

纺织服装订单遇冷

□ 寒小星

今年的纺织服装订单遭遇冷空气，春夏一直都很难，传统服装行业面临很大挑战，订单是很多企业的生存之本，这样的态势之下，企业面临转型或者破产的不同选择！

纺织服装订单遇冷转移，与全球的经济态势密不可分，欧债危机加剧致使订单数量不断受到影响，多数南非等其他地区订单相对质量不高，而国内面临的原材料价格不断上涨，尤其棉价格的波动起伏，还有人工成本的不断增加；这些因素叠加在一起，呈现的就是订单数量锐减，订单质量不高，而且部分订单转移到越南、柬埔寨等劳动成本更低的国家。

一直是国内对外贸易窗口的广交会落下

经典案例 | Jingdian Anli

从外贸转内贸刚满两月，销售已经从零单突破百单

外贸新机遇

网络分销逆市飘红

□ 易欣

今年广交会成交额近3年来首次下降，连续三年的“薄利”让部分参展商表示境况难熬。有参展商表示欧美市场持续疲软，在贸易顺差增幅持续收窄的趋势下，出现这样的状况并不意外，转型是近一两年的方向，公司已经开设了内贸产线，专供网络分销和批发。上海泽源服装有限公司就是这样一家，从外贸转内贸刚满两月，销售已经从零单突破百单的专供电商分销的企业。

据了解上海泽源有着近10年的外贸服装产销一体化的专业外贸公司，产品曾出口至欧洲、美洲、亚洲的30多个国家。在中国外贸收窄电商、内贸内需电商迅猛发展的情况下，成立了环球衣尚外贸服饰批发分销网，网站依托丰富、专业的外贸服装生产资源，为从事代销、批发的客户供应稳定的一线品牌外贸服装正品原单、尾单，环球衣尚能够长期、稳定、充足的持续更新，包装分销商货源。

笔者从环球衣尚负责人沟通了解到，相比传统内贸和传统批发渠道，环球衣尚由外贸转为内贸有以下四个显著优点。

1、产品品质、标准和国际接轨，品质更有保障。

长期做外贸产品品质更能对接国际成熟市场，在产品质量控制、包装、开发设计方面，比传统内销企业更加成熟规范，在单一性、标准和精细化产品整合能力方面，外销企业更具优势，没有传统内销的包袱，更能适应行业发展趋势，采取先进的商业模式和方法更放得开手脚。

2、不容易撞款，老顾客的粘度高，分销商利润高。

据环球衣尚的一位分销商反映，由于环球衣尚的产品品质更好，容易受到消费者的青睐，消费者在网上用适中的价格能买到正品原单，通常大大超出好感度，收到货品的消费者都是全5分好评，增强了和顾客之前的粘合力，原单货品，在市面上基本不撞衫，分销商可控的价格空间更高，卖一件衣服的利润也更高，也更愿意卖环球衣尚的衣服。

3、原产直供，分销商想做活动时，厂家能够给予更大的支持。

环球衣尚还是一家转内贸不久的公司，在分销商的政策上更为优惠，愿和分销商一起成长。

后勤支持方面，有独立的分销仓库，每日同步更新，实时客服咨询。活动支持方面，有活动方案支持，帮助分销商申报淘宝各类促销活动。培训支持方面，组织分销商进行专业培训(如产品知识培训)。代理支持方面，鼓励分销商发展下级代理。服务支持方面，有专人接待分销商，专人负责处理订单与售后。

4、专业的电商平台，自动收取订单让分销商订货更方便。

环球衣尚选择了国内最大的电子商务软件及服务供应商 ShopEx 作为合作伙伴，采用 ShopEx 分销解决方案，分销王搭建这个平台。ShopEx 分销王在网络分销，尤其是服装行业的网络分销领域有非常深厚的经验积累。代理商或批发商下单后能够自动抓取，快速同步，快速发货。同时分销王有专业的培训和行业基础，有大量的中小电商成功经验，资源共享让每一个想通过网络的创业者都能走得更稳，更好地走近成功。

帷幕，但是传递的信息并不乐观，纺织服装订单的成交率受到很大影响！面临这些问题，国内的纺织服装企业该何去何从！

据外贸公司相关人员介绍，其实今年订单虽然遇冷，但是订单还不至于那么惨淡，现在的订单多为两种，一种为高质量订单价格也高，一种多为走量订单价格比较低，而高质量的订单一般都是放在一些信用合作企业操作，走量的一般都放在偏远点的企业！所以，服装加工企业的信息体系建设以及信用口碑建立至关重要！

而服装加工企业接单也有很多学问，实力强的接订单选择 FOB、经销订单，那样利润更大，而小型企业一般多为清加工、或者选择小型包工包料订单、或者利润比较大的淘宝小订单，因此我们还是可以看到服装企业的



多种机遇。

因此在订单遇冷情形之下，服装企业应抓住信息概念，对国外外贸公司，对订单平台

等线上资源，对口线下资源整合，定位自己的发展方向，选择适合自己的转型方向，把握态势，定会在危机中走出来。

小企业外贸可能中招的陷阱

□ 吴铭

对于很多中小企业来说，虽然想在国际贸易中分到一杯羹，但往往又怕上当受骗，在外贸出口过程中，有哪些可能踩中的陷阱，企业如何去识破并避开这些陷阱呢？

对于国内企业与国外买家做生意时可能踩中的陷阱有很多：

陷阱一：国外买家要求赊货。现在由于生产力过剩，很多企业一见到外商要货便头脑发热，没有留意到付款方式隐藏的风险。例如，有些买家让企业赊货品，货品卖得出再给钱，卖不出就积压着，把风险转嫁到企业身上。

建议：付款方式最好采用 L/C 信用证，而且要有声誉的银行开出的信用证，因为在南美、中美洲等国家，甚至3元、10元就可以

开银行。更次之为 D/P(付款交单)、D/A(承兑交单)，即使是关系比较密切的客户，也尽量不要采用赊货的方式。

陷阱二：买家隐瞒申请破产保护的事实。有些买家已经申请破产保护，但企业已经把货物运出，追讨不到货款，经过调查才发现买家根本无还款能力。但由于买家已经申请破产保护，企业根本无法控告这样的买家。

建议：调查买家的信用状况，可以通过律师或信用评级机构调查、评估买家评级。

陷阱三：企业需小心合约。有部分买家会在签订合同后，更改信用证的条款，比如货物数量、差额、质量等，例如，把产品质量要求改变，企业在发货后，可能没法符合信用证条款，因而无法收回款项。

建议：企业必须小心所有合约，信用证条款的修订，有需要时，需要寻求法律意见。

陷阱四：买家在没有正本提单的情况下把货物提走。

建议：企业不要以为手持正本提单不会有问题，因为买家不用正本提单也可能拿到货物，根据企业采用 FOB 的方式，运输由买家负责，外国的货运代理只顾及利益，听命于付钱的人。

当地货运代理经常会耍花招的几个黑点：南美、中美、墨西哥、中东、马来西亚等。

随着自身的实力和国际视野的扩展，越来越多的国内企业都成立了自己的国际贸易部从事出口业务，逐渐减少对贸易公司的依赖。然而由于缺乏经验，往往很难识破国外买家或者货运代理的欺诈手段，从而上当受骗。希望能够帮助国内企业在从事出口贸易的过程中，洞悉潜在的陷阱和风险，最大程度地保障自身的利益。

大品牌企业需更加了解市场，进一步巩固企业品牌，树立起鲜明的品牌旗帜，小品牌需继续推广品牌，实现以点带面的战略布局。

外贸鞋企该如何面对出口压力



□ 尹佳伟

我国鞋类出口已告别近年来的持续增长态势，海关数据显示，1-2月，我国累计出口鞋146亿双，同比减少138%。目前，国内有很多的鞋企主要以外贸市场为主，近两年，由于人民币升值等原因，我们主要以外

贸为主的鞋企订单频频减少、利润也逐渐降低。2012年我国制鞋业出口量同比下降53%，鞋企备感压力。

面对整个出口局势严峻时期，很多制鞋厂都主动提高工人的工资待遇，而原材料的上涨势头比往年也更猛。在晋江陈埭镇，有全国规模最大的鞋材市场，面对出口局势的突然袭击，很多经销商都抱怨日子难过，销量萎缩。

有的企业有订单却招不到人，有的企业则出现订单大幅减少的情况。根据调研，大多中小微企业属于贴牌加工型企业，技术较为落后，市场竞争能力较弱，多数企业从原来的订单做不到如今订单大幅减少，甚至有的企业因没有足够的订单而面临停产。

“今后外向型企业发展面临的压力将会

更大。”一位专门做鞋业外贸的许先生根据目前的出口形势分析认为，2012年来原材料价格不断上涨等导致人工成本上升，制约了企业的发展。

然而，在当前经济形势下，鞋企更是要以高品质的产品开拓市场。据悉，很多有远见的外贸鞋服企业纷纷在硬件和软件上未雨绸缪，利用人民币升值的契机进行设备改造和升级，以此降低成本，并提高产能和产品质量。

因此，在涨价、并购、整合的激荡旋律中，鞋业品牌必将顺势而为，从企业自身展现状去挖掘新的市场。大品牌企业需更加了解市场，进一步巩固企业品牌，树立起鲜明的品牌旗帜，小品牌需继续推广品牌，实现以点带面的战略布局。

泉州箱包企业成“尖兵”

今年以来泉州箱包的出口增幅超过 20%，增长态势看好

作为泉州传统出口产品，箱包成为目前外贸整体低迷的一支尖兵，屡有抢眼表现。官方统计数据显示，今年以来泉州箱包的出口增幅超过 20%，增长态势看好，其中，俄罗斯、南亚、南美等新兴市场，作出了最重要的贡献。

“应该说，泉州箱包目前在国际市场的议价权，已经有了一定的提高。”泉州市外经贸局相关人士介绍，从出口的单价看，泉州与全国的价格差不多，其中部分自有品牌开始逐渐在市场上发力；跳开了传统的代工模式，确实给企业带来了较高的利润，但目前还不太稳定，需要观察一段时间再说；从表面上看，数量的增长也超过了 10%，主要是去年的略微低迷之后，国外采购商的存货已经销售得差不多，补充库存导致需求扩大。但箱包出口仍面临一些制约因素：一是国外市场准入门槛不断提高，贸易和技术壁垒风险上升；二是成本增加进一步压缩出口利润；三是金融危机导致外贸风险加大。

5月10日，在广交会结束之后，又去香港逛了一圈的泉州一家箱包企业负责人陈朝阳说，“有点看不清楚，广交会上的暴涨，希望不会是一场空”。陈朝阳的公司，在泉州的箱包企业当中属于中等规模，产品也没有太大的特色，走的是欧美市场，拉杆包、钱



包、学生包是三大主力，一些较为精致的手袋，价格是比较高，市场接受度却相当低。“这次我做了一个策略性的调整，就是跟别人合作了一个展馆。”陈朝阳告诉记者，这样的做法并不违反广交会的规定，此前的主力市场欧盟、北美放在自己的展馆里，较为冷门的精致手袋和高端学生包，针对新兴市场“三东两南”(东盟、东欧、中东、南美、南亚)大力推荐，与另一家同样有此需求的企业合作，结果让他非常吃惊：原本并不被看好的冷门，客商反而更多，下单量和意向订单甚

至接近欧美线的展馆!“从我跟客人的交谈中，他们对中国产品的认同，主要还是对中国经济实力的信赖。”陈朝阳说。

新兴市场行情看涨，不过其中也有不少“陷阱”引起了企业的注意。“你会发现，这些地方订单，当中有猫腻。”一家大型箱包企业的负责人综合分析了业务员带回的信息之后，建议取消部分订单：订单小，对方一般不会有库存；品类全，可能意在模仿，货期短更是在抢客户，“欧美对他们的税率更低，他们的出口更有价格优势，这是抢市场。”(付晓)

外贸指南 | Waimao Zhinan

注册海外公司涉及到注册地的法律法规和相关职能部门，若不熟悉当地市场，在离岸公司注册过程中恐怕会碰到诸多难题，这个时候需要找专业的可信赖的代理机构进行公司注册。

把离岸公司当外贸中介 加重国际竞争筹码

近年来，离岸公司注册受到内地商的青睐。海外离岸公司是许多大型跨国公司和拥有高额资产的个人经常使用的金融工具，有许多希望在国外上市的公司也是通过成立海外离岸公司实现其目的的。

瑞丰会计师事务所负责海外离岸公司注册业务的李经理表示，离岸注册地在税收、经营环境以及外汇管制等方面具有独特的优势。在离岸注册地注册境外账户后，国际间的贸易结算和外汇流通都将变得更方便、更安全，同时还可以节省成本，扩大企业的利润空间。

湖南凯鹏五金有限公司长期从美国厂商进口各类器械及相关设备。按照国际惯例，欧美厂商(卖方)通常支付 3-5%的交易佣金。由于现行中国政府各类限制，湖南凯鹏五金有限公司只能眼看着每年上百万元的交易佣金这笔中介费轻松地流入外国中介公司的腰包。为开源节流，拓展利润空间，湖南凯鹏五金进出口公司总经理钱先生决定委托美国认证协会在美国成立一家凯润鹏股份有限公司，作为湖南凯鹏五金有限公司的海外长期中介代理公司。由于美国现行公司法的关系，钱总经理在美国有限公司的股份权益及个人资料不对任何机构和个人公开，隐私权受到美国现行公司法的保护。同时，凯润鹏股份有限公司在美国保富银行办妥了公司账户。现在，湖南凯鹏五金有限公司可以合理合法地使用自己的中介公司，并要求美国卖方厂商将中介费直接汇入该美国的公司账户。钱总经理采取的理财方式为：每周二次，用互联网核查美国公司账户余额。

注册成立海外公司，将其作为外贸中介，收取卖方佣金，节省经营成本，为企业在以后的国际竞争中加重筹码。

李经理还指出，注册海外公司涉及到注册地的法律法规和相关职能部门，若不熟悉当地市场，在离岸公司注册过程中恐怕会碰到诸多难题，这个时候需要找专业的可信赖的代理机构进行公司注册，这样可达到事半功倍的效果。

(辛文)

“不断有客户打来电话咨询，想把货放在我们保税仓库。”

保税仓库 受外贸企业青睐

□ 张欣 高雁

“由于棉花市场价格波动频繁，越来越多的贸易商将我们的保税仓库作为其在中国境内的配送中心和物流中心。现有的保税仓库存储量已远远不能满足市场的需求，我们正在抓紧申请追加保税仓库面积。”5月12日，青岛胶州湾保税仓库负责人张宜向记者介绍。

据大众日报报道，胶州湾公用型保税仓库隶属于青岛中棉国际物流有限公司，2006年4月经青岛海关批准成立公用型保税仓库，整个保税仓库可容纳棉花3万吨。到今年4月初，该仓库库存棉花达到22万吨。

大港海关相关负责人介绍说，保税仓库被视为“陆上保税港”，是因为在国际贸易中，企业可充分利用保税仓储业务，根据国际市场价格变化见机行事，既可从从事国际转口贸易业务，也可待相关进口许可证件齐全后供应国内市场。

青岛港兴公用型保税仓库的负责人薛健介绍说：“不断有客户打来电话咨询，想把货放在我们保税仓库。仓库每月平均出入库货物量五六万吨，多的时候达到十几万吨，每年出入库货物量约70万吨左右，对应的是约1000万吨的港口吞吐量。”

“俄罗斯一家大型出口企业得知我们港口保税仓库的便利条件后，果断地将分拨中心转移到了这里。”薛健说，随着公司保税仓库的扩容和青岛通关的便利化，越来越多的外商将其亚太地区分拨中心设在了青岛。