

# 近半中小外贸企业 订单遭遇延期困境

记者 严瑾 王婧

“冲浪滑板、户外帐篷……这些今年都卖不出去了！”看着样品间里琳琅满目的百货，林先生无奈地摊了摊手。往年3月的外贸旺季被海外疫情打断，取而代之的是七成订单延期。这样下去，恐怕二季度的出货量将直接砍半。

林先生的遭遇，恰是宁波2万余家中小外贸企业的缩影。在宁波市商务局重点监测的911家外贸企业中，就有46.1%遭遇了延期的困境。在赢得国内产能逐渐企稳的胜利后，这些外贸企业又该如何熬过海外疫情下的“倒春寒”？

外贸逆风行·延期

# 延期困境

1

## 原以为复工就是春天，没想到……

一个多月前，刚刚开启复工步伐的李木，还在四处为物料采购奔走。戏剧性的是，眼下新冠肺炎的全球蔓延，却造成了“接不到新订单，采购来了也没有用”的局面。

“我们是首批复工的企业，2月10日复工的时候，到岗率不到30%，当时很焦急。”李木是宁波一家灯具生产企业负责人。一个多月前，力争复工还是他的当务之急，经过多方努力，公司终于在3月初实现100%到岗。

“在这个过程中，我们遇到的最大困难是物料，很多在安徽等地的上游企业还没完全复工，物料供应不上来，我们就无法生产。”李木说，他们当时不惜一切代价来保证正常生产，不仅给供应商加钱，供应商的人员不够，他们还派工人过去帮忙。

然而正当公司为顺利复工与产能复苏欣慰之时，公司重要客户所在的欧美国家，比如意大利、西班牙、美国、德国等，纷纷沦为疫情的重灾区。这样一来，产品跟上了，新订单却骤降了，“求着供应商找物料”的形势，很快就被“即使供应商降价，也要压缩生产”取代。

“依托于国外子公司的本土运作，和多年在细分市场积累起的产品竞争优势，我们当前的订单基本能保证半年的生产，但是二季度及之后的订单量，甚至可能无法达到往年的20%。”李木说。

无独有偶，在鄞州经营日用杂货出口的贸易商林先生，也因突如其来的疫情感到猝不及防。从备战国内的防疫复工，到目击欧美市场的“全面停牌”，不过只是短短1个月时间。

“我们正式上班是2月19日，当时工厂复工率只有50%，我们基本无事可做，也无货可出。等到3月产能恢复、准备出货的时候，全球疫情爆发了。”林先生说，在此期间公司一直有陆续接到订单，直到3月中旬，才明显感觉到外需的锐减。

“有一笔美国的户外用具大订单，本来说好要3月份发货，客人说要延迟到明年3月份。”林先生皱了皱眉，“可我已经付了30%定金，价值100万元。他们说直接延期一年，等于说我这笔钱就冻住了。还有一家德国商超明确给出了延期一个月的付款计划。”

紧接着，订单取消或延期的消息层出不穷。林先生发现，他头上的订单已有70%遭到延期，预计二季度的出货量也将同步削减。更何况，眼下的船期已延迟到7-8月，何时出运还是个问题。要说用一个词形容2020年，林先生脱口而出便是“残酷”二字。

李木有着相似的感受。他认为，后继乏力，是很多外贸企业的共同难题。“如果这一现状到了6月份依然没有起色，可能就面临裁员的困境。”他说，到时候可能会需要裁掉差不多三分之一的工人，“希望这样的情况不要发生。”

