

我国传统小微企业的底气来自哪里

——浙江嘉兴濮院毛衫创新园外贸企业调研

阅读提示

不久前,美针对我国出口商品实施新的加征关税措施,这其中就包括纺织行业。作为一个“古老”的传统行业,纺织业的利润空间本就有限,关税的加征对企业的影响大吗?在浙江嘉兴濮院毛衫创新园,多家外贸企业通过提升产品竞争力、拓展全球新市场、提升对客户的服务能力等方式,不仅化解了关税上涨带来的风险,还收获了更多的客户和订单。请跟随经济日报记者走进濮院毛衫创新园,一探究竟。



濮院毛衫创新园打造的世博原创中心。

9月8日早晨,小镇工业园区的酒店里,自助餐厅的煎蛋窗口前排起了长队,其中不乏说着日语和韩语的客商。位于浙江嘉兴的“中国羊毛衫名镇”濮院镇,早早迎来了羊毛衫的采购旺季。

1个亿的“小目标” 产品竞争力强,不愁没有生意做

“我的目标,至少1个亿!”梁文美不是王健林,4年前,她刚刚接到人生中的第一个外贸订单——500件羊毛衫。此前整整两年,她的外贸公司没有一分钱进账。但在梁文美眼里,公司年营业额达到1亿元,仅仅是个小目标。

20多年前,刚刚结婚的梁文美和苏明渊夫妻俩,怀揣着300元钱,离开四川老家到广州,开始了拼搏闯荡。他们在工厂织过毛衣,在出租房里摆弄过织机,在批发市场开过档口。

2005年,梁文美敏锐地发现,广州市场上突然出现了一群客户,他们操着同样的口音,拿起货来数量惊人。几经打听,梁文美第一次听说了“濮院”这个浙江小镇的名字,她当即决定,离开老市场广州,到新市场濮院闯一闯天下。

在濮院开了几年门市后,爱折腾的梁文美又有了新的想法——“我要做全球的生意,把羊毛衫卖到外国去”。2013年,梁文美拿出自己所有的家当,成立了专营外贸生意的浙江康盈服饰有限公司。

然而,隔行如隔山,一点外贸经验都没有的梁文美整整喝了两年的西北风。



濮院毛衫创新园一角。

转机出现在2015年。“我要感谢我的第一个客户,是他教会了我怎么做外贸生意。”那一年的广交会上,梁文美接到了来自加拿大的第一个订单,500件羊毛衫,金额2万多元。之前做惯了个体户的梁文美不知道什么是形式发票,也没见过任何正规表格。“加拿大客户发来的每一封邮件、每一个表格我都赶紧保存起来,照着样子学,生意就是这么学来的。”梁文美说。

很快,梁文美把生意做到了美国。“2015年,我接到了美国TJX公司的订单,也是500件。这是一个大品牌,后来我们的合作越来越多,现在他们给我的都是一年十几万件的大订单,以后量肯定还要继续加大。”梁文美告诉记者,从那时起,她和美国客户的生意越做越多,去年公司1600万元的营业额中,美国的订单占到了60%。

当记者问到,面对关税的加征,是否担心客户的稳定和利润前景时,爽朗的梁文美大声说道:“加税就加税,对我没有多大影响,我也不担心。首要的一点,我的产品款式独特,我每年花大量的费用投资在款式开发上。而东南亚国家很难做出这些款式,美国客户没办法更换供货商。”

正因为自己的产品不走同质化路线、拥有较强竞争力,所以梁文美在和客户谈判时,话语权也比较强。“我为什么不担心?第二点就是因为,我所有的外贸订单都是按‘离岸价’进行交易。也就是说,我只要把货发到上海的港口就完成任务了。上海港口以外的运费、关税等价格都和我没有关系。”梁文美说。

那么,新增的关税成本到底谁来承担?美国客商会不会因为利润降低而减少来年的订单?“他们只好涨价了,最后还是美国消费者为关税买了单。”梁文美告诉记者,她的美国客户不仅一个没丢,还新增了不少,今年上半年,她的公司甚至实现了同比增长80%的骄人业绩。

8月13日,在拉斯维加斯的服装展会上,梁文美的收获前所未有的丰厚。“客商对我的产品非常感兴趣,当场下单、拿样品的客户不少,我的邮件回复率也破天荒地达到了50%,预计有五六家企业能转化成长期客户。”梁文美笑着说:“今天早上我在银行办事的时候,就接到一个来自美国的电话,说10月份要来我们公司看产品,这就很有合作的希望啦。”

对此,爱折腾的梁文美并不满足,新的计划已经破土而出。为了更加接近客户,梁文美上个月刚刚在洛杉矶注册了分公司,这样就可以在美国开拓更大的市场。

“市场这么大,无论发生什么摩擦,只要产品好不愁没有生意做。我相信,1亿元的小目标,用不了多久就能实现。”梁文美大笑着对记者说:“一切都只是刚刚开始!”

一周来了三拨日本客户 开拓新兴市场,走品牌化发展路线

一件毛衣,翻来覆去居然找不到一个接缝。在嘉兴华丽毛衫科技开发有限公司样品间,记者发现,这里的毛衣正反两面都可以穿,因为衣服里外两面都没有接缝。

走进濮院毛衫创新园的智能织造车间,记者明白了其中的原委。“传统织毛衣,是先由针织横机织出两条袖子和前后襟,然后再由套口工人手工将这4个毛衣片子缝合起来,自然就会有接缝。而利用最先进的一体成型无缝机,只要制版师写好程序,毛线一接,机器就可以织出一件完整的毛衣,一条接缝都没有。熨烫包装之后,就可以直接出货了。”华丽毛衫公司总经理沈晓琦告诉记者。

没有接缝,只是这种机器的优势之一。“由于省去了人工套口的环节,利用一体机可以节省人力成本、缩短生产

时间,更重要的是,可以避免人工操作对质量统一的影响,产品附加值能增加三分之一左右。”沈晓琦指着样品间里的毛衫说:“这些一体机生产出来的毛衫在商场里能卖到1000多元,甚至2000多元的价格。”

好机器,自然好价格。这种德国品牌的一体机售价高达58万元,再加上制版师、挡车工的高薪引进和培训,一个成规模的车间至少需要数千万元的投资。

“这个投资非常值得,我这批新衣服,在日本市场很受欢迎,目前已经接到不少订单了。”沈晓琦告诉记者,过几天,她会把这些样衣带到欧洲去看看市场反应。

长着一张娃娃脸的沈晓琦,进入毛衫外贸行业快10年了。头几年,她接的订单主要来自沃尔玛等美国大超市,绝大部分都是“跑量型订单”,这些订单数量大、利润薄,对价格十分敏感。后来随着国内人力成本和原材料价格的上涨,这类订单逐渐转移到了孟加拉、越南、柬埔寨等国家。

2015年,沈晓琦开始组建研发团队,招揽设计师、投资建制版房,告别了“价格战”时代,转而在产品质量上做文章。在慢慢放弃美国“跑量型订单”的同时,沈晓琦在日本、意大利等新市场中获得了不少“小而精”的优质订单,利润空间也随之有了提升。

“目前,我们公司美国订单的比重已经下降到了百分之十几。这次美国增加关税,对我们有影响,但是可以承受。”沈晓琦告诉记者,得知加征关税的消息后,她和美国客户做了沟通,但是结果不太理想,对方要求她承担大部分的关税成本。

“好在我们早已开始转型,提升产品档次、开发新兴市场。就在这一周,前后有三拨日本客户到我们公司来选样,他们看中的都是附加值比较高的产品。”据沈晓琦介绍,华丽毛衫公司去年的营业额在6000万元左右,今年虽然有部分订单会受到美国加征关税的影响,但好在其他市场的份额和利润空间都在不断提高,因此预计今年的营业收入并不会下跌,而是与去年持平。

在不断开发外贸新市场的同时,沈晓琦也把眼光投向了国内。“内销和外贸市场完全不同,做外贸代工,只要根据订单要求来生产就行,不需要直接面对消费者。而做内销,则对品牌、设计、服务能力提出了更高要求。”沈晓琦说,有了前几年的转型经验后,她对自己的产品越来越有信心,去年注册了两个品牌,准备开始深耕国内市场,走品牌化发展路线。

午餐时间,沈晓琦并没有闲着,她和从意大利米兰留学回来的妹妹对着手机屏幕,不停地“指指点点”,研究着她们的网络店铺如何能够再改进,让自己的产品和品牌打动消费者。

“这个价格我不做” 角色转变带来话语权和议价权提升

临近正午,沈强坐在老板椅上向外望去,落地窗外一片光明开阔,更为舒畅的是他的心情。2016年,他创办了桐乡市新迪尚时装有限公司,当年营业额为1100万元,第二年猛增到4300万元,第三年再翻一番,达到9700万元。而今年前8个月,公司营收早已突破亿元大关。

来,华新实业集团又斥资5.3亿元,在园区内兴建了世博原创中心和世博酒店,为园区打造了高端展示平台,吸引了更多的客商前来。

未来道路它能创。转型升级意味着设备的更新和人才的升级,这两项都需要大成本的投入,单个的小企业往往无力负担。秉持共享原则,园区计划投资数亿元打造拥有2000多台先进设备的智能生产车间,如今第一批42台设备已到位,园区企业的数字化生产能力被提升了一大步。面对小企业养不起大设计师的困境,园区打造创意设计大楼,从世界各地引进数十个设计团队,并通过发放设计券的方式,鼓励企业与原创设计师合作,提升企业产品开发能力。

企业发展主要依靠内功修炼,但一个高眼界、强保障的园区却能够让企业突破自身局限,在高质量发展道路上走得更远、更扎实。



挡车工在智能织造车间操作一体成型无缝机。

这种“火箭式”上涨的业绩确实让人惊讶。带着疑问,记者走进了沈强的公司。开阔的空间里,满眼都是身着时尚的塑料模特和墙上的一幅幅设计图,透露出浓浓的时尚气息。

“市场波动没那么可怕,我们有实力选择优质客户。”沈强告诉记者,2016年之前,他在其他外贸公司工作时,主要接的是美国的低价订单,纯粹拼价格,毛利率甚至低到只有5%。“那时候公司欠缺产品开发能力,完全照单生产,为了多赚5角、1元钱,承担着巨大的风险,稍有风吹草动就有可能做亏本买卖。如果那时遇到贸易摩擦,破产的公司一定不少。”

正是看到这一点,自己成立公司的时候,沈强坚决不接低质量的订单,而是靠“定向设计”立足。与原设计不同,“定向设计”更多强调的是对客户的服务能力。

“针对一个大客户,我们会配备至少10个人的团队。客户只要提出方向性的需求,我们就会结合最新流行趋势,提出多种设计方案,包括款式、颜色、选料等。”沈强说,他们从下游的生产环节,向上延伸到了市场调研和设计领域,这样一来,就不仅是单纯的代工角色,而是成了客户的合作伙伴。

代工厂能随时替换,合作伙伴可不容易寻找,角色的转变带来了话语权和议价权的提升。“原来走来样、打样、报价、生产的路子,主导权完全在客户手里。现在,我们成了多个环节的参与者,话语权自然提高了。如果对方给我压价格,我可以毫不客气地说:‘这个价格我不做’。”沈强告诉记者。

服装行业看似传统,却最要求快速反应和创新。时尚的款式转瞬即逝,更新速度极快,如果在设计和生产上做不到快速反应,就谈不上竞争能力。“以我的客户ZARA为例,它是时尚快销的典型,如果像过去打一件样衣就得花一两个月,什么潮流都过去了,价格再低,对方也不会来合作。”沈强说,依托当地完备的产业链和强大的服务能力,他的公司最快一天之内就能拿出样衣供客户选择。

“与我国企业不同,东南亚国家企业的生产周期比较长。首先,从原料上讲,东南亚国家一般只备常规纱线,大部分的纱线,尤其是时装类的,还得从中国进口,这就会增加大量的运输时间。其次,我们企业的管理水平和工人效率都明显更高。”沈强说,这也正是我国纺织行业不可替代的重要原因。

练就自身本领,自能化风险于无形。“我们公司的优势摆在这,国家的减税降费力度也很大,中美经贸摩擦影响不大。美国的订单本来出货期在9月,得到加征关税的消息后,客户通知我们提前发货,不走海运走空运,多出来的运费由对方承担。到最后,出这笔钱的还是美国消费者,本来卖10美元的衣服,估计会涨到11美元。”沈强说。

“但是对于那种打价格战的普通加工厂,影响就会很大,新增的关税,他们承受不起。如果美国进口商被关税打击到经营不良甚至破产,导致恶性打折,或者取消订单,风险就更大了。”沈强认为,这其实是一次洗牌,也是一次对行业的警醒,如果管理差、能耗高、没有核心竞争力的落后产能就此被淘汰,整个行业会走上一条更高质量的发展道路。

本版撰文/摄影 本报记者 李哲

本版编辑 王宝会

电子邮箱 jirbydc@163.com

调查手记

无惧关税大棒,底气来自蝶变式成长。无论是从个体户到1亿元的“小目标”,从来样加工到培育品牌,还是从低价代工到合作伙伴,这些企业都走出了各自的高质量发展之路,而不是追求摊大饼似的低质重复。

对于众多的小微企业而言,蝶变式的成长绝非易事,它需要一种引领来突破思维惯性,需要一种土壤来培育新的可能,更需要一个“娘家”,来提供后顾之忧的保障。梁文美、沈晓琦和沈强的“娘家”,就是濮院毛衫创新园。

燃眉之急它能解。小微企业最大的难题就是融资难,银行高高在上够不着,民间借贷成本高。2018年的最后一天,梁文美亟需300多万元的周转资金,眼看截止时间就要到了,园区开发商华新实业集团转来的低息周转资金及时到账,让梁文美悬着的心终于放下。资金就

“破茧成蝶”的传奇

是企业的血脉,为了让小企业专心致志谋发展,濮院毛衫创新园成立之初就立下规矩:不让企业借一分钱高利贷。这个实打实的服务举措,让每个企业都吃下了“定心丸”。

短板局限它能补。单个企业难以获取全面的市场信息,新的产品概念也难以有效推广。借助大数据,园区建立了智慧园管理系统,通过数据汇集和分析,为企业提供市场需求信息、产品热销动态,以避免企业盲目生产和资源浪费。此外,华新实业集团联合国内最大的羊绒产业集群地河北省清河县政府,力推绵羊绒团体标准,帮助企业推广产品概念、规范市场秩序。

广阔天地它能拓。小微企业发展客户、开拓市场的能力较弱,在有限资源的制约下,它只能一点点地去积累。园区通过打造时尚小镇,吸引了大量的游客前来旅游购物,为小企业拓展了工厂直营店的销售渠道。近年