市场信息联席会副秘书长崔东树认为,无论如何,今年车市要保持接受调整的心态,调低涨幅目标,接受低增速的现实。同时,要防止未来地方限购对于抑制消费趋势的蔓延,这样才能保持车市的可持续发展。

观点

信用保险缓解出口企业融资难题

■ 本报记者 王敏

“企业要做出口,要确定国际化战略,需要解决两个问题:首先是风险问题,因为企业最擅长的是做市场,而不是规避风险;另一个是融资问题。”7月11日,在接受《中国企业报》记者采访时,中国出口信用保险公司第三营业部副总经理周尚志如此表示。

在利率市场化逐步破冰、金融改革提上日程的今天,企业走出去离不开金融方面的大力支持。

信保整合 出口企业资源

“过去进出口银行主要支持国有企业,最近几年,我们银行已经侧重支持民企‘走出去’,这些企业做

得非常好。”中国进出口银行特别融资账户部副总经理陆跃平告诉《中国企业报》记者。

“当然,民营企业首先还是要熟悉自己的经营环境,很多民营企业在‘走出去’过程当中,对他的商务结构还不熟悉。商务结构其实跟企业的融资结构息息相关,跟当地的经济环境所造成的有利和不利紧密结合在一起。”陆跃平说。

中国资本“走出去”方兴未艾,“但95%还是进出口这一块。”周尚志告诉《中国企业报》记者。

“在企业出口贸易链条上,解决贸易融资,就要依赖信保功能的发挥。这个原理就是货物出口有应收账款的风险,这个风险由信保来承担,然后拿了个保单去银行抵押,解决贸易信贷的问题。”周尚志表示。

这样,通过信保的整合功能,把“走出去”企业的资源整合了起来。

周尚志告诉记者,华为是中国出口信用保险公司“走出去”战略做得比较好的企业,他们就是利用信保以资源圈市场的。

中小微企业 保贷融资需求旺盛

现在企业“走出去”,去海外抢项目,除了他自身产品过关,商务合同要谈好,还有一个就是要把金融风险结构安排好,在这里面信保起到了很大的作用。而现在企业对信保的认知度还比较低,更谈不上利用信保和进出口银行来做贸易融资。

据周尚志介绍,今年以来,中央号召支持小微企业,中国出口信