

我国皮革行业的发展就省份而言,目前东部地区发展平稳,中部地区表现抢眼,成为一支新兴的生力军。

# 皮革行业追逐中西部新机遇

□ 刘旭

今年 1-4 月,我国皮革、毛皮制品和制鞋业实现顺差 169.98 亿美元,同比增长 2.53%,占我国贸易总顺差的 88.09%。但皮革企业依然面临劳动力成本提高、原辅材料价格上涨和汇率风险大三座大山。目前,东部地区皮革行业发展平稳,中西部地区皮革行业发展表现抢眼,成为一支新兴的生力军。

记者从中国皮革协会了解到,作为出口创汇的重要产业,我国皮革、毛皮制品和制鞋业今年 1-4 月出口 193.44 亿美元,同比增长 3.39%。进口 23.46 亿美元,同比增长 10%。实现顺差 169.98 亿美元,同比增长 2.53%,占我国贸易总顺差的 88.09%。而 1-3 月,顺差为 119.29 亿美元,同比下降 0.59%。

## 出口反弹：还需进一步观察

今年 1-4 月,我国皮革、毛皮制品和制鞋业产值、利润同比增速比去年回落,产值增速终结了 20%以上的高速增长。与此同时,我国成品革、半成品革、生皮、生毛皮、已鞣毛皮等原料进口量同比继续下降;轻革、制鞋、皮革及毛皮服装产量增速均比去年回落,生产增长放缓的趋势日益明显。

浙江是我国皮革行业大省,宁波海关综合统计处的王东对外贸形势是否走向好转目前还没有十足的把握。王东表示:“可能是受外贸形势的影响,目前单份的报关单和一些大额单子不像以前那样多了,一些小金额的单子会多一些。预计随着前期国家一系列稳定外贸政策的实施,宁波口岸外贸进出口会有一个逐步反弹的过程,但是反弹的力

度和持续的时间还需要进一步观察。”

业内人士表示,每年春季,即四五月份,是外贸企业跟国际上的合作伙伴形成订单并且落实贸易额的高峰期,如果在未来几个月能够保持这样的增速甚至再有所好转,应当说企业初步度过了外贸最困难的时期。

## 原料价格上涨：企业无利可图

毋庸置疑,目前国内劳动力、原材料等要素成本上升是不可逆转的长期趋势。某鞋企负责人就将劳动力成本、原辅材料、汇率风险比作压在企业头上的三座大山。

统计分析,目前鞋的成本中工人工资占比已从 5 年前的 13%-15%上升到 17%-19%。可是工资的上升是与企业的效益挂钩的,企业目前没有效益,可工资还是在增加,很多企业已不堪重负。据鞋类企业反映,目前材料成本已占整鞋成本的 70%左右,比 5 年前上涨了 3-5 个百分点,原材料总体上比 10 年前上涨了 10%左右。

记者了解到,就制鞋的主要原料而言,猪头层的价格 2010 年比 2009 年上涨了 10%,2011 年又比 2010 年上涨了 38.5%,主要原材料价格的疯涨,使得制鞋企业无利可图。

## 中部地区：企业利润新增长点

记者在采访中了解到,我国皮革行业的发展就省份而言,目前东部地区发展平稳,中部地区表现抢眼,成为一支新兴的生力军。今年 1-4 月,我国规模以上的皮革、毛皮及制品和制鞋业工业总产值所占比重最大的仍是福



建、广东和浙江省,三省合计占 51.29%;湖南、江西、河南、河北等省产值增速高于行业平均水平,中部同比增长 34.4%,比东部快 202 个百分点。

利润方面,一季度,全国规模以上的皮革、毛皮及制品和制鞋业利润总额中福建份额最大,河南、河北紧随其后,而产业大省广

东、浙江则同比下降。

某大型化工贸易公司销售经理表示,中西部地区成了公司的利润增长点:“外贸订单和去年上半年相比下降了 30%-40%。下降的数量公司以内销的增长来弥补,内销的主要区域是整个中西部地区,成都、武汉、重庆具体业务量以 30%-40%的速度增长。”

# 石材市场降温 南安企业抱团过冬

## 荒料石也出现库存

另一个困扰现有石材企业的难题便是库存问题。“现在有很多企业厂里堆的荒料石都加工不完。”业内人士说,与其他产业一样,石材行业也存在着库存问题,虽说库存仍在一个可控范围之内,但是不少企业的库存量仍较以前有所增长。2011 年初,南安不少石材企业积极应对,将沿街石材厂原本紧闭的厂房打开,做起了大板店铺市场的生意。“每平方米可收取几十元的租金,这也能很好地降低企业的成本。”水头一位石材厂的负责人顾先生说。

“自今年以来,受整个市场环境的影响,沿街开大板店铺的也太多了,租金较往年有所下降。”刘民泽认为,对于南安整个石材行业来说,最大的发展瓶颈应该是土地资源。现在水头的地价每亩已经高达百万元,附近的官桥等土地则已“告罄”。石材行业不同于其他产业,由于重量等问题,占地面积较大。

## 石企评估合同风险

对于企业而言,最重要的就是要规避合同的风险,避免欠款给企业增加压力。对此,泉州石材企业已经有所防范。“不少企业都启动了法务部,保护自己的合同权益。”业内人士说。

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。

## 技术创新正当时

质量的提高并无尽头,从合格向高质提升,需要的是技术和创新。在劳动密集型企业激烈竞争的大背景下,唯有技术创新才能使企业立于不败之地。笔者认为,国内鞋企如果在条件允许的条件下,可以在国外设立技术研发中心,挖掘高潜力研发人员,不仅把握时尚潮流,研发尖端科技,而且在质量、款式等细节也会更加细心,这些都可以成为增添亮点的附加值。细数国内知名企业,他们都在马不停蹄地

“均利石材算是较早建立法务部的石材企业,我们对每份合同都要先进行风险评估,然后再决定做与不做,此举可有效规避回款风险。”均利石材总经理陈彩霞说。除此之外,不少规模化的石材企业也积极运用原有资源,逐步向高档石材工程业务倾斜,华辉、康利等石材企业都自建了豪华的体验馆,方便高端客户进行直观的选材。“拿到设计图纸后,我们会根据建筑本身合理标注石材的用料和用量。”刘民泽说,这种深层次的设计服务方式有利于提升企业的附加值,已经日渐在石材行业中流行起来。

## 酝酿组建石业联盟

作为国内最大的石材集散地,南安现有 1000 多家石材企业,一些小企业低价竞争、破坏环境的行为,对整个产业的良性发展极为不利,行业整合势在必行。为此,南安市在今年初正式出台《关于打造国际石材之都的若干意见(试行)》(以下简称《意见》),希望以此推动南安石材产业的发展,打造国际石材之都,形成大集团、大产业、大品牌、大联盟、大商贸的产业发展新格局,力争到 2015 年,石材产业的工业总产值达 500 亿元以上。“从融资到参展,全面助力石材行业发展,最终形成合力发展航母。”南安方面表示,力争在 3 年后,组建 10 家集采矿、研发、加工、贸易、装饰、展示于一身的大集团。

# 商务部称全年外贸预期目标能实现

□ 胡健

“从 5 月份海关进出口统计数据和 6 月份商务部门掌握的、监测的企业进出口情况来看,我国外贸正在朝着稳中求进、稳中有增的方向稳步发展,也朝着预期的目标稳步发展。”近日,商务部新闻发言人沈丹阳在新闻发布会上表示。

此前海关数据显示,1-5 月,我国进出口比去年同期增长 7.7%。其中出口增长 8.7%;进口增长 6.7%。

值得一提的是,5 月当月,我国进出口总值为 3435.8 亿美元,增长 14.1%,单月进出口规模刷新去年 11 月创下的 3341.1 亿美元的历史纪录。

“1-5 月外贸增长总体上还是相对低速,特别是 1-4 月份的增长更低一些,这是在多种因素相互叠加作用下出现的。”沈丹阳表示,国内要素成本的上升,外需的萎缩,以及贸易环境的恶化,是导致出口低速增长的主要原因。

但 5 月份外贸增长出现了回升势头,沈丹阳说,尽管这一势头还不是特别明显,但已出现了可喜的迹象。说明自去年以来国家采取的一系列稳外贸、稳增长措施见到了初步成效,取得了积极效果。

据记者梳理,自去年底以来,国家外贸政策逐步向稳出口一端倾斜,在 5 月 23 日的国务院常务会议上,还特别提出要稳定和完善的出口政策,支持企业积极开拓市场,努力保持外贸稳定增长。

沈丹阳说,如果世界经济不出现进一步的恶化,国外需求不出现大的逆转,只要我们在“稳增长、调结构、促平衡”三个方面同时下功夫,全年进出口总额 10%左右的预期目标是可以实现的。

中国社科院世经所高凌云博士告诉记者,6 月数据基本会延续 5 月趋势,考虑到生产季和消费季因素,中国 6-10 月进出口走势会呈现良好的走势,11-12 月可能会略有回落。

5 月进出口增速同时上双,大幅好于此前业界预期,由商务部发布的 FDI 数据也有喜人表现。5 月当月,外商投资新设立企业 2245 家,同比下降 6.11%,实际使用外资金额 92.29 亿美元,同比增长 0.05%。前 5 月,外商投资新设立企业 9261 家,同比下降 12.16%;实际使用外资金额 471.1 亿美元,同比下降 1.91%。

沈丹阳说,1-5 月份中国实际使用外资同比略有下降,但 5 月份的数据是正增长,虽然只有 0.05%,但这已经是年内月度同比第一次正增长。如果从去年算起,5 月份已结束了连续 6 个月单月实际使用外资下降的局面。

“这表明随着中国政府不断完善应对外部经济危机和扩大内需的政策措施成效的显现,以及随着经济稳步向好的趋势不断巩固,外国投资者加快了对华投资的决策和投资的进度。”沈丹阳说道。



如果说质量、技术是企业安身立命的有形资产,那么品牌则是带来“溢价效应”的无形财富。

# 以质谋变 外贸鞋企疾呼创新

□ 刘新萍

质量——一个在鞋行业经常讨论的话题,同时也是制约企业发展的瓶颈。外部环境依然严峻,越来越多的外贸鞋企形成同样的共识:外在因素无法左右,唯有从质量、技术、品牌等内因入手,深度挖掘自身潜能,才能求得生存、完成蜕变和发展。

## 质量=高标准+诚信

谈到产品质量,这已是鞋行业的老话题,也是外贸鞋企不容忽视的因素,据悉,目前外贸鞋企无一例外地将其摆在首要位置。质量是企业的立足之本,特别是制鞋这种

传统行业来说更有深刻的意义。

奥康作为国内乃至国际知名品牌企业,更多的还是以质量赢得消费者。我国中小型鞋服企业众多,但真正走向国际化的企业寥寥无几,关键因素还是在于没有过硬的产品质量,更没有自有品牌。质量不仅是企业和产业核心竞争力的体现,也是一个国家文明程度的体现。

“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,今年来原材料价格不断上涨等导致人工成本上升,也制约了企业的发展。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,在石狮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,

在产品、技术、品牌上创新。对于康奈而言,创新也是一门需要认真对待的功课。“康奈通过技术创新,提升外贸出口产品的技术含量,开展了以舒适为核心的一系列技术研发,如针对白领阶层开发的商务舒适系列皮鞋,采用了微囊透气、吸湿减震、矢量鞋楦等多项专利技术。这些鞋档次高、舒适性能好,有透气、湿、减震等特点。”康奈集团有限公司总经理郑莱毅说。

## 品牌背后的得与失

如果说质量、技术是企业安身立命的有形资产,那么品牌则是带来“溢价效应”的无形财富。对于在国内市场占据半壁江山的鞋企来说,品牌的意义毋庸置疑。目前已经是品牌营

销的时代,企业的竞争就是品牌的竞争,品牌是一个企业的素质、信誉和形象的集中体现。康奈集团有限公司总经理郑莱毅对此深有体会,他表示:“在转变外贸发展方式上,康奈一直坚持走高端和品牌路线。康奈组建了精品生产线,专门承接国际知名品牌的高端鞋订单,平均单价达到 25 美元,比国内平均单价高出好几倍。”郑莱毅介绍说。在品牌效应的带动下,康奈不仅巩固了传统欧美市场的优势地位,而且也在逐步扩张新兴市场份额的版图。2011 年,康奈集团有限公司外贸出口同比逆势增长 47%。目前,康奈海外专卖店达 230 多家。郑莱毅预计,2012 年康奈外贸订单增长将达 30%。