

# 關稅戰陰霾不散 美廠商紛觀望扣起訂單 避美封殺 杭企出口轉攻日本



工人在秦皇島經濟技術開發區一家車輪生產企業的生產車間工作  
資料圖片

「自今年4月美國特朗普政府執意對中國商品加徵關稅後，我直接推掉了原本要在9月份去參加的芝加哥工業展，轉而參加了6月的日本工業展。」杭州巴法機械有限公司主事人眼見美國廠商於關稅戰陰霾下保持觀望態度，不輕易下單，決意另起跑道開拓新市場。公司總經理王文英拿起桌上的一款不銹鋼配件告訴大公報，隨着貿易戰不斷加深，加上美國對華掄起技術封鎖大棒，這令她更加看淡美國市場。早前，專注高精尖產品的巴法機械於日本工業展上接到不少意向訂單，公司憧憬於日本市場大展拳腳，明年銷售額更上層樓。

大公報記者 俞晝杭州報道

成立於2005年的巴法機械是一家專業的通用機械零件、電子產品和汽車配件的出口商，主要出口歐洲和北美地區，其汽車配件是沃爾沃（港譯富豪汽車）等多家車企的供應商。「我們從2008年開始做美國市場，主要對接一些大型的通用機械和汽車配件的零部件工廠，工廠把生產圖紙發給我們，再由我們在國內購買原材料，找到合適的工廠加工完成，通過檢驗後發去美國。」

## 美方常跳單 合作本不易

王文英說，與歐洲人相比，美國人比較「善變」。「由於美方的零部件工廠採購量大，他就需要我們提供中方加工廠的具體名稱和資質，結果第二年他就跳過我們，直接去跟工廠簽約了。」像這樣的跳單行為在與美方合作中發生多次，這也是王文英看淡美國市場理由之一。王文英解釋，歐洲零部件工廠對品質要求較高，只要在質量和交貨日期上有保障，廠方不會輕易更換進口商。美國零部件工廠對價格相對敏感，貨比三家再選擇便宜的進行合作，彼此之間的信任度較低。

「所以我對美國市場一直抱有謹慎的拓展態度，多年來都把重心放在歐洲市場上，去年公司對美出口額不到100萬美元，相當於歐洲市場的五分之一。」

看到實物，有些專業的客戶甚至會隨時攜帶計量器來測量產品的誤差，所以參加各類工業展是拓展新客源的主要方式。」

王文英說，先前每年9月，公司都會派骨幹力量去參加芝加哥工業展，但今年她已經把展位推掉了。「受新增關稅影響，就算拿下訂單，也沒什麼利潤，參展意義不大。而且現在很多美國工廠也正處於觀望態度，不會輕易下單。」問及失去美國市場所帶來的影響，王文英笑道，美國市場本就佔比不大，一旦日本市場被拿下，何止是彌補損失，明年銷售額更上漲也說不定呢。

在華府7月公布的2000億美元增稅清單中，中國的紡織服裝產品首當其衝，在美方建議的6031個徵稅稅號中，與紡織服裝產品稅號相關的達1000餘個，約佔增稅清單的六分之一。

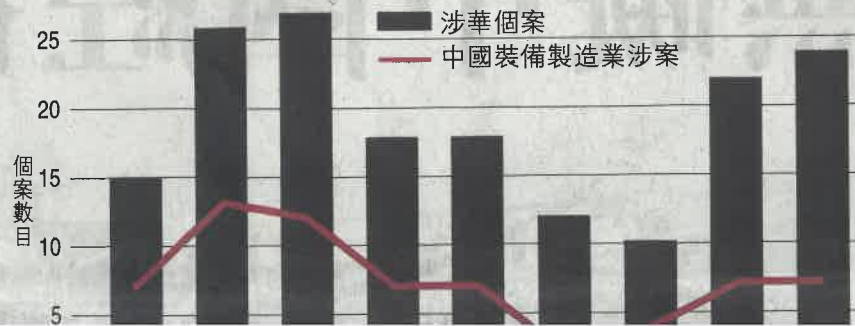
## 浙成衣集團拓內銷再定位

浙江春風集團主管針織類成衣業務，多年來都是沃爾瑪、Target等美國平價超市的針織類成衣供應商，向美國消費者提供包括圓機針織，橫機針織以及梭織服裝產品，去年出口美國約7000萬美元產品，佔總出口額的35%。春風集團外貿事業部總經理Elva告訴大公報，以針織商品為例，之前關稅一般在10-20%左右。

## 337調查 劍指華裝備製造

根據美國《1930年關稅法》，美國國際貿易委員會可以對進口貿易中的不公平行為發起調查並採取制裁措施，此類調查一般稱為「337調查」。實踐中大部分針對專利或商標侵權行為，少數調查涉及版權、工業設計以及集成電路布圖設計侵權行為等。2009年至2017年涉及中國裝備製造業已結案55起337調查中，涉華企業近

## 2009至2017年涉華337調查



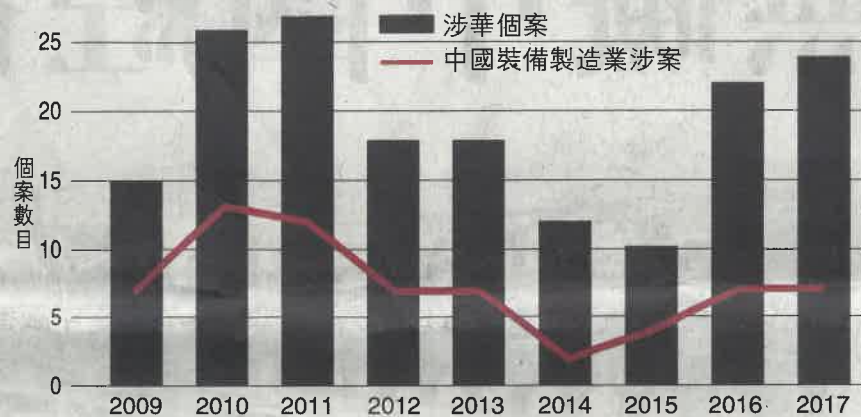
濟技術開發區一家車輪生產企業的生產車間工作  
資料圖片

## 337調查 劍指華裝備製造

根據美國《1930年關稅法》，美國國際貿易委員會可以對進口貿易中的不公平行為發起調查並採取制裁措施，此類調查一般稱為「337調查」。實踐中大部分針對專利或商標侵權行為，少數調查涉及版權、工業設計以及集成電路布圖設計侵權行為等。2009年至2017年涉及中國裝備製造業已結案55起337調查中，涉華企業近60間，勝訴案件僅佔20%。

資料來源：《經濟》雜誌

## 2009至2017年涉華337調查



## 美操控四大機制 打壓華高端發展

【大公報訊】綜合《財經》雜誌、機工情報報道：出口管制是自冷戰後一直使用的貿易工具，因涉及國家安全，所以被列為世貿組織安全例外條款。不透明「管制」成當前貿易保護主義籠罩下各國紛紛尋求的保護手段——各國都有強化管制的傾向。研究顯示，美國針對中國的多維出口管制清單中，70%產品涉及裝備製造業。

雖然有關管制有全球多邊機制協調，但美國通過操控四大邊出口管制機制，來限制中國高端裝備和高科技發展

。四大機制包括《關於常規武器和兩用物品及技術出口控制的瓦森納協定》、「導彈技術控制機制」(MTCR)、「核供應國集團」(NSG)和防止生化武器擴散的澳洲集團(AG)。

例如，2017年11月的最新全球超級計算機500強榜單上，中國「神威·太湖之光」和「天河二號」連續第四次列冠亞軍，美國無緣前三。隨後，美國將中國四個技術中心列入出口管制實體清單，限制中企購買美國技術和設備，並着手修訂國際多邊機構清單。



▲2016年6月20日，使用中國自主芯片製造的「神威·太湖之光」取代「天河二號」居全球超級計算機500強榜單之首  
資料圖片



▲工人在秦皇島經濟技術開發區一家LED照明企業生產車間工作  
資料圖片

## 性價比高 華電子產品力拓新興市場

【大公報訊】記者毛麗娟報道：「美國計劃提高對2000億美元中國進口商品加徵關稅的稅率由之前建議的10%大幅提高至25%」的消息引發內地電子行業企業的擔憂。正當一些企業希望美方客戶積極向華府爭取關稅豁免權，一些企業將目光轉向發展中國家，意欲尋求其他市場的業務機會。

東莞市藍光塑膠模具有限公司是一間為美國特斯拉新能源汽車提供電池原材料和汽車零部件

的企業，與特斯拉合作已久。公司負責人蘭建波向大公報透露，公司積極和美國客戶溝通，看他們能否爭取到豁免權，暫無很好應對方案，只能走一步看一步。

### LED產品吸引力超歐美日韓

深圳市宏齊光電有限公司是一間老牌生產貼片型LED系列產品的企業，該公司的產品出口到中東、東南亞、歐美等多個國家，尤其是印度、

土耳其、伊朗等國家需求大。該司外貿代表羅德龍受訪表示，如果美國繼續開打貿易戰，公司只能逐漸放棄美國市場，所幸公司在美國市場份額不大，對業務實質影響有限。他透露，公司會繼續聚焦發展中經濟體，一些發展中國家沒有技術能力生產貼片型LED（發光二極管）產品，將目光轉向進口。歐美、日韓的LED產品價格相對較貴，性價比高的中國產品便脫穎而出。

去美國。」

### 美方常跳單 合作本不易

王文英說，與歐洲人相比，美國人比較「善變」。「由於美方的零部件工廠採購量大，他需要我們提供中方加工廠的具體名稱和資質，結果第二年他就跳過我們，直接去跟工廠簽約了。」像這樣的跳單行為在與美方合作中發生多次，這也是王文英看淡美國市場理由之一。王文英解釋，歐洲零部件工廠對品質要求較高，只要在質量和交貨日期上有保障，廠方不會輕易更換進口商。美國零部件工廠對價格相對敏感，貨比三家再選擇便宜的進行合作，彼此之間的信任度較低。

「所以我對美國市場一直抱有謹慎的拓展態度，多年來都把重心放在歐洲市場上，去年公司對美出口額不到100萬美元，相當於歐洲市場的五分之一。」

「聽說美國打算將2000億美元的中國商品關稅從10%上調至25%，一旦該增稅方案生效，我們就打算放棄美國市場。」王文英不諱言，企業做出口生意，毛利率不超過20%。按照以往美方做法，肯定會設法把增稅壓在進口商身上，屆時沒什麼談判餘地。

「事實上，像我們這樣能做歐洲市場的機械零件的出口企業，轉往日本市場也不失為一種好的應對方式。」王文英說，歐洲工廠對產品的品質要求和質檢規則都比較高，但利潤也相對更高；美國工廠雖然採購量大，但壓價得厲害，加上批量生產的商品可替換性也較強，所以利潤相對較低。「在這方面，日本工廠與歐洲工廠更為相似。」

今年6月，王文英報名參加日本工業展，接到了不少意向訂單。「我們做的有些類似高精尖產品，不像一些服飾鞋帽只要掛在網上看看樣子就能下單，客戶喜歡

國內場所帶來的影響，土美夾攻，美國市場本就佔比不大，一旦日本市場被拿下，何止是彌補損失，明年銷售額更上漲也說不定呢。

在華府7月公布的2000億美元增稅清單中，中國的紡織服裝產品首當其衝，在美方建議的6031個徵稅稅號中，與紡織服裝產品稅號相關的達1000餘個，約佔增稅清單的六分之一。

### 浙成衣集團拓內銷再定位

浙江春風集團主營針織類成衣業務，多年來都是沃爾瑪、Target等美國平價超市的針織類成衣供應商，向美國消費者提供包括圓機針織，橫機針織以及梭織服裝產品，去年出口美國約7000萬美元產品，佔總出口額的35%。春風集團外貿事業部總經理Elva告訴大公報，以針織商品為例，之前關稅一般在10-20%左右。

Elva稱，雖然美國是集團重要出口市場，但近兩年內地市場發展急速，幾年前集團建立內銷品牌事業部，投入建設自有的羊絨品牌，在內地開設多家專賣店。「我們有多種模式來抵銷與美國貿易戰潛在不利影響。」



▲杭州巴法機械有限公司總經理王文英看淡美國市場，轉投日本市場  
大公報記者俞晝攝