

### 世界经济形势复杂多变

# 慈溪外贸企业认清形势积极应对风险

全媒体记者 张金科 通讯员 倪颖 施小煌

2018年,世界经济总体延续复苏态势,但增长基础并不稳固,增长速度趋于放缓,不稳定因素明显增多,国际金融危机的深层次影响还未消除,一些结构性问题仍很突出,未来的复苏之路并不平坦。全球经济的变化深刻影响着外贸型企业。当下,外贸企业最为关切的是,2019年外贸风险状况如何?我市企业该如何去应对?

记者从中国信保余慈办事处获悉,2018年中国信保余慈办事处共接受我市出口企业报案150多起,同比增长13.5%,累计报案金额近1.65亿元,同比增长12.8%。慈溪外向型企业所面对的外贸风险仍处于较高水平,未来出口形势仍存在一定的不确定性,相关企业应未雨绸缪认清形势积极应对市场风险。

### 欧美传统市场 零售业风险加剧

2018年,中国信保余慈办事处承保慈溪对北美地区出口金额为7.44亿美元,同比增

长21.5%。北美地区出口增长除北美地区经济复苏因素外,还叠加了2018年下半年以来中美贸易摩擦引起的“抢出口”效应。在一般贸易出口方面,美国百货零售业破产状况持续恶化,买方违约大幅增加,风险指标不容乐观。

2019年春节期间,美国零售商Shopko突发申请破产,鞋履巨头PAYLESS即将清仓关店。2019年春节期间,中国信保余慈办事处接到1起金额超过200万美元的美国拖欠案件,买方欠款主要原因是2018年抢出口效应过度囤货但当前零售商销售不畅引起暂时资金短缺,由此看来,美国零售业的春天遥遥无期。

无独有偶,英国零售业在过去的一年也十分不景气。知名零售商Pound World去年6月破产,中国信保全国系统内其关联方项下报损24宗,报损总金额接近5000万元。宁波市内12家企业受此牵连,根据英国破产法相关偿还顺序以及Pound World负债情况,企业所能得到的偿还只有合同金额的0.03%。中国信保宁波分公司成立专案组,突击结

案,以最快速度给予赔付,赔付总金额超过3300万元。

### 新兴市场 走势分化风险不确定

2018年,新兴经济体可谓“苦乐不均”。从2018年宁波市报案金额前十大国家和地区来看,分别为阿联酋、美国、英国、巴西、香港、约旦、印度、墨西哥、土耳其和阿尔及利亚,新兴经济体占六成,超过半壁江山。2017年以来,新兴经济体的复苏更多源自发达国家市场扩张的带动,自身产业结构单一、科技创新能力弱、城乡区域发展失衡、社会领域欠账多等结构性问题依然突出,加上对外需市场、国际融资环境、大宗商品价格等因素较为敏感,与之相对应的市场风险也是水涨船高。

2018年初,中国信保余慈办事处向慈溪某家电生产企业一次性支付埃及老买家项下赔款794万元,该案主因是埃及本币贬值以及盲目扩张引起的经营不善。2018年末,中国信保余慈办事处向某家电企业一次性赔付土耳其买方项下赔款350万元,该土耳其

买方并非经营问题,仅是无法抵抗土耳其里拉在2018年下半年快速贬值引起的成本增加。

新兴市场汇率波动一定程度显现出新兴经济体国家经济基本面的脆弱。与欧美传统市场大型品牌零售商比,新兴经济体买方大多为中小型批发商为主,其抵抗风险的能力相对较弱,经营较大程度受整体政治与经济环境制约。

### 经济增速放缓 “贸易诈骗事件”频出

2018年初,我市某出口企业接到意大利进口商W的下单,主动提议让出口企业调查W的资信并向中国信保申请信用限额。出口企业照办并获得中国信保批复W项下20万美元信用限额。意大利进口商采购负责人Macro随即与出口商商定货物种类与价格,接洽过程十分顺利。出口企业随即接到意大利进口商W的19万英镑的LED等订单,并按照进口商要求发往希腊PIRAEUS港,Macro提货后就失去联系。经过中国信保海外律师勘察后,意大利进口商W否认贸易,也没有雇员Marco,从来没有与出口企业签订贸易合同,合同上的签章签字均是伪造。在

整个过程中,Marco都是打着W公司的旗号与出口商联系,骗取价格不菲的货物。

类似的案例,去年在宁波市内发生17起。一些人或团伙冒用行业内较为知名的买方名义向中国出口商下单,首单金额较大,结算方式为放账,为降低企业疑虑主动让出口商投保信用保险是案件的主要特征。

在国际贸易中,受地理、时差、语言等客观因素的影响,出口企业常常难以掌握国外买方全面、真实的信息。因此在走出国门的过程中,如何判断国外生意伙伴真伪、优劣一直是出口企业头疼的问题。

记者在采访中国信保相关专家后了解到,以下几招可以帮助企业寻找一些“蛛丝马迹”,帮助企业识别买方真实面目。出口企业在开发新客户时,特别是放账交易时,建议事先通过中国信保了解买方资质,根据资信报告或买方官方网站了解买方的电子邮箱、电话、传真、管理层人员信息与买方取得联系确认身份。对于货发第三方且货发给海关监管不力国家时,需更加采取更加谨慎、安全的支付方式,如约定部分预付款、托收或信用证等,防止买方提货之后消失,钱货两空。

# 「美亿美特」前端服务激发竞争新动能

全媒体记者 张金科 通讯员 杨观真

本报讯 今年以来,宁波市美亿美特压力表有限公司将南美市场作为企业发展的新方向,海外市场的布局逐步从欧洲向南美延伸。“作为一家生产传统产品压力表的企业,开发新市场既是对自身产品竞争力有信心,也是我们以服务赢得客户的经营模式取得了一定成效。”总经理范欢苗说。

压力表是一种以弹性元件为敏感元件,测量并指示高于环境压力的仪表。近年来,压力表应用越来越广泛,市场空间巨大,在国内催生了完整的产业链条。“由于压力表几乎遍及所有的工业流程和科研领域,企业生产的压力表都会根据客户要求适当改变,属于非标产品。美亿美特精准把控市场变化,除了一丝不苟做好产品,强化前端服务,做好与客户沟通交流,成为企业决胜市场的关键。”范欢苗在谈到压力表行业的特性时如是说。

美亿美特“以产品决胜市场”。将产品前端的服务客户放在企业战略层面,刷新了人们对传统制造企业经营模式的认知度。而这种迥异常规的做法,范欢苗已经坚持了10多年:面对压力表行业严重的同质化竞争,企业之间已经很难有新的变化了,要激发透明度越来越高的压力表行业新动能,只能从软实力中入手,从以往单纯拼质量、拼价格向拼品质、拼服务转变,跳出传统制造企业低质低价的竞争重围,逐步向中高端市场升级发展。

真正将用心服务于客户放到如此高的位置,并以此做出骄人成绩的制造企业并不多见。美亿美特从做好企业网站、样本等细小事情入手,认真对待客户每一次来信、来访,在良好的服务中进行信息对接。范欢苗自信地告诉记者,这么多年来,美亿美特将产品外的软件实力展现得淋漓尽致,不放过每一次客户上门调查的机会,推动企业向做专做强的道路上持续前行。目前,随着美亿美特配套行业不断向化工、石油、天然气、医疗、仪器仪表等领域拓展,企业已经拥有上千种压力表品种,样品室里密密麻麻地陈列着从40厘米到300厘米规格不等的压力表。

做好前端服务固然重要,但这一切还是以产品品质为后盾。“市场上对压力表的敏感度要求越来越高,一个压力表的好坏往往决定着设备的性能。因此,企业发展软硬件同等重要。”范欢苗说。经历了从国内市场向国外市场跨越后,美亿美特十分重视压力表产品品质。参与欧标精度的美亿美特自2010年与世界500强企业开始合作以来,产品品质一直引领压力表行业。目前,为世界500强企业配套的压力表已占到企业一半销售额以上,多年来企业没有发生一起因质量问题造成的返修、退货、召回事件。

要持续提升压力表精度,开展“机器换人”是企业升级发展必不可少的一环。美亿美特已经连续7年开展各项技术改造,从以往手工调节生产压力表,向自动化制造转变,打铆、冲油等工艺全部实现自动化生产。在企业员工不增加的情况下,近10年来,美亿美特的销售持续保持着10%-20%的增长幅度。

由于对压力表行业不了解,很多人都是将美亿美特视为一家普通的制造企业,很少有人能想到美亿美特制造前端细致的服务,造就了企业不一样的竞争力,这种做法对慈溪其他中小企业也具有一定的借鉴作用。慈溪众多的中小微企业往往为大客户配套为主,基本根据客户要求埋头从事生产制造,很少有企业会想到提升企业软实力,主动展现企业综合竞争能力。而美亿美特“以服务赢得客户”的经营模式,充分展现了一家配件企业抢抓市场主动权积极一面。对中小微企业来说,也许正是这以往被忽视的一步迈出,将成为激发企业多年积累底蕴的新动能,让企业在竞争更加激烈的市场中有所突破。

### 相关链接

宁波市美亿美特压力表有限公司主要经营:压力表(专供出口)、仪器仪表配件、电子元件、五金配件、塑料制品制造、加工等产品。公司尊崇“踏实、拼搏、责任”的企业精神,并以诚信、共赢、开创经营理念,创造良好的企业环境,以全新的管理模式,完善的技术,周到的服务,卓越的品质为生存根本,始终坚持用户至上,用心服务于客户,坚持以服务赢得客户。

「小而美·美在新动能」 慈溪市中小企业促进会 协办

## 高精度 高质量

近日,慈溪市龙华汽车配件有限公司投资2000多万元引进40多台高精度双组轴CNC车床。这批车床经改造后生产的产品精度从0.01毫米提高到0.005毫米,远远高出客户需要的0.02毫米。图为员工在操作新设备。

摄影 全媒体记者 张金科 通讯员 杨观真



# 知行合一打造国内连锁酒店亲民标杆

——访宁波白金汉爵投资有限公司总裁范仲文



通讯员 宋莹 陈唤峨 全媒体记者 罗建云

在4月9日至11日举行的第八届中国饭店文化节高质量发展大会上,中国饭店协会公布了2019中国酒店集团规模TOP50,汉爵集团名列其中,集团规模位列第44位,市场份额挤入高端酒店品牌前10强。

“这是对白金汉爵从慈溪成功走向全国的褒奖。”刚从北京载誉归来的宁波白金汉爵投资有限公司总裁范仲文直抒胸臆,“白金汉爵已成为国内高档连锁酒店品牌化、亲民化经营的标杆。”

传承于慈溪阳明餐饮城,20年多来,白金汉爵大力弘扬阳明文化,坚持精益求精的

能够做到高品质同时又亲民,这显然是“规模化”带来的优势。“白金汉爵”模式其实是一个酒店综合体,把最擅长的几个经营项目完美地嫁接在一起。比如餐饮,传统的酒店餐饮是一个配套的经营项目,而白金汉爵的餐饮面积基本在10000平方米以上,做到了以餐饮集聚人气带动客房和娱乐,又以客房来提升餐饮和娱乐。三大业务模块相辅相成,一主两翼,浑然一体。

这可以说是对国内酒店业的一场革命。这种业务模块的经营方式,被业内称为“白金汉爵模式”。

### 尊而不贵贴心

亲民是白金汉爵的一大经营特点。“不设最低消费”“菜单量身定制”“节假日不随意涨价”“自带酒水不收费”。在白金汉爵,很多方面打破了行业常规和定势,这种高性价比的消费体验被大家总结为五个字:尊贵不昂贵。

2018年度,整个集团取得营业额近22亿元,其中慈溪白金汉爵大酒店以3.2亿元的营业额在宁波市同行中位列第一。

折?为什么身为一名高级管理人员不能帮客人打折?范仲文解释说,针对不同顾客随意打折有失公道、公平,这是汉爵的游戏规则。白金汉爵要做的就是让每一位客人在这里感觉到价格公正、人人公平。

稍稍留心,消费者就能在菜肴展示厅发现,每天都有一名员工在一大堆“蛞蝓”中,一只一只地挑选“张张嘴”,因为只有“张张嘴”的才有资格被烹制上桌。虽然没有“张张嘴”的“蛞蝓”并不表明质量一定有问题,但是有问题的“蛞蝓”一定不会“张张嘴”。仅仅这种海鲜品,有时真正上桌使用的还不到采购量的一半。

### 诚信经营树声誉

汉爵的核心价值观是诚信,追求公平、公正、公道的经营理念。企业的发源品牌“阳明餐饮”源自王阳明之名号。范仲文告诉记者,当时企业创始人胡金泉取名“阳明餐饮”,一是为了表达对家乡先贤的景仰;二则立志传承“知行合一”之美德,将其融汇于事业之中,形成了“诚实、信用、勤奋、善良”的企业精神,其中诚信待客是汉爵20余年来恪守的经营底线。

怎样才算“诚信待客”?可从“不打折”窥见一斑。很多员工,甚至包括很多新进来的员工不理解,为什么白金汉爵不能打

折?为什么身为一名高级管理人员不能帮客人打折?范仲文解释说,针对不同顾客随意打折有失公道、公平,这是汉爵的游戏规则。白金汉爵要做的就是让每一位客人在这里感觉到价格公正、人人公平。

稍稍留心,消费者就能在菜肴展示厅发现,每天都有一名员工在一大堆“蛞蝓”中,一只一只地挑选“张张嘴”,因为只有“张张嘴”的才有资格被烹制上桌。虽然没有“张张嘴”的“蛞蝓”并不表明质量一定有问题,但是有问题的“蛞蝓”一定不会“张张嘴”。仅仅这种海鲜品,有时真正上桌使用的还不到采购量的一半。

### 四个自主增动力

白金汉爵的发展模式主要有两个方面的特点:一是投资垂直一体化,二是三大业务板块横向组合。

白金汉爵的经营模式自成一派,比较契合中国本土化消费特点。白金汉爵有

针对性地砍掉了传统酒店服务中不盈利的内容,诸如健身房、桑拿、游泳池、韩国料理等项目。这些配套服务,盈利能力不高,但成本往往转加到消费者头上,汉爵果断砍掉这些冗余项目,根据消费者的需求来定制服务,消费者需要什么,汉爵就提供什么。

白金汉爵最为亮丽的是大型高档餐饮,占了所有业务项目的50%以上。“厨房工厂化、选料精品化、制作标准化、菜肴时装化、厨师专家化、经营连锁化”的创新模式,成为独步于业内的杀手锏。

20余年孜孜不倦的坚持和追求,使白金汉爵受到了社会大众的广泛认同和支持,也获得了行业的首肯。白金汉爵被评为“中国餐饮百强企业”“中国餐饮30年卓越企业”“国家五钻级酒店示范店”“高端酒店品牌前10强”。

“红日初升,其道大光。”白金汉爵以消费者为中心、亲民化经营的创新模式,不仅促进了本地服务行业的转型升级,还推动了国内酒店行业的持续创新和高质量发展。

「践行新发展理念」 争做新时代先锋 横河镇人民政府 横河商会 主办

# 一季度慈溪签发中国-东盟原产地证书量创同期新高

全媒体记者 张金科 通讯员 张长青

本报讯 “最近单子好多,东盟客户又下了好多订单。”日前,慈溪进出口控股有限公司的单证员小赵拿着刚刚签发的产地证书兴奋地说。据了解,小赵拿到的这份中国-东盟原产地证,可以让该企业出口至印尼的近10万美元电线电缆产品,享受约4300美元的关税优惠。据统计,2019年一季度,宁波市慈溪进出口控股有限公司共签发中国-东盟原产地证97份,金额297万美元,同比分别增加67.24%和194.06%。

这一幕只是今年以来慈溪出口企业申请中国-东盟原产地证持续火热的一个缩影。2019年第一季度,慈溪地区共签发中国-东盟原产地证书1586份,金额5964万美元,同比分别增

长2.45%及9.33%,签证量及金额均创同期历史新高。数据显示,慈溪企业对原产地证书需求较大的主要集中在电风扇、铝制品、轴承、自行车配件及取暖器等劳动密集型产品,主要出口国家为印尼、越南、泰国及马来西亚。据分析,中国-东盟证书申领持续走高的原因主要是随着一带一路倡议的稳步推进,不少慈溪企业主动布局,在产品研发及企业投入大力加强对东盟市场的开拓。同时,伴随着慈溪制造逐步走向国门,在东盟市场竞争力日趋增强,在走访中发现不少企业的主要东盟客户多次对同一产品持续翻单的喜人景象。另外,随着自贸区战略的不断深入,企业申请原产地证提高产品竞争力的意识不断增强,而慈溪海关推出快速签证、信用签证等便利化举措的持续推出也进一步促进了辖区企业申领原产地证的积极性。