

中国贸易报

CHINA TRADE NEWS

主管主办: 中国国际贸易促进委员会(CCPIT) 11A93(总第3952期) 2011年12月15日 星期四 周四刊 今日十二版 国内统一刊号:CN11-0015 国外代号:D1110 邮发代号:1-79 中国贸易新闻网:www.chinatradenews.com.cn

圣诞老人难圆中国玩具出口好梦

■ 本报记者 王哲

“欧美国家的圣诞玩具订单较往年下降了约15%左右。”做了多年玩具出口的广东玩具经营商侯先生对记者说，“虽然这只是我公司的情况，但我从其他生意伙伴那边了解到，有的订单至少降了两成还多呢。我的公司还算好的了。”性情开朗的侯先生对记者笑着说。

无独有偶，相关资料显示，今年第三季度，全国礼品、玩具业产品出口欧盟国家的数量较去年同期减少了20%。而在第110届广交会上，欧洲与美国到会采购商实际成交分别下降19%和24%。

“全球90%的儿童玩具产自中国，其中60%以上出自广东。”侯先生自豪地说，不过，受欧债危机的影响，许多欧美家庭都减少了消费预算，这可能是圣诞玩具出口下降的根本原因之一。

此外，据记者了解，受人民币汇率升值以及原材料、劳动力和玩具安全标准检测费用等各项成本上升的影响，企业的利润空间不断受到挤压，原来是中国玩具出口“香饽饽”的圣诞订单，今年也要成“鸡肋”了。

玩具出口商圣诞节不快乐

随着西方圣诞节的临近，产自中国的

圣诞玩具应源源不断地装船运往欧美，以满足当地消费需求。广东东莞市玩具协会的工作人员告诉记者，以往的圣诞节都是欧美玩具、礼品市场的需求旺季，许多玩具出口商都寄希望于这波行情。

但今年的情形伤了许多人的心。受到欧美国经济低迷、市场需求缩水的影响，国际采购商来中国下单的数量与往年相比大幅度下降。据侯先生透露，市场低迷使采购商不敢下大单，也怕进口的货砸在手里。据他介绍，今年公司大多接到的是10万元以下的订单。“先熬过这个冬天再说吧。”侯先生感叹道。

而礼品外贸公司的林小姐谈到，她的一位比利时老客户，以前每年都找她定做5万棵圣诞树，而今年只定做了2万棵，而且价格与去年持平，“今年不涨价就意味着利润下降。因为普遍都是这样的行情，没有办法，如果自己不做，别人就去做了。”

欧美债务危机再度爆发以来，直接影响到当地的就业形势和居民收入。美国行业研究机构世界大型企业联合会发布的报告显示，美国消费信心指数从46.4下降至39.8，是2009年3月以来的最低水平。

被誉为“中国外贸风向标”的广交会也显示欧美需求下滑。第110届广交会

数据显示，欧洲与美国到会采购商成交额较上届分别下降24%和19%。同时，签单中短单较多，6个月以内的中、短订单占88%。业内人士指出，广交会的数据表明，欧美经济仍然不振，复苏前景也不明朗，市场消费信心不足，来华采购商的积极性不高，采购商选择小单、短单，是规避风险的表现。

“除了欧美经济形势不好外，企业的成本上升、欧盟玩具安全法案也是主要因素。”侯先生向记者介绍说，玩具的原材料上涨了15%以上。受国内通货膨胀影响，工人工资也有大幅上涨。“现在的情况和前两年比有过之而无不及啊，玩具的冬天又来了。”侯先生无奈地表示。

倒逼转型?

中国的玩具出口企业自身技术附加值低、品牌溢价能力不强，产品差异小，只能通过比拼价格抢订单，“这也是无奈之举，‘中国制造’一直存在这种状况。同时，欧美在玩具安全方面不断推出新的强制性要求，对原有的要求也进行了越来越严格的修订，这使许多企业无所适从。”长期在外贸企业从事法律咨询的律师徐特力对记者表示，若部分出口企业能抓住市场不振的机会，提高出口产品的附加值，加快布局国

内的分销渠道，也不失为一条出路。

“考虑到出口增长放缓，公司在2009年成立了负责国内市场销售的部门，开始在互联网上销售产品，以实现产能的充分利用。”东莞一家玩具企业销售经理表示，“今年圣诞用品内销形势大大好于往年。从10月开始，我们就陆续在网上收到来自国内不同省市的圣诞用品订单。工厂出口欧美的圣诞订单已经生产完毕，现在转为赶制圣诞内销产品。”

“不过，把外贸企业转型成内贸企业并不容易，首先，国内的分销渠道基本是零，需要花一大笔费用做宣传。其次，国内企业做生意喜欢拖欠结款，这将严重影响企业的资金周转。”侯先生介绍道，他的公司暂时还不会转成内销企业。

但华创证券宏观经济分析师华中伟一番话可能会改变侯先生的想法。据他介绍，“中国的玩具出口商目前面临转折点，国内市场的增长速度开始超越国际市场了”。

不管未来怎么样，今年的圣诞老人是难圆中国玩具出口商的好梦了。

本期关注



中国银监会 推迟实施新监管标准

日前，中国银监会知情人士透露，银监会已经决定将原定于2012年1月1日实施的银行业新监管标准推迟。“鉴于当前国内经济增速面临下滑，银行业需要在资金充足的情况下，确保支持实体经济的发展，包括信贷投放。”该人士分析称。但至于何时开始实施新监管标准，银监会方面尚未确定。

对冲基金做空中国获利52%

12月13日，人民币对美元最低报6.3673，达到中间价±0.5%的跌幅下限，人民币即期汇率连续第10个交易日触及跌停。据外电报道称，对冲基金经理Hugh Hendry旗下的对冲基金因“做空中国”获利52%，《对冲基金研究》近期调查显示，今年前11月，对冲基金平均亏损4.37%。

五矿资源斥资1.57亿澳元 开发澳矿

五矿资源有限公司日前公布，董事会已批准Dugald River项目下一开发阶段1.57亿澳元的开支。此开发阶段完成后，公司将考虑最终批准项目施工。Dugald River是位于澳大利亚澳洲昆士兰西北部未经开发的铁矿床。

美联储维持基准利率不变

美联储日前宣布维持联邦基金基准利率在0至0.25%历史低位不变，并继续实施扭曲操作，出售短期国债并购买长期国债。美联储同时重申将联邦基金基准利率维持在历史低位，直至2013年中期。（本报综合报道）

新闻速递

编辑:王哲 联系电话:95013812345-1024
制版:张迪 E-mail:myyaowen@163.com

本期看点

美国零售商出奇制胜迎圣诞

详细报道见第2版

德班会议: 一场关于承诺的较量

详细报道见第3版

智慧航运初具规模 第三方平台建设尚需时日

详细报道见第4版

中外禽肉进出口大过招

详细报道见第5版

中国电影业: 起得了商业范儿 走得好文化路

详细报道见第7版

截稿新闻

明年一季度GDP破8概率高

本报讯 2012中国经济和资本市场有何走势? 东方红资产管理首席策略师高义日前表示,近期A股市场走势包含着对经济下滑,以及中国经济长期增长趋势的担忧。

高义表示,从历史上看,“经济见顶—通胀见顶—政策转向—经济见底—流动性复苏—股市上涨”呈现出规律的先后关系。数据表明,目前中国经济正处于第三阶段,即政策开始微调,经济仍在加速回落。如果以目前这一速度回落下去,2012年一季度GDP跌破8%的概率非常高。而当前的内外环境也存在进一步下跌的可能性:主导产业——房地产投资普遍预期明年将大幅回落。

能否扭转目前经济快速回落的格局? 高义表示,这很大程度上依赖于未来一段时间政策转松的力度和外部环境的变化。由于2012年2月至4月的欧债到期规模大幅上升,外需不可控因素较多,因此政策将是未来一段时间经济能否企稳的关键。

高义表示,判断市场的走向依然需要判断经济增长、流动性和政策取向三方面的变化。预计经济可能在2012年1至2季度见底回升,政策已经转向微调、“稳增长”导向,而流动性在名义经济增速回落、信贷规模适度增加背景下将有望由紧转松。在此背景下,尽管A股市场拐点出现的时点很难判断,但若各种因素均向有利方向转变,在未来1至2个季度,市场出现中期性向上拐点的较大可能。

(于建)

本报常年法律顾问

北京市炜衡律师事务所
赵继明 赵继云 律师
电话:010-62684388



消费旺季虽已临近,但食用油行情却并未如市场所料的那样走强。据了解,近期,品牌桶装食用油价格整体小幅下挫,部分食用油销售价格下跌超一成。

中华粮网分析师李飞分析称,按往年消费模式来说,第四季度末一般是食用油的消费旺季,但在今年宏观经济形势主导市场的状态下,食用油市场旺季不旺的特征表现明显。(商武)

中国二手车市场或临“井喷”

最近,上海一韩资经销商集团的高小姐正在为新工作的事犹豫不决,正在中国大举收购4S店的美国经销商集团和有日资背景的二手车集团,都在竞相“挖”她。这让高小姐很犹豫。

相较于高小姐的犹豫,外资车企对于中国的二手车市场的态度要明朗得多。

根据戴姆勒集团梅塞德斯—奔驰公司的估计,今年中国二手车销量可能比去年增长7%,达到410万辆。面对这样的“大蛋糕”,包括戴姆勒、日产、大众等众多汽车厂商,竞相在中国建立二手车业务,推出以旧换新服务,同时向经销商提供旧车担保和维修服务,并逐步向这块业务倾斜。

其实早在几年前,外资车企就已经在中国二手车市场“跑马圈地”。全球最大的

二手车巨头——美翰集团已经在上海、深圳成立了拍卖公司;与日本双日株式会社、苹果汽车网络株式会社合作的艾普二手车也在全国开了50多家二手车加盟店。

中国民众心态的变化,也成为二手车市场即将繁荣的重要前提。在中国,汽车的角色已经从身份的象征越来越向代步工具或者“玩具”靠拢。

“买台二手车,开上几个月不喜欢了,卖掉再换,一年下来也损失不了多少钱。”据了解,随着二手车交易费用降低,交易秩序规范,很多这样的玩车族在市民中逐渐增多,从频繁换车中体验到不小的乐趣。

“随着国内换车高峰的即将到来,二手车的‘井喷’已经为期不远。”中国汽车流通协会副秘书长罗磊介绍,今年前三季度,二

手车交易量增长率为12%,是新车增长率的近4倍。

“中国市场极具潜力。发达国家新车和二手车高峰的间隔一般为6年至7年,但是中国是一个快速发展的市场,这个周期将会缩短。”概普集团估算。

国内二手车交易模式功能单一、缺乏现代营销手段。二手车的买卖双方,大多数是在如体育场般大小的露天市场碰面交易。不过,由于外资车企的介入,《华尔街日报》认为,在中国,企业、大型经销商极少参与二手车业务的状况,即将得到改变。(李渊)

经贸看台

