

东北“小散”怎样跑外贸

——辽宁海城市西柳市场中小微商户外贸生态调查

本报记者 孙潜彤

便利中小微企业外贸出口的“市场采购贸易方式试点”花落辽宁省海城市西柳市场，填补了东北地区空白。东北各地服装鞋帽等批发市场的经营户再也不用借船出海了。

在很多人的印象里，跑外贸不是东北人的强项，特别是对中小微散户来说。小小西柳镇能不能颠覆这个固有的印象？国家便利化贸易的政策东风，给西柳“小散”带来了哪些改变？在新冠肺炎疫情的影响下，他们在做着哪些努力？经济日报记者近日来到西柳镇，看看他们的幸福，也听听他们的烦恼。

年末岁尾，通常是辽宁海城西柳服装市场出口贸易的淡季，2021年底，报关员宏健却十分忙碌。他向记者展示手里厚厚的报关单说：“国家批准西柳市场采购贸易试点，好像给个体工商户打了强心剂，外贸出口在淡季出现井喷，咱们忙着也高兴。”

试点为啥这么香？西柳商城A座1393档口经营男装的王文凯道出缘由：以往拥有进出口权的公司才能跑外贸，现在门槛放低，个体户就可以直接报关出口；特别是对于订单小、货品杂的“小散”来说，今后可以与大户（指公司）组柜拼箱出海，既享受免征增值税政策，又省去了逐一报单通关的麻烦。

记者深入采访下来，采购贸易便利化改革的好处和存在的难题似乎不止表面这些。

不再为他人做嫁衣

“假如没有西柳这个试点，东北经营服装出口的个体户还得像以前那样借船出海，把服装倒一手，卖给南方采购商或渠道商，贴上人家的标签再外销。”劲豹制衣（海城）有限公司总经理刘强认为自己是试点政策的最大受益者。

回首一年前还没有进出口权的日子，刘强觉得自己是辛苦给别人做嫁衣。例如，一件棉服向海外客户做直销，平均能卖到80元，而卖给国内渠道商辗转出口，只能卖到75元左右。一件棉服的售价虽只差几元钱，但100万件呢？

刘强认为现在服装贸易竞争激烈，每一毛钱都得精打细算。“内销日子不好过，虽然毛利大于外销，但尾货处理和库存压力实在吃不消，而面向海外直接出口，都是按订单生产，没有库存压力。”刘强说，面对新冠肺炎疫情冲击，上规模的服装经营业主都得内贸外贸“两个轮子一起转”，能赶上国家扶持外贸的及时雨是幸运的。

2021年出口额已超过1000万美元的劲豹制衣，显然外贸“轮子”转得更快些。刘强不无得意地说，“这两天会谈一位德国客户，他先后隔离了一个多月就到中国见我一面”。

昨有恁大魅力？

“因为质量好啊。”刘强笑眯眯地领记者参观企业的棉服展厅，还把棉服的里子翻开强调：“这修边，这面料，这做工，杠杠的！”刘强有一点很自豪，劲豹制衣现在拥有自己的品牌，获评中国服装成长型品牌和辽宁十大男装品牌，在欧洲销售也不用贴别人的牌子。

“给点阳光就灿烂”，海城市商务局市场采购服务中心主任李晓民如是概括西柳人捕捉商机的敏锐度。要不，为啥东北首家试点就选在西柳呢？李晓民介绍，目前西柳市场中小散户跑外贸还享有

好政策期待放大效应

期盼着，期盼着，采购贸易方式试点终于在东北开花结果。海城市西柳市场以外贸“井喷”的热烈反馈拥抱这场及时雨。记者在采访时见到，每个做外贸生意的个体户脸上都喜洋洋的。原因很简单，有免税让利还快捷方便，哪个不欢喜？

机遇垂青有准备的人。与那些坐着抱怨政策不到位的人不一样，西柳人有抢抓机遇的劲头，站着够不到就跳高。为了争取先行先试，辽宁省、海城市加上西柳镇，没少花功夫打基础做铺垫。政策来了，就提前下手，在试点启动仪式之前就已经“实操”半年有余。所以，当阳光

照进来，西柳人已经如向日葵般摆好了姿态。

然而，西柳人也有“幸福的烦恼”。“哎，我说，周边的伙伴们快来呀！”西柳人自掏腰包把好政策广而告之。西柳人富起来的一个秘密就是“愿意分享，不吃独食”。吃足用透试点政策外，呼朋唤友，西柳人素有开放意识和宽阔胸襟。它的苦恼在于无法跨域整合周边外贸资源，西柳毕竟只是一个镇而已。很多中小微企业心里盼着配套政策能跟进，并有可持续的放大效应。

东北有那么多的特色市场，共享试点便利，共组外贸“航母”，说起来都是很美很香的事啊。谁来牵头？这是问题。市场之手自发调节，时间会很长很长。省市之间跨域合作应为首选。政策没过来，我就跑过去，主动拥抱机遇一点不丢人。外贸、物流拼的就是规模效应，西柳小散户想到与大户拼船出海，各地市场若与西柳拼在一处，那种竞争力谁可小觑？

调查手记



位于辽宁沈阳经济区和沿海经济带交汇节点的辽宁海城西柳市场商户众多。

（资料图片）

辽宁西柳服装城

● 2021年6月29日启动国家市场采购贸易方式试点

● 截至2021年12月21日

以新的市场采购贸易方式共申报出口

1700余票

出口额
2.2亿美元

出口国家
和地区的
88个

出口商品
400余种

疫情暴发，“接下来，西柳市场集群还将深入拓展开发‘乌兰乌德—伊尔库茨克—叶卡捷琳堡—莫斯科’贸易通道、‘霍尔果斯—哈萨克斯坦—中亚五国—欧洲’的新丝绸之路贸易通道，以及‘中国—阿富汗—埃及—塞内加尔’这条联通非洲的海上丝绸之路。并准备沿线设立海外仓、物流分拨点、境外经贸合作区。”可是，现在西柳这些外贸布局基本都处于停滞状态。

疫情也影响到西柳市场大本营。尽管市场开通了免费核酸检测“绿色通道”，采购商、客流仍止不住地往下掉量。西柳2017年提出的3年站上千亿级别的目标已经落空了。

刘强把疫情的影响归结为加大了时间成本和物流成本，他说：“物流成本摊到每件服装上增加8元左右，运输时间拉长一个多月，回款期拉得更长，对服装这种季节性商品的杀伤力简直是致命的。”

做了十几年货运代理的中瑞国际物流（大连）有限公司总经理张桐不断感慨如今碰到的困难。他举了个例子，一年多前，一个大柜（标准集装箱）从大连海运到日本东京，运费只要100美元，而今飙升到1700美元。到欧洲的海运运价也有10倍以上的涨幅。碰上目的地塞港，拥堵20多天是常事。“你说冬天穿的棉服运到地儿，当地人都穿半袖了，咱怎么跟货主解释？”张桐说着说着，连连叹息。

张桐觉得市场采购贸易试点是一个创新拐点，“作为一种高效、快捷、低成本的新型外贸方式，可以对冲一些疫情带来的不利因素。我举双手赞同，期待改革政策可持续”。

“市场采购贸易试点不光是西柳的，更是东北的。”海城市相关领导语气中透着焦急。就在西柳周边，辽阳市有佟二堡皮装城，丹东市有户外运动装基地，葫芦岛市

有泳装市场，他们都有跨境贸易的需要。如何拉动辽宁省乃至东北相关产品市场资源向海城集聚共享试点便利？西柳没少自掏腰包打广告，可是效果有限。西柳又先后开展了市场采购贸易主体备案登记、丝绸之路·西柳驿站海外拓展等多项工作，自己给自己定了“扩大市场集群外向度”等15项任务。

西柳之“诚”，还待更多回应。

线上交易日子咋样

“穿上这款老得劲了，我自己也穿……”西柳个体商户王明东和丹妮两口子转战电商，做起直播带货，已经有了125万粉丝。

在西柳的服装网批中心，3层楼的数百间商铺内，正在直播的商户比比皆是。西柳服装集团曾负责电商推广的田立申说，因为疫情“此起彼伏”，线下生意受到很大影响的西柳市场主体们纷纷转型。电商交易额大幅增长，2020年达到132亿元，2021年达到180亿元。

为啥都是自己做主播不请网红？王明东实话实说——请不起。一次直播的“坑位费”就要几万甚至几十万元，再给大网红高达20%甚至30%的返点，等于是赔本赚吆喝。

“削平直播带货高门槛的办法只有政府搭平台。”田立申说，镇政府出资建设直播基地很重，要谨防生产者的利润空间被压缩。他举了网红竞逐“全网最低价”噱头的例子，看似带动消费，实则把生产商逼进了死胡同，要么“跑单”不能保供货，要么偷工减料，受损失的还是消费者。

“上哪儿去找比低价还低的最低价？”刘强不禁反问。他说，以大众消费为导向的西柳人已经把劳动密集型服装产业的微薄利润点做到了极致。也正因为同质价廉，头些年原本坐等西柳来上货的南方客商近来纷纷到西柳来拿货。极致是怎么做到的？夹缝中求生存的西柳服装厂家，为了节省每月2000多元的人工成本，很多搬到了辽宁西部的偏远乡村，利用冬季农闲雇工来缓解用工荒。

电商乃至跨境电商的高门槛，使得生产端的经营者望而却步。西柳人多次尝试链接跨境电商巨头，均因所需投资巨大，无功而返。虽也有个体户自己网上铺摊链接海外的，因小语种人才匮乏，也仅做到少量覆盖英语语种的国家和地区。

西柳市场决定培育自己的网红。凭借规模，西柳服装集团与快手、抖音、拼多多签订合作协议，免费向中小散户提供培训甚至直播流量。“电商也要规范持证上岗，乱播乱说乱杀价不行，谁也不能砸西柳的牌子。”田立申说。



一单填报、快捷通关给西柳市场个体户带来了获得感。

本报记者 孙潜彤摄