

# 浙江外贸积极应对订单转移 抢订单,不抢一时重长远

本报记者 拜喆喆 段琼蕾 夏丹



2022年11月,宁波企业参加墨西哥相关展会。



跟着宁波市江北区商务局出去“抢”到订单后,宁波水表(集团)股份有限公司生产车间日益忙碌起来。



2022沙特国际贸易展览会暨金华品牌丝路活动现场。

12月15日,126家杭州企业启程赴迪拜拓市场抢订单。杭州市委副书记、代市长姚高员到机场送行时说:“逆风而行才能向阳生长。我为你们积极开拓国际市场的勇气点赞,为你们‘逆风而行’抢订单加油鼓劲!”

不独杭州,进入12月,尤其疫情防控措施优化调整后,浙江各地赴国外抢订单的商务团前赴后继。一个“抢”字,背后既有对订单转移的担忧,更有夺回订单开拓市场的豪情。订单转移是怎么回事?我们能否顺利抢回订单稳住市场?浙江企业将如何应对这场考验?

最近,记者采访了一批勇抢订单的浙江企业,一起来看看他们的经历。

## 订单“东南飞” 成本优势难再

2022年,全球经济面临巨大冲击。全球经济优等生德国,30年来首次出现贸易逆差。我们的邻居日本、韩国,也纷纷出现贸易逆差,韩国更是25年来首次连续8个月出现贸易逆差……工业强国出口低迷,各国消费需求骤减。

随着海外疫情防控放开,东南亚地区工厂恢复生产,一些原本下在浙江的订单,也因为国内疫情暴发、海外物流不畅等原因,流失到了东南亚等地。浙江外贸企业,清晰地感受到了压力。

“今年我们大概有40%左右的订单,被东南亚同行抢走了。”嘉兴瑞丽家纺董事长费中富,刚飞赴德国参加了法兰克福面料展。他坦言,企业订单转移的压力比较大。

在厨具外贸企业聚集地金华永康,当地一家小家电企业相关负责人向记者介绍,今年8月、9月订单开始明显下降,目前第四季度订单同比仍有少量降幅,且目前尚没有恢复迹象。“和客户沟通时,我们了解到,许多客户今年的订单都下到了越南、土耳其。”这位负责人说。

以前,对欧洲客户而言,金华的产品有价格优势,而疫情暴发后,海运费高企,货运成本在整体成本中占比变高。如从中国出口到欧洲,同样的集装箱货柜运费价格已飙升到8000美元左右,但在土耳其只要2000美元。同时,在海外放松疫情管控后,欧洲客户更倾向于下单给供应链趋向稳定的土耳其、越南。上述负责人估计,今年第四季度,企业四分之一左右的订单转到了越南和土耳其。

海宁袜业协会有关负责人介绍,当地企业反映,今年有20%至30%的订单被转移。协会还了解到,目前不少东南亚同行已在世界袜机龙头意大利订购袜机。“虽然当地工人和技术团队鲜少受过系统培训,经验不足、不够熟练,但是这都可以逐渐培养起来。”这位负责人认为。

外贸强市宁波同样面临着巨大挑战。数据显示,宁波市外贸企业在手和新签订单指数连续6周低于50%的荣枯线,对美出口连续3个月下降幅度超10%。订单转移趋势带来的压力令人忧心。

记者的老朋友——宁波瑞曼克斯门窗配件有限公司总经理丁言东,就遇到这样一件事:一个采购金额占公司五分之一、合作了多年的波兰客户今年被收购了,而新“甲方”有意换掉素未谋面的中国供应商瑞曼克斯。

丁言东告诉记者,近年来,宁波工厂的土地、人工成本优势渐失,部分海外客户开始“脚踏两只船”。今年3月以来,由于疫情导致物流、线下沟通等诸多不畅,所以波兰客户萌生了不再合作的念头。

丁言东从客户那边得到消息,印度、越南、土耳其的同行越来越主动,积极拓展外贸出口,而且当地的人工成本都较低。“越是形势不好,竞争越是惨烈。”他说。

位于柯桥的一家纺织印染企业,则面临着新增订单的大量流失。由于在细分领域拥有一定知名度,该公司今年的订单还有所上升,可明年的订单情况不明朗。

早在11月,该公司就派出外贸负责人专程拜访欧洲主要客户,合作多年的客户明确表示,希望公司到东南亚建厂,以确保交货不受影响。如果没有此类打算,接下来的订单会逐年减少,直到全面停止合作。此外,客户还向该公司负责人介绍,在东南亚建厂可享受优惠的关税,对双方控制成本都有利。“即便是吃饭、喝下午茶这样的非工作场合,对方也语重心长地谈到建厂的事情。”该公司负责人告诉记者。

## 放大朋友圈 争取更多新客户

疫情中的3年难见面,客户关系不似从前紧密,是部分订单转移的重要原因。浙江外贸人的对策之一是:尽最大努力走出去拜访客户,把订单抢回来。

在法兰克福,费中富如约来到相约的酒店,等待一位老客户。这是双方合作的第八年,今年这笔订单两人已在线上磨了一个季度,迟迟没能敲定。

当阔别3年的老朋友再见,第一时间就是紧紧相拥。“费,你是我这3年见到的第一个中国供应商,我要给你一个圣诞礼物。”老客户所说的这个圣诞礼物,就是一笔50万欧元的订单。费中富喜出望外。

倘若仅仅是时空距离产生的隔阂,还可以重新建立联系。但订单转移中有其趋势性因素,仅靠重新建立联系则是远远不够的。

浙江清华长三角研究院新经济发展研究中心副主任吕淼曾做过一些数据分析,相比10年前,2021年世界500强企业对中国、500强企业的转移必然带来产业链供应链的重构,重构过程中就会出现订单迁移。从世界经济发展史来看,现在的产业转移不是第一次,也不会是最后一次。

那么,在这种趋势下,企业能做什么呢?“放大朋友圈,争取更多新客户和新订单。”丁言东的话,道出不少外贸企业的心声。

12月5日,丁言东时隔3年后来到迪拜,这次他带着满满当当的20公斤行李箱,来参加中东迪拜五大行业展(BIG5)。此行也是他继今年7月参加“宁波商务包机欧洲行”后第二次主动出击,通过加入宁波“百团千万人”开拓市场。

他告诉记者,这次来迪拜是为了开拓中东市场,为明年的订单做准备。因为阿联酋迪拜在中东的位置很重要,它辐射周边多个阿拉伯国家。“这次展会上很多老客户当场下了单,新客户也有一些意向订单,订单总金额100多万美元,大大超出了预期。”丁言东十分感慨,今年客户需求减少,国际上同行竞争更加激烈。

同样将目标瞄准新兴市场中东国家的,还有宁波艾特工具有限公司总经理韩光明。“公司产品主要以欧美市场为主,订

单比重85%左右,但疫情发生以来,企业也加大力度开发具有极大潜力的新兴市场。”他告诉记者,本月已派业务员前往沙特参展。

“沙特市场很大,我们需要找到合适的切入点,看怎么去匹配当地的需求。”为了进入沙特市场,韩光明已经做了深入研究——沙特是比较富有的国家,石油储备丰富,人口3617万(截至2022年9月),相对来说消费基数比较大。这个国家长期以石油为经济基础,自2019年旅游业开放之后,经济处在高速增长期,但当地的制造业薄弱,几乎所有产品都依赖进口。综合来看,比较适合企业去开拓市场。

参加中东迪拜五大行业展的还有宁波康达电子有限公司总经理陈渊,这是他3年来第一次走出国门参加行业展会。“公司原以欧美订单为主,但今年受中美贸易摩擦、疫情反复和全球通胀等超预期因素影响,订单比往年回落了30%以上。迪拜有10年以上的合作客户,但出口占比不到5%,合作空间很大。”他告诉记者,除了在阿联酋等国家积极参行业展、拜访商协会,他还去了印尼和日本,抢抓海外经济复苏的窗口期。

除了政府组织,一些宁波企业也已开始行动。早在今年9月,为了完成企业订单量年增长30%的目标,宁波外贸重点企业之一的凯越集团就打响了“百团大战”,即派100个业务代表团出访100个国家的1000座城市,目前行动已接近尾声,派出的代表团都有收获。

今年11月,宁波市江北区商务局带领区内外贸企业去墨西哥和日本开拓市场。“一定要走出去,而且要奔着企业的需求和市场的方向走。”相关负责人表示,当前欧美市场不振,拓展新兴市场更需要线下展会的撬动。到了墨西哥后,他们组织江北企业参加第十届墨西哥中国投资贸易交易会,现场达成意向订单约3000万美元。

就在这次展会上,一家江北企业带去的样品,现场就卖完了,墨西哥莫雷洛斯州的经济部长还特意帮这家企业在推特上做了宣传。这说明宁波的日用消费品在中北美洲挺有市场。



嘉兴瑞丽家纺董事长费中富(右二)与德国客户洽谈。

## 靠产品说话 把压力化为动力

“要不要去海外办厂,我反反复复思考了很久。目前这种形势下,这一步恐怕不走了。”前文提到的柯桥某印染企业负责人坦言,目前,他正通过多种途径,在越南物色合适的产业园区和厂房。“为了稳住欧美订单,公司打算先在越南租赁一个合适的厂房,如果运转下来还不错,再考虑在越南拿地建厂房。”

无独有偶,陈渊也打算到印尼开办工厂,并对印尼市场进行了重点考察。近年来,不少有实力的浙江外贸企业开始考虑在海外设厂,尤其是鞋服、厨具等传统制造业,更愿意选择在东南亚尤其是越南设厂,因为可以享受一些优惠税率,继续承接欧美订单。

浙江大学产业中国与全球经济政策研究中心主任、国际经济研究所所长顾国达认为,从跳出浙江发展浙江的角度来说,企业在海外设厂对外投资是正常现象;随着人民生活水平的提高,劳动力比较成本上升是客观存在的。这些变化,其实都符合我们对于高质量发展发展的要求。不能唯外贸数据论,而要综合考虑这一波产业转移中,对外投资等给经济发展带来的系统性长线价值。

一方面,可以考虑到海外设厂,另一方面,还是要靠产品说话——这是许多企业共同的想法。

今年7月拜访一位欧洲老客户前,丁言东做了充足的准备。他仔细复盘了这位客

户历年的需求与痛点,想起客户曾提出过一个工艺设想——外遮阳棚每次打开很费劲,能否有更省力的办法?因为当时公司技术达不到而未实现。这一次,公司组织专门力量,安装了新的变速齿轮箱,让外遮阳棚可以快速开合,而且价格没有上涨。功夫不负有心人,得益于这一技术改进,丁言东最终和这位老客户签下了200万美元的订单。

“我们更大的筹码是,宁波有完整的产业链配套,有便捷的集疏运网络,还有政府部门助企纾困,屡屡在全国开先河的真招实招,这一系列优势不是一朝一夕形成的,又岂是一朝一夕就能被替代?”丁言东坦言。

他告诉记者,抢回一些订单后,公司正在统筹原材料采购,安排生产计划,距离春节放假已不到一个月了。

“对当下的浙江外贸企业来说,稳住传统订单拓展新订单,是头等大事。但对浙江而言,我们追求的不是一时一地的外贸订单争夺。一分为二地看,其实订单转移也会变相给浙江企业在要素配置、技术升级、成本控制、商业环境等领域施加进步的推动力。”吕淼认为。

顾国达也认为,在这一轮订单转移中,有些问题值得深入思考。比如:劳动密集型行业如何向高新技术产业转型,怎样把短期的压力转化为长期动力,怎样通过腾笼换鸟提高浙江产业的技术含量。



12月15日,拓市场抢订单“海外杭州”迪拜站出行仪式在杭州萧山国际机场举行。图为一家企业代表为出行迪拜的同事(前排右)送上大吉大利红包,预祝旗开得胜。

本报记者 魏志阳 姚颖康 拍摄 高娅娜 摄  
(本版图片除署名外均由受访者提供)

## “抢单”手记

## 为企业“走出去”做好服务

戴雪嵘 宁波市江北区商务局局长

全球经济终将走向复苏,个中机遇要靠我们主动争取——一定要走出去。特别是当前欧美市场不振,拓展新兴市场显得尤为重要。

前段时间,宁波市江北区商务团前往墨西哥、日本,通过政府的对接和助力,为企业拓展新兴市场提供了有力支持。

企业参展,离不开开展企业搭建的展会平台。这次墨西哥展的策展单位,在墨西哥深耕10年,与当地商会、采购商有深厚的合作,为企业订单的达成奠定了坚实的基础。他们还远赴智利,为明年智利展做前期准备。可见,我们也要加大对参展企业的政策支持力度,引导企业在境外构建布局更加合理的营销网络,为外贸企业打通拓市场的“最后一公里”。

宁波此前包机送企业出国拓展市场,

现在又出台系列政策举措支持“百团千万人”出境,凸显了稳订单、拓市场、增信心、抢先机的决心。江北区也在宁波市商务局的引领下,加大支持企业出境拓市场的力度,畅通了企业出境的“绿色通道”。我们要谋划好、储备好支持企业“走出去”的政策和举措。

下一步,我们还将全力支持企业在重要市场布局常年展示点,如在中国宁波出口商品(德国)常年展示中心设立江北展区,并围绕RCEP、南美、中东等新兴市场,全力组织企业组团参与相关展会。相信通过政府引领、企业聚力、多方联动,宁波外贸必将迎来新的发展机遇。