

对附加值比较低的产业来说，2007年是水深火热的一年。“去年底，家具产品的出口退税率由13%降至11%，下调2个点，我们的一批订单就不得不放弃。那些只有2个点利润的订单，现在就没法做了。只有那些利润空间是3个点的订单，能留下1个点的利润，还能做。”5月24日，广东联邦家私集团有限公司的杜总告诉记者，“现在这行业只求还能生存，不要说利润了。”

然而，就是这个领军企业，在出口退税的阴影下，也倍感艰难。“今年出口退税下调2%，简单地说，就是成本增加2%。不要小看这2个点，家具出口的利润空间往往就在1%—2%之间，比如1.5%，利润非常低。”

#### 家具业：2%的退税淘汰大批企业

对附加值比较低的产业来说，2007年是水深火热的一年。“去年底，家具产品的出口退税率由13%降至11%，下调2个点，我们的一批订单就不得不放弃。那些只有2个点利润的订单，现在就没法做了。只有那些利润空间是3个点的订单，能留下1个点的利润，还能做。”5月24日，广东联邦家私集团有限公司的杜总告诉记者，“现在这行业只求还能生存，不要说利润了。”

然而，就是这个领军企业，在出口退税的阴影下，也倍感艰难。“今年出口退税下调2%，简单地说，就是成本增加2%。不要小看这2个点，家具出口的利润空间往往就在1%—2%之间，比如1.5%，利润非常低。”

事实上，很多家具企业都将出口退税作为自己的主要利润部分。“家具业的竞争越来越激烈。现在中国家具出口量大，但生产量更大。所以，产品价格提不上去。人工、原材料、汇率、出口退税等，所有增加的成本都靠企业内部消化。”杜总感叹，“这加速家具企业的淘汰，现在家具业的集中度明显提高。”

谁将成为出口退税的赢家呢？市场似乎已有倾向。“主要看企业的利润空间大小。利润空间大的企业，出口退税对它的影响就小，而利润空间小的企业，影响就大。”杜总说，“在生意上，各有各的做法。但在目前的情况下，大企业不一定好做，小企业也不一定没有生存空间。这要看综合实力。”

据了解，目前家具行业平均利润为5%—8%，去年12月退税率从13%降到11%后，一批竞争力不强的企业开始被淘汰出局。

{mospagebreak}

#### 小家电：提价是唯一出路

事实上，对家电行业来说，出口退税的调整在三年前已有过阵痛。2004年1月1日，国务院将部分家电产品的出口退税率为17%下降到13%。

“2004年调整出口退税，对我们来说还无所谓，当时有10个点的利润，减少出口退税后，还有8个点的利润。但现在除了出口退税下调之外，同时还有人民币升值、原材料价格上升等影响。一方面是成本不断上升，另一方面是行业竞争激烈，没法提价。我们的利润很低了。”

“这几年，我们的日子非常难过。现在出口微波炉只有2个点的利润，再调出口退税，就要亏损了。”广东中山东菱威力电器公司海外营销中心副总监卢晓红说。

对生产占世界大半江山，并且高度集中的中国微波炉企业来说，不能提价，似乎是一件奇怪的事。但

事实就是如此。

前几年，中国的微波炉经过残酷的行业竞争，只剩下4家微波炉生产商，即格兰仕、美的、威力等，&ldquo;其他企业都很小，可以忽略不计&rdquo;。这4家厂商在全球的竞争对手也只剩韩国的LG和三星，然而，韩国的2家企业在成本上根本无法和中国企业媲美。

&ldquo;在国内，现在大家都处在关键点上，好像有点赢利，但又没有什么利润，如果降低退税，影响就大了。&rdquo;卢晓红表示。

{mospagebreak}按理说，在成本上升时，物美价廉的国内4家生产商应该联合起来提高出口价格。然而，&ldquo;我们中国的企业自己打自己，大家都无法提价，各做各的。&rdquo;

事实上，到了今天，微波炉企业并不担心出口退税降低会影响出口产品在国际上的竞争力，毕竟中国4家企业的产品占据国际市场的最大份额，&ldquo;但我们担心企业的赢利能力。没有赢利，企业就只有关门&rdquo;。

&ldquo;其实要从企业内部挖潜力，已经很难了。短期内，我们不可能有什么作为，至少10年之内没有这个希望。&rdquo;事实上，行业利润已低到不能再低。卢晓红肯定地说，&ldquo;没有别的出路，只能整个行业联合起来提价。&rdquo;

不但是微波炉，可以说，中国家电行业的出口都面临着同样的局面。事实上，近年来中国家电出口平均利润不足10%。而长期以来，家电出口无序，在价格上的恶性竞争，已严重地阻碍家电行业的发展和出口。

对许多中国出口企业来说，短期内，&ldquo;联合提价&rdquo;似乎已是攀登险峻&ldquo;华山&rdquo;的唯一一条道路。

记者在调查中发现，家电、纺织、陶瓷等许多出口企业在成本上升之后，都在想办法提价。

&ldquo;现在我跟客户谈价，会把价格提高一点。&rdquo;广东省轻工进出口股份有限公司经伟事业部总经理杜绪告诉记者，&ldquo;但是成本的上升并不能100%通过提价来消化。退税率下调，各方都要分摊成本。一般来说，客户要消化至少50%以上的成本，剩下的成本主要由进出口公司自身消化，这部分成本多半在20%—30%。而生产厂商大多不愿或较少承担出口退税的成本，因为他们受到原材料、人工成本上升的影响，利润空间已很小了。&rdquo;

更多推荐：