槽点

的

罪

为

何热

外贸服装企业产品转内销遭遇"四难"——

"质高价低"困局如何破?

经济日报•中国经济网记者 陈发明

1 国务院大督查随访记

一只真丝数码印花3D立体口罩,卖给英国的高端客户,每只售价可达29英镑,但在国内最多只能卖到30元人民币。"定价太高消费者不接受,售价太低企业又不划算。"这是传统外贸企业河南东方丝绸进出口有限公司在今年转内销时面临的新难题。

受新冠肺炎疫情冲击和海外市场环境恶化影响,部分外贸企业经营面临严峻挑战。国办发(2020)16号文指出,各地要通过展会平台支持外贸企业产品内销。10月18日,国务院第七次大督查第八督查组组长钱克明带队实地督查河南省第26届郑交会上的"外贸精品惠购中原"展会活动,与10余家纺织服装企业深入对接,了解政策落实情况和企业呼声。

河南是纺织服装大省,相关市场主体

近17万家,从业人员近500万人,年产值约3000亿元,其中直接出口约占10%,另有大量产品通过东南沿海地区间接出口。督查组发现,外贸服装内销往往会遭遇"质高价低",企业产品出口转内销面临四个难题。

一是品牌培育难。外贸出口企业多以代工、贴牌方式为品牌生产,自有品牌少,在品牌培育、宣传等方面亟待加强,且品牌建设难以在短期内取得突破性进展。一家外贸企业负责人表示,国际品牌"贴个牌就赚走95%的利润",生产企业没有自有品牌,同等质量的产品转内销只能走低价路线。

二是产品转型难。"一些外贸产品的设计、款式属国外客户,转内销需要得到外方授权。"河南振华永盛服装有限公司总经理王继海称,转内销基本是"另起炉灶",从产品规划到趋势研判,再到市场营销,需要全链条操作,做内外贸产品需要"两班人马"。多家企业负责人认为,按照国外标准生产的服装,在尺码,款式、穿用习惯、审美标准等

方面与国内需求有差异,转内销需要调整产品类型和生产线。

三是销售定价难。"我们一些在国外市场很受欢迎的产品,在国内消费群体小,价格也大幅降低,卖不到国外价格的十分之一。"东方丝绸进出口有限公司副总经理张铭说。同时,多家企业分析说,目前内贸服装市场需求稳定,市场也基本饱和,传统外贸企业转内销后要想分一杯羹,难度很大。因此,一些高质高价的外贸产品,在品牌知名度不高、大众品质要求不太强的情况下,无法形成竞争优势。

四是打通渠道难。河南莱龙地毯有限公司总经理韩建立说,公司专门为转内销建立销售渠道代价太高,借助线上平台做推广非常"烧钱",其内销品牌在一家短视频平台上做推广,每天费用为3000元,企业已不堪重负。据了解,外贸出口多为订单式销售,企业拿到订单及预付款后再组织生产,周期短、回款快,而产品内销大多需企业垫付资金生产,回款周期长,库存压力大,利润空间

更演。

在实地督查中,相关企业一致认为,目前出台的政策通过搭建展会平台、减免展位费用等举措,有助于企业开拓国内市场。但现有支持政策多是"救急章",真正破解出口转内销遭遇的"四难"困局,还需长短措施并举

为此,督查组建议,短期内各地要扎实推进国务院出口转内销相关政策落地见效,用好外经贸发展专项资金等,搭建好精准对接的转内销公共平台,充分发挥国内超大规模市场优势,推进适销对路的出口产品开拓国内市场,干方百计帮助困难外贸企业消化库存,渡过难关"活下来"。从中长期看,一方面待市场回暖后,大部分外贸企业仍应积极恢复海外订单、开拓海外市场,融入国际大循环;另一方面部分转战国内市场的企业应苦练内功,充分借鉴国外合作伙伴在品牌建设、人才积累等方面的经验,顺应并引导国内消费提质升级,培育双循环竞争优势。

人员、抗疫物资运输任务,打通"大动脉"维护全球产业链供应链安全;积极发挥航空业的战略先导作用,先后成立一二三航空、厦门分公司和筹建三亚国际航空,有力服务了国家战略和区域发展;东航还加快了商业模式、供给侧航空产品的创新,首创推出5款"随心飞"产品,并成为"现象级"热点,有效激发了市场需求、提振了航空旅游全产业链消费水平。

此次股权多元化改革对东航集团的产业整合能力、经营能力、可持续发展能力都将注入新动力。此举将有力推动东航集团动力变革、质量变革、效率变革,加快推动建立中国特色现代企业制度,完善董事会决策机制和市场化经营机制,有力推动高质量发展,加快打造具有全球竞争力的世界一流航空服务集成商。

作为三大国有骨干航空运输集团之一, 截至2019年底,东航集团管理的全机队规 模近750架,年运送旅客1.3亿人次,资产总 额3346亿元,现有员工10万人。

1 企谈快论

拖延许久的苹果新手机iPhone 12系列终于开始预售了,对于这次亮相的新机,不少"果粉"不感冒,认为硬件配置不够惊艳,外观设计乏善可陈,续航能力更是堪忧。

更让人吐槽的是苹果此次新机不再送 耳机和充电插头。对此,苹果还给出了解 释:全世界有20亿个苹果官方充电头,所 以我们不送充电头了。这样可使iPhone 的包装变得更小、更轻,便于运输,进一步 减少碳排放,并且避免采矿及使用珍贵原 料。所有这些举措每年可减少200万吨二 氧化碳排放……

明明为了节省成本,同时借机推广自己更赚钱的新充电器及无线耳机等配套产品,却还要冠以环保理由。这种"欲之而必为之辞"引来不少消费者讥讽:"干脆别生产手机不是更环保吗?""上饭店点餐自备盘子、卖鞋子不带鞋带……"

尽管槽点不少,苹果新手机却很热销。开放预售后,各大电商平台基本上秒售罄,苹果官网更是一度被涌入的订单挤瘫痪。据估算,开放预售的两款新手机首日销量200万部左右,远超上一代iPhone 11。

苹果手机热卖背后并非没有原因。首先,本次发售的iPhone 12系列采用了新的基于5nm工艺的A14芯片,晶体管数比上代多出近40%,速度更快,功耗更低,在同行中属于佼佼者。目前,安卓阵营搭载5nm芯片的手机还在路上,这足以吸引众多在意手机处理速度的用户。其次,苹果此次新机采用了全新的高端OLED屏

幕,亮度和耐摔性较前几代产品有了较大提升。虽然苹果手上还有一些好牌,但对于目前的市场来说,打出这两张牌已经足够了。挤牙膏式的升级固然让不少"果粉"失望,但就企业市场策略来说,少投入多产出才是王道,苹果对此显然驾轻就熟。

除了在手机芯片上发力,曾靠单一机型打天下的苹果也在细分市场上做文章。比如,随后将要发售的iPhone 12 Pro Max,将强化视频拍摄和处理功能,满足专业人士需求;另外一款将要发售的5.4英寸屏幕iPhone 12 mini机型,以133克的机身重量以及7.4mm的厚度使其成为当前市场上最小巧玲珑的5G手机,不仅可以满足大量持有苹果前几代手机用户的换机需求,也能受到喜欢小屏手机消费者的欢迎。目前,市场上其他5G手机屏幕几乎都在6英寸以上。因此,在这一细分市场上,苹果几乎没有竞争对手。

做最好的手机,是很多手机企业的不懈追求。尽管此次发布的苹果新手机并没有使太多"果粉"觉得惊艳,但却展示了苹果更加务实的一面:在市场需求不断细分的今天,最好的手机一定是最适合目标消费者需要的手机。从这个角度说,苹果还是有许多值得国产手机品牌学习的地方。

引资310亿元,将大幅降低负债率

东航集团实施股权多元化改革

本报讯 记者李治国报道:近日,中国东方航空集团有限公司宣布正式实施股权多元化改革。东航集团按照党中央、国务院决策部署,在国务院国资委指导下,在集团层面引入财政部所属中央金融企业中国人寿保险(集团)公司、上海市国资委所属上海久事(集团)有限公司以及两家中央企业中国旅游集团有限公司和中国国新资产管理有限公司的增资资金共计310亿元,成为股东多元化的央企集团。

根据协议,中国人寿集团下属全资主体 出资 110 亿元、上海久事集团出资 100 亿元、中国旅游集团出资 50 亿元、中国国新出 资50亿元

新冠肺炎疫情给航空业带来了前所未有的重大影响,抗疫过程中民航业发挥了重要作用。此次增资充分体现了投资者对中国民航的发展信心、对东航近年来良好发展势头的认可。有关改革完成后,将大幅降低东航集团的资产负债率,为发展提供强有力的战略推动和资金保障。据东航集团总经理、党组副书记李养民介绍,本次增资款将主要用于做强做优做大航空主业,并在航空保险、交通建设、旅游服务、产融结合等方面与战略投资者加强协同,实现持续健康发展。东航集团以此为契机,进一步优化产业

布局,打造形成以全服务航空、经济型航空、 航空物流为三大支柱产业,以航空维修、航 空食品、科技创新、金融贸易、产业投资平台 为五大协同产业的"3+5"产业格局。

近年来,东航集团推进了一系列重大 改革和重要战略举措。集团旗下的东航 物流成为全国首批、民航首家混合所有制 改革试点落地企业;东航与全球知名航 企、国内优秀民营航企、知名互联网企业 开启"股权+业务"合作模式,有力推动新 商业模式和航空产业链的融合发展。疫 情发生以来,东航执行了首班援鄂、援外 抗疫包机,承担了全民航系统最多的医疗



客户服务热线:95580 网址:www.psbc.com A股股票代码:601658 H股股票代码:1658

