

中小企业“非常时期”的创新选择

□ 本组稿件采写 马汉青 刘晓峰 何秋养

策划词

10月15日,第110届广交会正式开馆迎客。展会上,中小企业生存、发展,成为最热门的话题。不少中小企业经营者感受到市场不景气带来的生存压力,但转型升级、自主研发,以及进出口环节的灵活应对,让一些企业家仍充满信心。

在新形势下,很多中小企业特别是外贸出口企业已经开始了转型之路,利用创新的思维和新兴平台创造了可观的经济价值,成为转型浪潮中的“冲浪者”的角色。



A 海外买家拓展采购市场新蓝海



一年一度的广交会正在进行,在全球经济阴霾未散的情况下,国外的采购商也纷纷调整自己的采购方式,更加注重电子商务的采购新蓝海,采取线下、线上双管齐下,两种渠道互相融合。

同样,面对低迷的海外市场,为了更好地满足采购商的变化和需求,国内的外贸企业也积极利用电子商

务的平台,开拓市场。

海外采购线上流量增长六成

在经济危机的情况下,很多海外的采购商纷纷改变了自己的采购策略,为了节省差旅成本,提高采购的效率,把越来越多的采购放到电子商

电子商务使出口企业竞争力倍增

务的平台进行。

深圳市创新佳智能卡有限公司相关负责人介绍,公司去年广交会收集了300多个客户,大部分都是从阿里巴巴平台先接触、认识并且进行询盘的客户,再通过广交会进行实际的接触,并且最终下单。

而在今年的香港国际玩具展上,深圳市创新佳智能卡有限公司从阿里巴巴邀请来的客户几乎都在现场下了单。

电子商务已经成为各类展会的先遣阵地,买卖双方在此平台上进行事先沟通和了解,促进线下交易的顺利进行。在电子商务平台,海外的买家可以更加方便地采购到价格更低,产品更加个性,响应市场更加迅速的供应商,拓展了采购的新蓝海。

据全球领先的小企业电子商务公司阿里巴巴数据显示,今年上半年其海外买家已经超过1300万,同比增长58.5%。更多用户通过阿里巴巴交易市场进行采购,令海外流量明显增长,上半年国际交易市场日均流量同比大幅上升65%。

电子商务使企业存活率增五倍

艾瑞咨询研究报告显示,使用电子商务的线上中小企业在去年全球经济危机下的存活率要高出传统线下企业5倍。在经营信心指数方面,65%线上中小企业有信心和能力渡过经济难关;而线下企业还不足10%。

另外,30%的企业认为应用电子商务后取得了显著的竞争优势,53%的企业认为有提升作用。

艾瑞咨询资深分析师认为,“电子商务的低成本高收益、开放性拓展性,在危机中更显价值。”

去年广交会上的数据也证明了这一观点,相当一部分出口企业都遭遇了订单减少、客源不足的境遇,但是通过电子商务模式的“在线广交会”成交量却呈现大幅增长。究其原因,就在电子商务带给企业准确和快速的信息,从而让企业在危机中找到机遇。

助力外贸企业产业升级

据北京大学与阿里巴巴联合调查报告显示,受到欧债、美债危机的影响,珠三角地区小企业订单量较2010年下滑严重。再加上越南、印度等区域企业以低价加入订单的抢夺,国内小企业低价抢单已没有空间。

但随着电子商务服务平台的丰富和不断完善,在经济危机下,传统贸易向线上交易的转变却在提速。

“我们是‘三无企业’,没有参加展会,没有进入批发市场,没有店面,全部依靠电子商务,今年的订单不仅没有下滑,比往年反而有两成左右的提升。”全球十大网商、义乌飞天灯具厂负责人刘鹏飞说。

“北京、上海、广州、杭州等地是网商最为集中的地区。”阿里巴巴集团方面认为,这恰是传统商业模式积聚的区域。“网商群体在商业和社会生活中的影响力也不断扩大,越来越多的中小企业和个人借助电子商务实现了业务增长和自我创业。”

C 珠海 107 家企业亮相 中小企业“练内功”争渡难关

第110届广交会上,珠海107家企业亮相首期展会。展会上,中小企业生存、发展,成为最热门的话题。记者走访珠海分团了解到,不少中小企业经营者感受到市场不景气带来的生存压力,但转型升级、自主研发,以及进出口环节的灵活应对,让一些企业家仍充满信心。

9日,北京大学国家发展研究院联合阿里巴巴在深圳发布《珠三角小企业经营与融资现状调研报告》。报告指,利润下滑已成为今年小企业最难迈过的一道坎,珠三角小企业多在吃老本。

一周后开幕的110届广交会上,中小企业并没有哀鸿遍野,不少中小企业,尤其是手握核心技术的中小企业,仍然对未来信心满满。这其中,就包括国家高新技术企业珠海市润星

泰电器有限公司。其生产的恒温电热水壶,在展会首日就获得600万元订单。

一家过去似乎默默无闻的企业,却获得“国家电创新奖”和“中国创新设计红星奖”等多个国家级大奖,又在广交会首日就凯歌高奏,“其实走了很长的路,花了很大的心血。”润星泰电器有限公司总裁任先生告诉记者,公司2008年成立电器事业部,并推行“专利先行”战略。当年9月,汇集了21项专利技术的艾乐家电热器系列产品诞生即标志着产品将通过中国3C与欧盟CE、CB双重质量标准认证。“一般电器上市前的培育期顶多8个月,但我们用了14个月进行产品研发和测试。”任先生说,虽然看上去慢了,但“市场会给出回应”。

市科工贸信局负责人认为,国际、国内市场中的负面影响客观存在,“但企业,尤其是中小企业却各有各的应对措施。而这其中,自主研发、掌握核心技术,却是企业发展最主要,也是最重要的途径。”

并非所有企业都能够掌握核心技术,但仍可在进出口环节中灵活应对,让自己尽量少受汇率不确定等因素的影响。

珠海一个著名电视机制造商,此次参展的电视产品均在42寸以上,几乎全是LED超薄屏幕。该公司市场部负责人告诉记者,并非所有企业都能够将掌握核心技术作为近期发展目标,“尤其电视机行业,国内其实没有一家企业真正拥有核心技术,也就是制造电视芯片。这一块全部依靠进口。”她认为,在这种情况下,企业



非常时期,珠三角的中小企业都感受到市场不景气带来的生存压力。

在进出口环节灵活应对就显得尤为重要。

“我们公司已经和出口信保公司合作多年了,这一两年合作得尤为紧密。”这位负责人介绍,前几年,出口信用保险公司主要和国企或较大企业合作,最近加强了与中小企

业间的互动。“我们曾经有一批订单,出货后国外买家拒绝收货,因为投保了,只损失了货值的百分之二三十。”她认为,中小企业尤其是出口型的小企业,在进出口环节应多考虑投保等应对方式,减小汇率变动、市场不景气等因素造成的负面影响。

D 企业发展面临重重关卡

成本关、用工关、汇率关、融资关、税负关……一位中小企业主感叹,现在中小企业发展真的很难,需要“过五关斩六将”。

首先是成本关。今年以来,原材料、劳动力、租金、资金等多项成本大幅上涨,中小企业在产业链中缺乏议价能力,无法通过定价转移成本,利润空间遭到压缩,处于亏损边缘。

第二关则是用人关。惠州市大正企业管理服务有限公司发展部副经理张鸿星说:“现在很难招到熟练掌握生产技术的蓝领工人,去一次招聘会多数时候一个人都招不到。”

由于人民币持续升值,外贸型中小企业仍然受到“汇率关”的冲击。珠三角地区有许多外贸出口型中小企业,其产品附加值低,利润较低,仅占

销售收入的3%-5%。如果以美元计价的销售收入兑换成人民币,人民币出现较大比例升值,企业将很难盈利甚至亏损。

“原材料涨价对企业冲击比较大,再加上人民币升值压力,我们想提高出口价格。但是,欧洲的客户也因为市场不景气想跟我们削减定额。在这种情况下价格是不可能提起来

的,只好自己消化。”张鸿星说。

与此同时,今年银行信贷增长有所放缓,社会流动性偏紧,企业面临“融资关”,融资成本上升。同时,企业受成本上升、资金周转速度减缓等因素影响,融资需求明显增多,小企业资金供需矛盾加剧。

此外,一些企业反映,地方税负偏重,“税负关”使企业难堪重负。广

东社会科学院企业管理与决策科学研究所所长林平凡说,近年来中小企业的税费负担依然偏重,收费项目多达数十个。一位不愿透露姓名的企业主说:“如果严格按照法律规定去征中小企业的税费,恐怕中小企业要死掉一大片。目前大多数中小企业采取的策略是逃税,如果对方不要发票我们就便宜一点出货。”

E 圣诞订单飘落 2011 广交会 国内中小企业不挣钱赚吆喝

圣诞节离人们还远,不过,来自世界各地的圣诞订单却已纷纷扬扬飘落2011中国广交会。在这个全球经济寒冬,中国的广州这两天是洋溢着浓浓的圣诞氛围,在这届广交会中,中国获得了全球一半以上的圣诞订单。

记者在现场观察,本届广交会的进口展期规模空前,很多世界500强企业、百事公司、沃尔玛、微软、GE都是首次参展,他们希望在中国开拓市场寻找机会,在这些国际参展商的眼中中国不再仅仅是世界工厂,更加成为一个具有全球吸引力的巨大市场。

记者还注意到,来自日本地震重

灾区的福岛、岩手、宫城三县的十多家企业组团参展广交会,除了机械电子等产品之外,日本参展商认为,通过广交会这个平台向全球展示地震灾区已经恢复,到这些地区观光旅游已经没有问题。

广交会历来都有经济“风向标”之称。这次云集了世界各国企业的广交会,全球“经贸风”又朝哪儿吹呢?一位来自俄罗斯的女商人很有成就感地告诉我们,在这次广交会上她下了一笔不小的订单。

另一位告诉记者:这是我们第一次来中国,广交会的一切都非常吸引

我,我这回下了50万美金的订单,买的是建筑材料和灯具。

东边日出西边雨,来自美国的商人却很失落,他表示,因为美国国内经济不景气,他这次来只是看看没打算订货。不过,有趣的是,他竟然想反客为主,成为卖方。他说:事实上我并没有下订单,相反,我在考虑是否应该成为一名参展商。这届广交会上,海量的产品种类让我感到非常震惊,美国政府在管理经济方面做得真不怎么,让经济每况愈下。

烦恼的不仅是个别订货商,在记者采访中发现,这次广交会上即使是手

握订单的国内中小企业主们,他们也不乐观。

生计所迫,一些中小企业不得不考虑转型,无锡一家生产汽车喇叭的销售经理梁上嘉告诉记者他的转型计划。

梁上嘉说,要说打算嘛,比如说产品方面要更新换代了,老的一些产品我们逐渐做一些老的客人,不会去特别关注,然后在汽车音响等新的方面做新的尝试。

照惯例,圣诞节前两个月本该是全球经贸活动的旺季,可今年的广交会,虽然拿到全球一半以上的圣诞订

单,但中国企业主们依然表示:这是不挣钱赚吆喝!那么,困境中的中国中小企业究竟该走向何方?中国之声特约观察员杨禹表示:企业要做好心理准备迎接压力和挑战。

杨禹说,面对这样的局面要有足够的心理准备,这个局面恐怕会长期持续下去。第一,我们自己这些企业的劳动力的成本,原材料的成本,不可遏制地在持续上升;第二,越来越多类似我们这样的曾经拥有劳动力成本优势的国家和地区在我们的身边越来越多。

面临着西方国家日益严重的贸易

B 外贸订单普遍下滑 企业纷纷借电子商务转型

一年一度的广交会已开馆迎客。与以往不同,今年与会者们谈得最多的一个词是“转型”。“转型是行业必须经历的阵痛,而阵痛能促使企业反省和创新。”这是许多参加此次广交会的企业家们共同的感受。在新形势下,很多外贸出口企业已经开始了转型之路,利用创新的思维和新平台创造了可观的经济价值,成为外贸转型浪潮中的“冲浪者”的角色。

“全球经济的负面影响还未见底,外贸出口企业应该从规模扩张向质量提升转变,从粗放型向集约型转变,通过技术和管理创新实现企业的转型升级。”阿里巴巴相关负责人表示,电子商务将有助于推动外贸企业的转型升级。

“之前生产的产品缺少特色,都是正常的家居用品,缺乏竞争力,2011年受到欧美经济恶化的影响直接导致出口的这类产品订单减少70%以上。”江门市新会区洋洋金属制品有限公司相关负责人梁炎光说。

阿里巴巴调查显示,珠三角地区小企业订单量相比2010年下滑约30%。相比2008年订单的急性下滑,当前订单呈现逐步减少,绝大部分小企业对未来形势的不确定表示担忧。

2011年以来,来自欧洲和美国市场的订单在逐步下降,来自这两个区域的询盘量在2011年8月后缩减,对外贸出口小企业影响较大。尽管临近欧美圣诞节旺季,但是欧洲市场的装船率大多仍然在50%左右,美洲市场的装船率也低于80%,相比往年降幅较高。来自中东及拉美、非洲市场的订单略有增加,但远不能弥补欧美市场订单的减少。

严峻的形势倒逼外贸出口企业改变传统的营销方式,借助电子商务打开了外贸出口新蓝海。阿里巴巴作为中国最大的中小企业出口贸易网络平台,其网站上的企业出口订单数据,某种程度上直接反映着整个中国出口贸易的情况,并已成为中国经济的晴雨表。

“借助电子商务不仅仅提升了企业的利润,而且可以帮助企业的转型和升级,改变过去的批量化的生产模式,实现了定制化的生产,企业的重点也转移到产品的服务、品牌和创新,从而进一步提升产品的附加价值。”厦门华融集团执行董事徐平凡说。

自觉迎合市场的变化,利用中小企业的快速反应能力,通过产品创新和阿里巴巴这样的电子商务平台,成为国内中小出口企业一条转危为机的成功之路。

“开发LED植物照明灯,并借助阿里巴巴这样电子商务渠道,我们获得了巨大的商机和高额的投资回报。”深圳市佰晟光电科技有限公司相关负责人表示。

保护,中国中小企业是否会遭遇被“反倾销”的命运呢?杨禹表示:关键在人民币升值后可能造成的影响?

杨禹说,有些产品,订单已经交给中国在内的发展中国家来生产,美国、欧洲兴风作浪搞贸易保护主义的时候,这些订单涉及的领域并不是主要领域,但是总的贸易环境仍然是趋于恶化,尤其是在这种情况之下,人民币仍然保持稳步升值态势,可能对中小企业最大的影响就是人民币的持续的升值。