



美国政府自24日起 对约2000亿美元中国输美产品 加征10%关税 宁波企业将如何应对？

见习记者 严瑾

9月18日，美国政府宣布，将从24日起对约2000亿美元中国输美商品加征10%的关税，并从明年1月开始将税率进一步调高至25%。消息一出，外贸相关从业者们的朋友圈纷纷开启了热议模式。所幸企业对此已有心理预期，一波应对之策正在赶来的路上……

1 如何应对 美国客商的“杀价”？

李友焕是一位在宁波从事文具外贸多年的台商，自2001年起便居住在宁波。得益于宁波“中国文具之都”的产业集群优势，李友焕早年便在宁波成立了工贸一体的文具制造商——宁波多纳文具制造有限公司。公司生产的办公用笔、修正笔、如意贴等文具，曾远销欧美等多个国家的市场。目前，多纳文具亦是宁波文具行业协会的副会长单位。

“这么多年来，我们文具行业从来没有经历过这么‘疯狂’的贸易摩擦冲击。”李友焕说，“比如胶带，原先我们出口美国时享受的是零关税，现在一旦加征10%甚至25%的关税，客人就会要求我们降价。然而，这一行业原本的利润空间就不大，降价的要求对我们来说，并没有‘让利’的余地，而是意味着‘杀价’。”

文具行业会如何应对美国客商的“杀价”？将产业转移至泰国、越南等东南亚国家是一条普遍的路径。此外，近年来，李友焕将公司从原先的制造工厂，转型成经销代理的外贸公司，“为客人找工厂验货并收取佣金”。这样一来，从“多纳文具制造”到“多纳进出口”，公司一来可以避免加征关税的直接影响，二来亦可以代理来自中国台湾地区的商品，比制造工厂“更容易掉头”。

“大家都说产业转型，但对于劳动密集型、从业门槛较低的文具行业来说，要想升级在短期内并不容易。”李友焕说，“要说起转型路径，首先是提高工厂的自动化水平。另外一条路，便是根据市场的需要，开发出一些新产品。”

开发新产品的路线有哪些呢？李友焕认为，近期受欢迎的文创产品是一个方向。原先附加值并不高的产品，可以因为文化的包装和创意的设计获得更广阔的市场、更丰富的利润空间。

无独有偶，对于同属劳动密集型的服装产业而言，走品牌路线，让品牌背后的内涵成为产品的附加值，亦值得尝试。宁波诺布尔制衣实业有限公司是一家羊毛衫、羊绒衣和短袖T恤衫专业生产工厂。公司凭借专业的管理与制造能力，与宁波本地服装品牌GXG等和一些海外高端品牌商取得了合作。

据公司总经理朱飞龙介绍，面向中高端市场后，无论是品牌商还是终端消费者，对于价格变动的敏感度并不高。消费者愿意花远高于成本的价格购买这些商品，不仅仅是出于使用价值，还因为注重品牌所代表的内涵。最终无论是面对澳洲羊毛等原材料的上涨，还是中美贸易的加征关税，对于企业而言相对游刃有余。