

据业内预测,短期内海运价格不会迅速降低,在 10 月之前还是会维持在高位。

海运价格“见风涨” 外贸企业“苦支撑”

□ 曹建华

今年以来,海运业“涨”声一片,提价几乎成为船公司每个月的固定动作。而且涨价的多是欧洲线、北美线等中国货物出口的主要航线。上调的并不仅仅是运价,港口拥挤附加费、旺季附加费、燃油附加费等杂费也纷纷加征。有业内人士预测,随着旺季的到来,海运价格的上涨还会持续。

海运业齐心携涨

据国际商报报道,大连海事大学交通运输管理学院教授田征在接受记者采访时指出,海运价格上涨关键取决于两个因素:海运业涨价的决心与合作程度,市场供求平衡关系。“马士基和各大航运联盟已经意识到低价对于整个海运业的危害。”田征指出,因此大班轮公司在市场低迷时均采取了合理配置航线、降低航速、拆解部分集装箱船以减少运力等措施,运力供大于求的情况正在缓解,对运价上调形成一定的支撑。

中国对外贸易运输(集团)总公司发展研究部某专家表示,海运价格上涨是由需求决定的。旺季的到来,加上美国经济的好转,货运需求预期增强,价格也随之升高。另一方面,主导集装箱运输的船公司形成了价格联盟,有价格主导权。

中投顾问交通行业研究员蔡建明则持不同观点。他认为,前期运价已经低到航运企业

难以接受的程度,价格的触底反弹是企业为了生存而不得不采取的提价措施。“受经济危机导致的订单下滑以及运力过剩的影响,航运陷入了近 20 年来的低谷,不少海运企业亏损巨大。在此情况下,欧美海运巨头率先提价,引起国内海运企业跟风涨价。”蔡建明说。

外贸企业首当其冲

海运价格的波动会直接影响到外贸企业的订单和成本,尤其是那些执行到岸价合同的外贸企业。船公司结成行业联盟联手涨价,对外部需求本就萎缩的外贸企业而言很不利。运输成本的高企将影响外贸企业预期的利润水平,甚至会导致亏损。

广州纺织进出口集团有限公司总经理郑少三在接受记者采访时就表示,目前南美线的运价提高了三四成,加之外部需求减少,公司的订单量下降了 10%。“有些外贸企业担心订单流失,不敢上调商品价格,在海运成本上升的形势下,利润大幅下降,生产经营受到极大影响。”田征表示,中国外贸行业整体利润水平偏低,而海运价格的上升将会进一步压缩外贸企业的利润空间,导致其生产经营难度增加。而且国际贸易的周期比较长,从签合同到完成海运往往要持续数月,所以运价上涨带来的影响也会持续相当长一段时间,即使运价开始下探,外贸企业也不会立即恢复到之前的生产水平。

另外,铁矿石、原油等大宗商品的进口也



会受到较大影响,海运价格的高企使进口成本水涨船高。

除了外贸企业外,货代企业也在遭受海运提价之苦。特别是一些小的货代企业,每个月本来需要垫付的资金量就不小,海运价格一再上涨,需要垫付的资金越来越多,货代企业的利润空间更受到挤压,生存压力倍增。

大连京大国际货运代理有限公司总经理刘景贤说,“传统货物利润本来就很低,在运价低的时候还能维持。但现在出口形势不好,运价又翻了几倍,有些合同就没法执行,只能放弃。”刘景贤预测,短期内海运价格不会迅速降低,在 10 月之前还是会维持在高位。

外贸企业如何应对涨价

面对海运价格的上涨,外贸企业该如何应对?

田征认为,海运业涨价的对象主要是远

洋集装箱运输服务,干散货运价相对较低,因此,一些传统的“非适箱货”可以考虑放弃集装箱的运输形式而改为散货运输。

他指出,提高集装箱的装载率,通过合理配载,尽量装满箱,减少包装材料等无效货物的运输,减少集装箱的运输数量。另外,近洋航线的集装箱运价不但没涨,有的甚至还是“负运价”,外贸企业可以考虑从欧美市场转战日韩市场。

田征建议,一些与大型船公司有长期良好合作关系的外贸企业,可以经谈判,由船公司分担一部分上涨的运输费用。而且外贸企业可以通过参与运价衍生品交易,规避运价波动带来的风险。田征还建议相关部门及时采取措施,如出口补贴、出口退税、出口信贷等,来帮助外贸企业渡过难关。

蔡建明则表示,外贸行业应对运价上升带来的成本压力有以下几条途径:一是压缩成本,二是优化产品结构,三是出口转内销。

“今后外向型企业发展面临的压力将会更大。”

掌控市场布局 鞋业品牌需“以点带面”

□ 王络

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,从企业自身发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。



外贸企业 小单多促生产模式生变

□ 杨同峰 黄媛淳

“以前一个订单最少是几万美元,现在不少订单已经下降到 1 万美元以下了。”在近日举办的“GMC 五金建材国际买家采购沙龙”上,中山市欧派克五金制品有限公司外贸经理刘亚丽介绍。记者调查发现,在外贸出口不畅的背景下,企业订单普遍缩小,由此也对企业的生产模式和资金管理提出了更高的要求。

订单变化下降到 1 万美元以下

据南方都市报报道,“我们和 4 个买家进行洽谈,已经达成了一定的意向。”刘亚丽表示,不过来自国外的买家普遍很谨慎,订单的量不会很大,“这种情况,从 2010 年底就出现了,去年一年企业的订单普遍都很小。”据她介绍,在此之前,企业的订单一般都在几万美元以上,“不少订单已经下降到 1 万美元以下了。”

欧派克五金制品是一家专业研制开发生产吊滑门、壁柜门、中空门等家居五金产品及材料配件的厂家,其产品大约 35% 用于出口。对于订单变小的原因,刘亚丽分析认为,“主要来自于两个方面,一是企业的本身的需要,一是国外经济的不景气。”她认为,目前的汇率和政策变动较多,加上成本持续上升,在缺乏议价能力的情况下,短单、小单的增多,便于企业减轻风险。



生产变化资金流动加快,风险减少

订单的变小,也带来了企业生产模式和资金管理的变化。

“订单再小,企业也不能放弃,否则就意味着退出了这个市场。”刘亚丽说,这也对企业的生产模式、资金管理提出了更高的要求,“经过了一年多的小单、短单,我们已经锻炼出了经验。”

“你做大单的话,对员工、材料、库存、生产流程等有一定的经验,而改接短单后,必定要打破这些内容”,刘亚丽说,“最大的困难,还是备料方面,大单的备料比较简单,

但接小单后,就需要提前备料,否则接单后很容易延误交货。”她表示,这就对企业的组织、生产、协调能力提出了更高的要求,“备料方面就占据了企业大量的资源。”

刘亚丽认为,小单增多对企业资金管理也提出了更高的要求,“你提前备料,就需要占用大量的资金,因此在资金管理上的变化也较大,原材料的资金支付方面不会一次就付清,而会有一个滞后期,或者是分期付款。”不过,她也认为,小单增多在资金管理上带来一个好处,资金的流动加快,“小单都是快速生产、快速支付,这样企业的资金风险也相对减少。”

环球市场集团中山地区经理洪穗君认为,订单的变小,企业需要更频繁的接触客户,在寻找买家的成本上会有所增加。

用附加值测算国际贸易更为科学

□ 魏革军

世界贸易组织总干事拉米近日提出,应适应国际分工性质的变化改变衡量贸易流量的方法,以出口附加值来对国际贸易进行测算。这一倡议不仅仅是统计制度的变革,对于建立公平合理贸易秩序也具有重要意义,值得我们高度重视。

这些年来,围绕国际贸易的争端频起,原因是多方面的,贸易统计流量方法是其中重要的技术因素。在全球化货币化背景下,资源和生产要素跨经济体配置,外资和非居民广泛参与一国的要素分配,这使现有的国际收支统计制度严重高估了不同经济体之间的贸易差额,不能充分反映全球化背景下国际分工的变化。

全球化与国际分工的形成、全球产业链的形成,使得货物在实现最终消费之前,大

量以中间产品形式在全球各地流转。目前,世界中间产品的出口额占全球总贸易额的 50% 以上。中间产品贸易快速增长使传统统计方法难以准确表现真实的国际贸易情况,处于生产、组装等中间环节的新兴市场和发展中国家出口贸易被大幅高估,加剧了全球贸易冲突。正如拉米所说,将出口商品的价值全部归总于最终出口国,其带来的统计偏差将曲解双边贸易失衡的实质,带来误导并导致贸易争端。

附加值统计方法是以单个产品在全球生产链上不同经济体产生的附加值为基础进行贸易统计的方法。其核心内容是将出口国的出口数据与进口产品在进口国的行业分布情况以及最终消费情况相联系,以便测算产品在不同国家与不同行业所产生的附加值。这种方法虽然与现行国际统计制度有差异,但更能反映国际分工的现状与趋势,



也更为科学。

从当前看,附加值统计方法仍面临许多技术和认识问题有待解决,其在国际贸易中的推广和应用将是一个艰苦的过程。但这不妨碍我们借助新的方法争取对外合作和磋商中的主动权和砝码。

(据《中国金融》

放眼世界 武汉外贸 风生水起

□ 汤荣汛

武汉虽深处中部腹地,但在商贸发展上却勇立潮头,便捷的陆海空物流优势以及在“敢为人先、追求卓越”的城市精神指引下,曾打造天下第九街——汉正街的武汉人,现在更是把生意做得红红火火。目前,武汉正在打造 12 小时辐射区域国际城市、24 小时辐射全球城市的交通设施系统,武汉人的目光不再停留在国内,他们沿着长江、走向大海,把生意做到了全世界。

招大商、引巨资,在对外开放中,武汉市把目光锁定在世界级企业上,而世界知名企业也对武汉产生了浓厚的兴趣,纷纷要在武汉留下大手笔。据武汉市商务局统计,截至 2011 年底,累计有 84 家世界 500 强企业在武汉投资了 116 个项目,今年一季度又新增 4 家世界 500 强企业投资。同时,外国企业在武汉设立的常驻代表机构达 163 家,外资银行武汉分行有 5 家,非银行金融机构 5 家。

同时,武汉市还在利用外资方式和领域上实现新拓展。并购、境外上市、增资等成为武汉市利用外资方式的新亮点。近年来,越来越多的外资企业通过并购方式参与到武汉市企业改组改造和兼并重组,仅 2011 年就有 14 个外资并购项目。同时,武汉市丰泽公司、卓尔发展、金凰珠宝等多家企业在美国或我国香港上市融资。

针对很多国内企业在遭遇到国际贸易摩擦后屡屡受挫,武汉市积极应对,取得了很好的效果。据统计,过去 5 年,武汉市共遭遇 39 起国际贸易摩擦案件,涉案企业 63 家,涉案产品 37 类。武钢、东风进出口、冠捷显示、烽火国际等武汉市出口龙头企业成为贸易摩擦主要受害者。武钢 5 年内遭受 6 起反倾销调查。但是在各级商务部门的引导支持下,涉案企业积极应诉,大都取得较好成果,维护了自身合法权益。

服务行业发展 服务外包是契机

□ 王络

中国是国际货物贸易的大国,却是服务贸易的弱国,尤其是服务贸易。中西方工业化国家占比远高于发展中国家。即按进出口总量计,我国是贸易顺差国,但以服务贸易总量计,我国又是贸易逆差国。若两者综合,以在国际贸易价值总量计,中国是贸易逆差的大国。我国的出口占全球第一,且以制造业低端消费品为主,进口第二以工业原材料为辅,货物贸易规模较大相对的第一类服务贸易总量也很大。因此服务外包市场将是中国服务行业发展的新契机。

尚普咨询轻工行业分析师认为,针对当前我国服务行业存在的问题分析,应在除制造业以外的外贸价值链中涉及的服务业涵盖金融、物流、渠道、品牌、设计来计算,我国制造业利润所占比例很小,发展服务行业是关键。在目前西方危机的形势下,我国发展服务是个很好的下手机会,可以从两方面入手:一方面对大企业,兼并海外企业,可以增加国际贸易中,渠道、品牌、设计的话语权;另一方面对中小外贸企业,则引导其借助 BPO 平台,提升国际金融、物流话语权,提升交易能力。一达通外贸交易服务外包平台的建立不仅直接降低了企业经营成本,同时还延伸了两项电子商务的深度服务。

据尚普咨询发布的《2012-2016 年中国物流外包行业分析调查研究报告》显示,由于我国长期以来一直处于贸易逆差的大国中,而我国的出口数量又是惊人的,发展服务外包是我国服务行业发展的一个新指标,服务外面将成为服务行业的新契机。