

美多次主動傳遞信息冀談判 中方正評估

香港文匯報訊（記者 朱燁、凱雷 北京報道）近期美方多次表示，正與中方就經貿問題進行談判，並會達成協議。對此，中國商務部新聞發言人2日在答記者問時表示，中方注意到美方高層多次表態，表示願與中方就關稅問題進行談判。同時，美方近期通過相關方面多次主動向中方傳遞信息，希望與中方談起來。對此，中方正在進行評估。相關專家對香港文匯報記者表示，中方提出的「評估」很有用，美國單方面發起的關稅戰，在關稅問題上態度反覆，沒有誠意，近期美方多次表達磋商希望，這就需要美方有實際行

動，中方對此要做認真評估。

美想談就應拿出誠意

商務部發言人指出，中方立場始終如一，打，奉陪到底；談，大門敞開。關稅戰、貿易戰是由美方單方發起的，美方想談就應拿出談的誠意，要在糾正錯誤做法、取消單邊加徵關稅等問題上作好準備，拿出行動。我們注意到，美方近期不斷就調整關稅措施放風。中方想要強調的是，任何可能的對話、會談中，如果美方不糾正錯誤的單邊關稅措施，則說明美

方完全沒有誠意，且會進一步損害雙方互信。說一套、做一套，甚至試圖以談為幌子，搞脅迫訛詐，在中方這裏是行不通的。

商務部研究院學位委員會委員、研究員白明對香港文匯報記者指出，近期美方通過不同的渠道向中方表達了希望磋商接觸的意向，商務部發言人答記者問表達得很清楚，中國方針不變，打，奉陪到底，談，大門敞開，立場沒有變化。今年開始，美方不斷加徵關稅，中方的做法是對等反制，奉陪到底。現在美方又流露出談的意願，談就談，但首先要有意誠意，到底有沒有誠意，中方

需要評估，沒有誠意就是在浪費時間。對於關稅，美方態度反覆，一會兒說要降關稅，一會兒又說中國不作出讓步降關稅不可能，中方從中看不出任何誠意。對於美國態度反覆甚至訛詐，中國退一步換不來海闊天空，很有可能換來對方的得寸進尺。美方的態度不變，談就沒有好的預期。正如發言人再次重申「談，大門敞開」，就需要看美方的實際行動，對此作出評估。「解鈴還需繫鈴人」，白明說，關稅戰是由美方發起的，那麼必須由美方率先拿出具體行動，才能看得出誠意。

廣交會設「內銷洽談區」 外貿企針對內地市場開發新產品

中國玩具天團：着力內拓不蝕本銷美

反擊關稅霸凌

香港文匯報訊（記者 盧靜怡、李紫妍 廣州報道）

「以前能買30個玩具，現在只能買兩個。而且價格會比之前要貴一些。」美國總統特朗普4月30日在白宮內閣會議上承認關稅對玩具的影響。中國是全球最大的玩具生產國和出口國，嚴重依賴「中國製造」的美國玩具市場如今面臨着貨品短缺，曾經物美價廉的玩具變成了「奢侈品」，美國民眾承受了美國政府濫施關稅政策後造成的後果。正在廣州舉行的第137屆廣交會三期展會上，玩具是其中一大展示板塊。面對美國的關稅「大棒」，不少中國玩具出口企業表示會暫停美國訂單，寧願將供美國貨品存在倉庫也不會蝕本運出。事實上，這些精品玩具的銷路並不發愁，不少企業在國家推動的外貿優品拓內銷系列活動中打通了內銷之路，短短一個月時間已經陸續進駐內地商超，前景看好。

美去年進口玩具 75%來自中國

美國商務部數據顯示，2024年美國進口了價值177億美元的玩具，其中75%來自中國。然而，在美國濫施關稅政策之後，不少中國玩具廠商都暫停生產或發貨美國市場的訂單，轉而將目光投向內地市場。香港文匯報記者在走訪廣交會玩具展區中發現，不少在「C位」醒目位置的大型玩具企業，都掛上了「可內銷」的牌子，有的更是開闢了「內銷洽談區」。

在蘇豪弘業玩具展位上，一系列會對話的AI毛絨玩具吸引了採購商的圍觀。「我們玩具板塊的九成銷往海外，其中60%至70%出口至美國。」蘇豪弘業銷售經理江舟告訴香港文匯報記者，受美國濫施關稅影響，美國市場的訂單已有所放緩。「從去年開始，很多美國客戶處於觀望狀態，有些訂單被暫停。」他說，公司與美國市場合作已久，不少老客戶有30多年以上的合作關係，但高額關稅讓美國客戶進退兩難。「關稅加到100%以上時，我們是無法分攤稅負的，我們一邊維繫美國老客戶的關係，繼續打樣保持合作，等形勢變化再重新恢復出口。另一邊，我們也在嘗試拓展內銷市場。」

政府打通渠道 產品入駐大型商超

「以前我們想做內銷，但找不到門路。」江舟坦言，作為老牌外貿企業，對內地市場感到陌生，即使想聯繫大型商超，也常常面臨「沒有人脈、沒有通道」等難題。轉機來自國家近期大力推動的外貿優品拓內銷行動。「像山姆等一些大型商超，過去是我們碰不到的渠道，但現在他們在國家政策號召下，主動歡迎外貿企業入駐，還提供了優惠政策。」短短一個月時間，江舟說，他們有部分產品已進入這些商超的電商端口，正在加緊裝修線下展示櫃位，未來將進一步拓展實體渠道。「我們第一次跑內地商場，確實也不太熟悉，但這是一個機會，政府幫我們打通了第一道門檻，接下來就看我們的產品實力了。這套AI毛絨玩具是專門針對內地市

場而開發的。」

「我們每年的訂單約在6,000萬美元左右，其中美國市場佔比兩成。」江蘇國泰博創實業有限公司工作人員孫夢婷表示，美國加徵關稅之後，他們將部分產能轉移到柬埔寨的工廠生產。「外國的工廠不及中國那麼配套齊全，而且員工效率也不及國內，所以柬埔寨工廠目前只能進行簡單的來料加工，無法處理複雜品類，所以也很難單靠外國工廠做美國訂單。」

暫停美市場 嘗試和名創優品合作

孫夢婷亦指，美國加稅後，公司尚有一批美國訂單的玩具滯留在倉庫。「我們只能存起來等，不可能蝕本運出去美國的。」相比起美國市場的停滯，她告訴香港文匯報記者，公司這一個月在拓內銷方面成效迅速。「我們已經和名創優品嘗試合作。內地市場強調設計感與IP聯名，我們做慣歐美風格的，仍需要一段時間去摸索。」

江蘇陽光東昇進出口有限公司的展台布置得溫馨夢幻，各式可愛溫柔的長毛絨動物玩偶擺滿展櫃，讓人彷彿步入一個童話世界。而仔細一看，這些玩偶風格鮮明地分為兩種，一種造型和顏色比較傳統柔和，另一種則在配色上更鮮艷活潑，形象設計也更加大膽有趣。該公司玩具部進出口總經理謝貽怡介紹，公司主要做歐洲出口，前者是他們根據當地消費者偏好設計生產的產品，後者則是近年來專門開拓國內市場的新產品。

「國內市場很大，今年廣交會也很鼓勵企業轉內銷，所以專門帶來一些適合國內銷售的產品，多試試機會。」開拓國內外新市場，是今年廣交會上外貿企業的「主旋律」。除了接觸到秘魯等西班牙語國家，以及印度、俄羅斯等許多新興海外市場的客戶，謝貽怡說，本次廣交會他們還專門帶來針對國內市場設計的自有玩偶品牌，現場也吸引了很多國內外採購商，她表示國內品牌其實早已在淘寶等電商平台上架銷售，並且賣得不錯，希望通過廣交會的平台加大內銷的宣傳力度。



●桌遊、玩具、遙控車……廣交會三期的玩具展區有各種各樣的玩具。
香港文匯報記者盧靜怡攝



●廣交會三期，各式玩具吸引海外採購商的關注。
香港文匯報記者盧靜怡攝

中國玩具與美國市場

- 中國2024年玩具出口總額：398.7億美元
- 美國2024年進口了價值177億美元的玩具，其中75%來自中國。（美國商務部數據）
- 如今中國停止供應玩具，2025年聖誕季美國可能面臨60%暢銷商品短缺。（美國商務部數據）
- 美國本土玩具產能恢復需3—5年，且成本難以與中國競爭，如熊貓玩偶從32美元漲至80美元，普通家庭購買能力下降，消費降級趨勢明顯。（美國玩具協會測算數據）

整理：香港文匯報記者 盧靜怡、李紫妍

外貿「老江湖」以韌性應對關稅戰

「我們參加廣交會50多年了」「從流花湖館的時候，我們就來做生意了」……廣交會第三期上的玩具外貿企業，不少都是沉浮海外市場數十年的「老江湖」，他們在國際市場波動和時代發展中不斷調整業務，各自淘洗出自己的「長青秘籍」。不過他們也坦言，只要生意一直做，就會面臨新的挑戰與機遇，在當下關稅戰掀起的新一輪危與機中，他們將繼續以中國外貿人的韌性與靈活性走下去。

挖掘市場需求 培育設計團隊

主營中高端毛絨玩具出口的江蘇陽光東昇進出口有限公司，今年主要帶來一批取得「GOTS」（全球有機紡織品標準，Global Organic Textile Standard）認證的新產品，希望通過廣交會尋覓海外市場品牌代理。「我們是內地第一家進行這個有機認證的公司。」該公司玩具部進出口總經理謝貽怡介紹，這意味着從有機棉的種植土壤、種子、成品面料、染色等，產品生產的每一道環節都

必須是可溯源的，門檻非常高。

高門檻意味着競爭力，謝貽怡說，出海幾十年間，他們培育起了自己的核心競爭力，包括在歐盟、澳洲、美國註冊自有品牌，精準挖掘市場偏好和需求，培育核心設計團隊等，都有助於增強企業在國際市場上的議價主動權。謝貽怡介紹，已經有澳洲、沙特阿拉伯等國家的客戶在參觀展位後表達了代理合作的意向。

從事玩具外貿30多年，江蘇大東工贸有限公司業務經理俞贊則深刻感受到，全球範圍內的業態正在發生改變，在電商模式、義烏模式興起的影響下，玩具外貿的商業鏈條縮短了，「以前都是當地的進口商從中國集中採買，再分銷給下游客戶。」而現在，下游客戶可以直接對接小廠家進行小批量採買，給傳統的大規模玩具工廠帶來挑戰。不過俞贊表示，到了必須作出改變時，他們也將通過減少設計款式、改變備貨模式等方式進行應對。

「合同已經簽了，節日也馬上了，到了沒辦法再拖的時候美國客戶還是要



●境外採購商正在了解徐傑公司的派對服裝。
香港文匯報記者李紫妍攝

接受。」鎮江聯友歷代服飾工藝品有限公司則在小眾賽道站住腳跟，他們在內地主營影視劇及舞台表演服裝設計，並由此衍生出節日派對玩具服裝出口業務，目前歐洲、美國市場約各佔一半。由於這類產品具有很強的文化屬性，雖然市場「小眾」但需求比較剛性，該公司總經理徐傑介紹，目前公司每年的出口額基本穩定在四五百萬美金上下，「大概60%以上成交都源於老客戶。」

●香港文匯報記者 李紫妍、盧靜怡 廣州報道

首季北上廣等7省份進出口 佔外貿總值四分三

香港文匯報訊 據新華社報道，今年以來，面對嚴峻複雜的外部環境，主要外貿省市勇挑重擔，發揮各自優勢，展現出較強的支撐帶動作用。據海關統計，一季度，廣東、江蘇、浙江、上海、北京、山東、福建7大省份合計進出口7.78萬億元，呈持續增長趨勢，佔中國進出口總值的四分之一，實打實起到了挑大樑作用。

對於一季度外貿大省的進出口表現，海關總署

副署長王令浚用「三個有力」進行概括。

一是有力穩住外貿大盤。外貿大省產業基礎扎實、区位优势突出，進出口主體活躍，一季度，有進出口實績的企業達到42.2萬家，增加6.1%，佔中國有進出口實績企業數量的近八成。與此同時，外貿大省積極擴展國際市場，對150多個國家和地區進出口實現增長，對其中89個國家和地區的增速好於整體水平。

二是有力發揮創新優勢。外貿大省積極培育和發展新質生產力，加快科技創新和產業創新融合發展。一季度，外貿大省出口高技術產品7,835.2億元，同比增長4.5%，佔中國同類產品的71.3%。其中，電子信息產品、高端裝備、生物醫藥分別出口3,857.1億元（人民幣，下同）、2,365.8億元、301.1億元，分別增長1.6%、8.9%、9.9%，佔中國同類產品的66%、78.4%、74.8%。

三是有力服務保供穩鏈。外貿大省進口國內生產生活所需的能源資源產品、關鍵零部件、消費品比重大，豐富了國內供給。一季度，外貿大省進口原油、金屬礦砂分別佔中國同類產品進口總量的83.1%、67.6%，進口電子元件、自動數據處理設備零部件分別佔中國同類產品進口總值的78%、88.1%。此外，外貿大省進口消費品3,184.2億元，佔全國的八成以上。