

“义乌·中国小商品指数”简称“义乌指数”，由国家商务部 2006 年 10 月正式发布。指数以 2006 年 7 月为基期，景气指数基点为 1000。“义乌指数”自发布以来，一直都在基点 1000 点以上徘徊。即便是 2008 年受次贷危机影响，最低也不过下探到 1060.82 点。但从 2011 年 9 月开始，指数一路下滑，今年 5 月，创下史上最低点 973.03 点。

据《钱江晚报》报道，最新出来的 7 月份数据是 982.54，指数有触底回暖迹象。

“义乌指数”背后的贸易变局

□ 王婷婷 贝远景 龚望平 沈欣华

已经是夏天了，圣诞还会远吗？这，可不是一句玩笑。对于义乌小商品市场的不少商家来说，夏天本应该已经手握圣诞订单，为大洋彼岸生产过节的众多产品了。可今年，火热圣诞生产季，却有变成“剩淡季”的可能，众多和老外常打交道的外贸老板们纷纷诉苦说订单缩水。

生意到底有多难做？

日本人说：毛巾做薄点吧

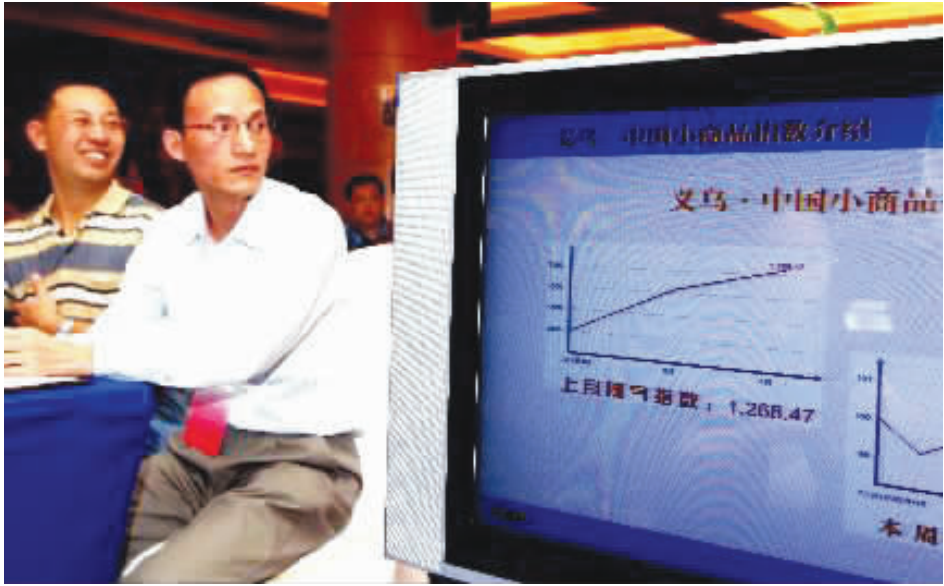
今年是金老板办厂做毛巾生意的第 19 个年头。10 年前，他接了第一单日本生意。“价格不是问题。他们看中的就是质量。”突然碰到这样一个不太在乎价钱的客户，金老板觉得新鲜，他着实费了点功夫，终于拿到了长期订单。

10 年的生意，今年却在悄悄变化。“现在对方下单，一定要求价格更低一些。”金老板和对方讨价还价，说现在原料涨，人工涨，要再降价实在没空间了，“后来，日本客户居然私下下来沟通，价格还是要降一些，要不你们把毛巾做薄一点好了。”

日本的订单好歹还勉强在维持，其他许多欧美订单却已经逃走了。“最好的时候，我这个厂的营业额能够做到近 5000 万，而现如今一两千万已经不错。”

金老板还在撑着，而小朱却已经出局。小朱是地巾生产商，产品主要出口国外，入行的第 8 个年头，他终于决定转行，现在他出租了厂房，8 月底前必须清出所有存货。

“地巾行业利润很低，大环境好时，净利润稍微高点，能到 7-8%，现在毛利都只有 5%，甚至更低，只够养养工人。”小朱说，原来



厂子晚上还要加班，而今年白天有的时候都只开一半机器，新客户更是只有询价、打样，没有下单的。

义乌指数中，专门有一项针、纺织品类景气指数，这一数字一路下滑，今年 7 月份，已经跌到最低的 957 点。

生意为什么这么难做？

成本人工都在涨，就是订单数不涨

为什么这么艰难？义乌针织行业副会长、义乌知名内衣企业“顺时针”总经理秦皇娣说，其实主要原因不外乎几点，成本、销路，还有资金，而这也是所有依靠廉价劳动力为主的企业都存在的问题。

人工正在变得越来越贵，“去年保底是每个月 2000 元，今年要 3000 元了。”秦皇娣说。面临转型的义乌企业，还面临一才难求的尴尬。“同样的人才，与杭州相比，要多一倍

的工资。”为了尽快发展电子商务，当地一家企业要招一名电子商务总监，该职位在杭州月薪基本为 8000 元，但因为要到义乌工作，工资就要翻 1 倍。

同时涨的，不光有人力成本，还包括融资成本和原料成本等。

外困：欧洲订单少了不少

世界经济打个喷嚏，义乌就会发烧

“很多企业都说，外贸订单少了，特别是来自欧美和中东的。”秦皇娣的说法，也得到义乌商贸局数据的证实。

从出口市场来看，今年上半年，义乌对欧盟自营出口持续低迷，同比增长仅为 2.24%，较去年同期大幅回落 21.65 个百分点。中东市场，对伊朗的自营出口同比萎缩 18.68%，出口增速比去年同期回落 35.42 个百分点。

义乌市商务局外贸科相关负责人坦言，

欧盟市场一直是义乌最重要的出口市场之一，但目前欧盟主权债务危机正在从希腊等边缘国家向意大利、西班牙等核心国家扩散，欧盟市场消费信心明显不足，市场复苏尚遥遥无期，短期内难以成为义乌出口的有效增长点。

生意到底还能怎么做？

做自己人的生意，做网络上的生意

“虽然现在不太景气，但未来我还是保持乐观。”义乌日用品行业协会副会长、双童日用品有限公司董事长楼仲平信心依旧。

在楼仲平看来，义乌市场 30 年所积累的物流、商品流、信息流等优势，是其他地方短时间内无法取代的。目前的冲击主要来自于东南亚、印度等劳动力成本相对较低的国家和地区，但应该看到，这些国家在产品制造、研发等产业配套方面，还要比我们落后得多，所以义乌市场还是有自己的优势。只不过，现在要研究把这些优势，转化成实实在在的订单。

企业转向电子商务，网上开店，开发国内市场成为义乌企业转型的首选。“顺时针”就受益于电子商务。顺时针今年的订单比去年同期增加了 30%，这在行业普遍不景气的情况下，自然显得格外亮眼。

“我们投入人力、物力到电子商务后，来自网上的订单呈爆发性的增长！”秦皇娣说，在去年电子商务只有七八百万的营销额，而今年预计有 4000 多万，成长了 4 倍。而这一收获也让“顺时针”这一传统企业看到新的希望，“线下做得好的企业，没有理由放弃线上市场，一旦投入，往往销量和业绩都会呈现爆发。”

分享奥运蛋糕 外贸电商很给力

□ 段周媛

统计显示，在伦敦奥运商品中，5 类毛巾床上用品、19 类杯子、11 类玩具车、190 类别针、23 类服装、4 类毛绒玩偶吉祥物以及共 18 类徽章、腕带和手环均由中国制造。伦敦奥运会的纪念品中，中国制造的产品就达到了 65%。

据《市场导报》记者了解，从赛场上飘扬的旗帜，到运动员的背包以及各式各样的小商品，都通过阿里国际业务平台走进了英国伦敦。

以独特炫目的设计、时尚撞色搭配的荷兰代表团，堪称本届赛事最美女代表团。而这支最美女代表团的所有包类装备，皆由阿里出口通会员福建泉州一博公司生产。一博是著名运动品牌 Asics（爱斯克司）全球供应商。公司负责人范劲锋表示：“这次为奥运会代表团配备了双肩背包、手提包、旅行包等各类大小装备包共 18 万多个。”

位于浙江武义县的旗帜生产商金氏实业公司，是 2008 年北京奥运会国旗供应商，也是阿里巴巴出口通会员。总经理吕珠园自豪地说：“伦敦奥运会的旗帜，我们做



了大大小小 4000 来万面。伦敦奥运会飘扬的各国国旗中，每 10 面国旗就有两面是我们生产的。”

同样，浙江商林进出口公司的楼志桥也通过阿里国际业务平台接到了奥运折叠椅的订单。英国大超市 Dunelm 在短短几个月内，下了 11 个订单，采购了价值 250 余万元的折叠椅，而其中大部分用于伦敦奥运会。

而上述成功都得益于电子商务打开市场大门。

浙江茂森旗帜是中国最早试水电子商

务的外贸企业之一。企业负责人吴传木表示，茂森 90% 以上的业务都来自阿里国际业务平台。

福建一博公司也是电子商务的受益者之一。借助阿里国际业务平台，截至目前，一博已经承接了 18 个世界知名品牌。公司负责人范劲锋表示，传统的代工模式留给中国中小型外贸企业的空间很小。建立渠道和品牌需要大量精力，过度依赖中间商又增加了企业风险。企业通过电子商务平台了解到一线客户的需求，敲开了奥运的大门以及全球市场的大门。

上半年我国实现进出口总额 18398 亿美元

7 月 31 日，工信部公布了 2012 年上半年我国进出口情况。数据显示，今年以来，我国进出口总体保持平稳增长，呈现低位回稳态势。

据海关统计，上半年，全国实现外贸进出口总额 18398 亿美元，同比增长 8%；其中，出口 9544 亿美元，增长 92%，进口 8855 亿美元，增长 6.7%；贸易顺差 689 亿美元，同比扩大 56.4%。

其中，轻工产品出口增速大幅加快，纺织服装出口增速回落。

主要机电产品出口额保持较高增速。上半年，机电产品、高新技术产品分别实现出口额 5502 亿美元和 2718 亿美元，同比分别增长 10.5% 和 7.9%。机械产品中，摩托车、电动机及发电机出口额同比分别增长 59% 和 11.6%。电子产品中，手机、计算机自动数据处理设备和集成电路出口额同比分别增长 23.9%、11.6% 和 18.6%，电视机出口额下降 7.7%。 (楠楠)

海南 33 措施促外贸平衡发展

海南省商务厅近日制定相关实施意见，将采取 33 项措施，从商务、海关、财税、检验检疫、港口物流等方面促进外贸发展。这些措施涉及资金扶持、提高通关效率、改善港口物流条件等。

其中，在资金扶持方面，将充分利用外经贸区域协调发展促进资金进行贷款贴息或无偿资助，重点扶持先进技术设备、关键零部件、能源、原材料等产品进口，鼓励和引导企业加大出口产品研发、自主品牌培育等；充分利用外贸公共服务平台建设资金，支持外贸公共服务平台建设；利用中小企业国际市场开拓资金，大力扶持中小企业参加境内外知名展会、创建品牌、获取国际相关认证；充分利用省外贸发展专项资金，重点支持出口水产品备案基地建设和出口农产品质量安全示范区建设；支持和鼓励有条件的企业赴境外投资办厂等，对赴境外投资企业的前期费用、办厂成本费等给予一定补贴。 (罗霞)

外贸将为货代业提供广阔空间

在日前由中国国际货运代理协会、国际商报社联合主办的“2012 中国国际货代物流发展论坛”上，商务部部长助理仇鸿指出，国际货代物流业是运输服务贸易的重要环节。国际货代物流既服务于货物进出口，其本身又是服务贸易的重要内容，国际货代物流为促进中国对外贸易快速健康有序发展发挥了重要作用。“十二五”期间，中国货物贸易年均增长率将保持 10% 左右。预计到 2015 年，中国货物贸易进出口总额将达到 48 万亿美元

仇鸿说，2011 年，中国运输服务进出口总额为 1160 亿美元，占中国服务贸易的 27.7%，占世界运输服务进出口总额的 6%。中国对外贸易的快速发展，必将为国际货代物流企业提供更加广阔的发展空间。 (国商)

巴西与中国柠檬酸企业首达价格承诺

巴西发展工业和外贸部外贸秘书处日前发布第 52 号公告，决定接受中国 6 家柠檬酸及柠檬酸盐出口企业提供的价格承诺。这是巴西对我反倾销历史上首次与我应诉企业达成的价格承诺。 (小飞)

中小企业如何出击新兴市场？

□ 商意盈

中东、南美等新兴市场已经开始成为中国外贸新的增长点，然而新兴市场法律法规、产品环保要求等因素均对我国中小企业提出了新的挑战。

量增价涨

7 月上旬，在位于浙江绍兴的浙江红蓝绿纺织印染有限公司，来自迪拜的采购商们正在紧锣密鼓地敲定产品的设计和花色。公司董事长陈宇鸣介绍，这几年，来自中东等新兴市场的客户越来越多。

外贸寒冬之下，除了出口转内销外，不少外贸企业已经把眼光投向了新兴市场。这一趋势在浙江表现明显，浙江省商务厅统计数据显示，1-5 月，浙江省对非洲出口增长 21.5%，对欧盟出口则同比下降 6.4%。

位于浙江义乌的真爱集团有限公司主要生产各类毛毯，早在 2009 年便将目光投向了中东和非洲市场。该公司董事长刘元庆说，公司之前的产品主要出口到欧美，但现

在经济形势不好，从 2009 年开始，反而是中东和非洲的销售额一直在提升。

多重“利好”

随着商务部圈定外贸重点 30 国名单，外贸多元化战略将引导中国出口走出阴霾、获得新的增长点。记者在采访中了解到，发展新兴市场面临三大“利好”：新兴市场买家一致看好中国；中国对新兴市场的出口仍然有庞大的拓展空间；同时，政府对新兴市场贸易持支持鼓励态度。

据环球资源提供的“环球资源采购交易会”孟买展及南非展统计数据显示，两次展览共计吸引了 850 位非洲买家及 520 位印度买家的参与，96% 买家表示 2012 年将增加在中国的采购量，其中，41% 表示增幅在 40% 以上；25% 则表示中国是他们唯一的海外采购基地。

据介绍，目前非洲存在缺电的现状，对于应急灯、节能灯等产品的需求量非常大；与此同时，巴西对消费类电子产品的需求量庞大；电子元器件产品则在印度市场拥有广



阔的发展前景；中东地区市场则对五金产品、家居用品及礼品的需求量高涨。

如何“走出去”

环球资源发起的“开拓新兴市场”调研结果显示，新兴市场对于中国供应商来说依然是一个相对陌生的环境，在开拓市场的过程中存在很多挑战与困难，其中包括不了解当地市场和产品需求（63%）、不熟悉当地商业管理、法律政策及文化习俗（62%），很难找到具有丰富经验的当地买家作为合作伙伴（59%）等。

据了解，在很多新兴市场，都有一些强制

性的标准和法规，除去政府立法，全球主要的国际品牌会为了体现企业的品牌定位、社会责任、环保意识等等，对供货商提出一些差异性要求，还有一些大买家会根据行业内公认的标准向合作者提出超过法律法规的要求。

浙江省社科院经济研究所教授傅允生建议，面对这么多复杂的法规和标准，企业除了可以通过互联网获得相关信息外，还可借助专业的第三方机构，以便及时高效地获取全球各市场的相关法规、标准、要求、外汇政策等信息，掌握行业动态，创立自主品牌，更好地规避可能因为违反相关法规而带来商业风险。

