

《第一财经日报》4月17日从“第101届中国进出口商品交易会”（下称“广交会”）上了解到，人民币升值并没有阻挡中国家电产品出口快速增长的势头；而国家有可能将继续下调家电产品的出口退税率，越来越多的中国家电企业将会到海外设厂，来应对出口形势的新变化。

量增30% 价提5%

记者在广交会的现场询问了春兰、格兰仕、格力、美的、TCL等多个家电企业今年的出口情况，得到的回答都是今年中国家电产品出口继续保持快速增长。格力空调、美的冰箱、TCL空调、格兰仕今年以来的出口增幅都分别达到30%。

格兰仕集团常务副总裁陆荣发认为，对人民币升值，海外的顾客都能理解，而其他国家的家电行业要一下子超过中国并不容易，没有像中国那么完善的产业配套基础。格力海外销售公司副总经理欧阳俊则说，人民币升值如果每年的幅度不超过5%，格力可以消化掉。

中国家电产品出口的增长，并不是以降价来实现的。记者在广交会现场了解到，今年空调、冰箱、微波炉等家电产品的出口价格普遍上涨了5%，涨幅大约在3%~6%，除了人民币升值，铜等原材料的成本增加也是中国家电出口产品提价的主要原因。

退税料降 汇率料升

尽管人民币升值目前还没有给中国的家电产品出口造成太大的影响，但业内普遍认为，人民币逐步升值是一个趋势，因此如何应对外汇风险仍是家电业出口必须面对的课题。

江苏春兰进出口有限公司总经理冯斌称，春兰正在考虑以多种手段来锁定汇率，力争把未来汇率涨跌这个不确定因素的影响降到最低限度。比如，缩短国际结算周期，“如果六个月后才结算，就可能折损2%”。

在人民币汇率看涨的同时，出口退税率则被看跌。据了解，多家中国主流家电企业已经听到一些风声，国家有可能将进一步下调家电类产品的出口退税率，来减缓目前中国贸易顺差的状况。

2004年元旦起，中国曾将家电产品的出口退税率从17%下调至13%；从2006年9月15日起，国家对科技含量较高的平板电视、刻录DVD等产品的出口退税率恢复为17%。如果国家将家电产品的出口退税率再次下调，那么中国家电产业的出口又将面临多一重挑战。

海外设厂越来越热

随着人民币升值、原材料涨价、出口退税率的下调，越来越多的中国家电企业正在考虑到海外设厂，从而规避外贸风险，同时提升自主品牌。

欧阳俊说，格力空调正努力提高自有品牌出口的比重。因为简单的OEM出口利润已经很薄，新的出口形势将令OEM的利润变得更加脆弱。格力将在巴西、巴基斯坦、伊朗、沙特、俄罗斯、乌克兰、南非等一些新兴市场国家，加大品牌投入。

他说，格力在巴西建厂后已在当地取得第二位的市场份额；格力在巴基斯坦也由经销商投建了一个工厂。“长远看，海外设厂是必须走的一条路，可以规避出口退税下调、人民币升值的风险。”

陆荣发昨天则向本报记者透露，格兰仕正在酝酿海外设厂的事宜，“这一两年就会实现”。

。海外设厂的选址可能会在南美或者中南亚等地。

事实上，海尔、格力、长虹、美的、志高等一批中国家电企业近年正加快海外设立生产基地的步伐。