

华府首创的华裔老人日间健康护理中心



彩虹老人日间健康护理中心

地址: 8400 Helgerman Ct, Gaithersburg, MD 20877

彩虹宗旨

真心对待 细心照顾
耐心辅导 热心员工



- 💡 隶属全美最大的医疗护理机构,正规化、现代化、人性化的管理模式。
- 💡 拥有华人优良传统,积累了十四年专业管理经验和细心的工作人员。
- 💡 完善的医护服务:预约医生,问诊,跟踪健康状况及安排交通接送。
- 💡 在营养师的指导下提供营养美味的早餐、午餐及点心。
- 💡 协助申请各项老人福利(包括Medicaid 和 Medicare)。
- 💡 提供有趣的室内外娱乐及购物活动和中美两国传统节日庆祝活动。
- 💡 全新装修,安全舒适卫生的活动环境。



加入我们吧
彩虹这头是您
期待已久的幸福

衷心感谢华府地区的华裔老人的支持!

在新的一年里我们推出全新打造的彩虹老人日间健康护理中心!

欢迎您来电咨询: 301-987-8889

电热毯卖爆欧洲真相:工厂并没大单,经销商低价甩货

即将到欧洲留学的张鑫,看到能源紧缺的消息,在出发前行李箱塞了半箱取暖用品:电热毯、充电暖手袋、发热鼠标垫。

欧洲的寒冬和能源紧张问题,不仅影响着张鑫,也正在引起国内的行业“波动”。

从9月开始,中国电热毯在欧洲畅销的话题便频上热搜。一个多月时间,不仅是电热毯,光腿神器、暖手宝等国内“过冬八件套”开始被欧洲消费者“买爆”。电热毯上市公司彩虹集团也成为近期A股的焦点。

出口并非彩虹集团的主业。据公司公告披露,截止今年6月底,彩虹集团电热毯等取暖产品实现海外销售收入21万元,目前在手订单金额约133万元,合计占上一年度公司营业总收入的0.13%。

但是,这并不影响股民对彩虹公司的看好。9月至今,彩虹集团总市值已经大增超25亿。不过,其他取暖设备公司就没有彩虹集团那么幸运,他们并没有靠着这次短暂的风口实现飞跃。

浙江慈溪是国内较大的取暖器出口产业带,在这里有近200家取暖器工厂。一些工厂的订单排到了春节,但总订单量并没有明显的上涨。

尽管不断收到来自欧洲客户的需求,但理性告诉他们,现在生产已经太晚。

工厂的判断是正确的。在德国做跨境贸易的陈明就亲眼见证了,国产电热毯在德国从脱销到滞销的整个过程。

他告诉Tech星球,5、6月份在德国的确有一波电热毯抢购热潮,但时间非常短暂。现在再入局电热毯,极有可能成为滞销库存。

但还是有人想要抓住这次风口。这是近几年来,为数不多有可能带来财富改变的机会。他们只希望这股风,能吹得更大一些。

“生产旺季拉长,但订单没有明显增长”

欧洲的“平价取暖热潮”,还是传导到了国内。

根据中国家用电器协会数据显示,2022年,我国多数家电产品对欧洲出口额下降,但电暖器、电热毯品类逆势增长,1至7月,累计出口额分别达到4.9亿美元和3340万美元,其中,电热毯的增长达到97%。据海关总署数据显示,今年7月,欧盟27国进口中国电热毯达129万条,环比增加150%。

浙江慈溪,是国内四大家电产业基地之一。在这里有2000多家家电工厂,而生产取暖用品的工厂有快200家。

这里也是中国最大的电暖器出口地之一。慈溪电商协会会长余雪辉告诉Tech星球,头部取暖器工厂的年销量能达到两千万到三亿。并且有六七成工厂过去十几年都是以出口为主,销往美国、俄罗斯、巴西等国家。而近期,他频繁接到来自欧洲客户的合作电话。

但这并没有让工厂老板们感到兴奋。“零售端热闹,但工厂端现在接大订单并不现实”,余雪辉解释。

老板们都明白,现在欧洲出现的采购取暖器备用热潮,是临时应季采暖的需求。“因为欧洲是担心冬天燃气不足可能会影响取暖,这种临时性需求,大家都会优先考虑价格,另一方面,整个消费信心都不足,所以低价产品更受欢迎”,余雪辉告诉Tech星球。

但现在这个时间点,已经没有工厂会接来自欧洲的大订单。

“现在时间已经很晚了”,余雪辉向Tech星球解释说,“因为生产周期的问题,虽然欧洲那边有需求,但是到我们这边可能就已经生产不了了。”

传统取暖器的下单旺季是每年的3、4月份,因为需要生产和海运交货的时间周期,现在下单再到欧洲消费者手里已经是圣诞节之后。此外,出口欧洲各国还需要时间取得相关认证资质,整个交货周期再次被拉长。

余雪辉统计过,慈溪取暖工厂的欧洲出口订单没有出现明显上涨。但欧洲的“平价取暖热潮”,还是让今年取暖工厂难得地出现10月依然是生产高峰的时刻。

在俄乌冲突爆发之后,此前每年3、4月本该下单的客户都开始观望,延迟下单。这让工厂减少了大量订单,“原本四个月的接单旺季变三个月了”,余雪辉说道。

每年6至9月,是取暖用品生产的旺季,一些客户临时加单,让9月本该结束的旺季延长到了10月。以往这个时候,取暖工厂开始着手寻找夏季风扇的客户订单。但现在,工厂还在加班加点赶取暖器的工期,有的工厂订单甚至已经排到过年春节时间。

“今年总体销量下降在10%以内的工厂,都已经算很好的了”,余雪辉告诉Tech星球,“相比其他的小家电,取暖产品的出海销量是增加的,但大家交流的时候,还是觉得今年总体能保平就已经很优秀了。”

从“求电热毯工厂资源”,到“低价转手甩货”

多年的跨境贸易经验告诉陈明,现在早就过了最佳入场的时间,已经不能再打电热毯的主意。

在今年5、6月份,因为国际形势,德国油价开始上涨,陈明甚至买不到厨房用油。而电价已经涨了三倍。“之前差不多0.2欧元一度电,现在要0.6欧元多”,陈明告诉Tech星球。还不知道暖气费要涨多少的德国居民,开始储备更多取暖产品抵御还未到来的冬季。就在那两个月,中国的电热毯、电暖炉一时间成为抢手货。

陈明身边就有不少在5、6月卖出上千条电热毯的同行。他告诉Tech星球,“那些能销货的贸易商,其实是之前就在德国卖过电热毯这一品类的”。

利润尽管诱人,但陈明也并未所动。他清楚地知道,商机稍纵即逝,并且只属于有准备的人。“身边朋友能抓住需求是因为他们恰巧当时有库存”,陈明告诉Tech星球,“而且他们之前就有品牌,有供应链资源,有认证,只需要下单生产就可以。”

王立就是其中的幸运儿之一。

一直做跨境出口贸易的王立,在德国有自己的仓库和品牌。在之前,王立就贴牌销售电热毯。这一次突如其来的需求,让他成功清掉积压多年的库存。一条平时60-70欧元的电热毯,在当时能涨到80-90欧元。王立怎么也想不到,积压的库存还能让他小赚一笔。

看准时机的王立,立马联系国内工厂再临时生产了一批电热毯。但这批货被德国批发商抢走后,王立并没有再向工厂加货。他也不知道,突如其来的热潮维持不了多久。

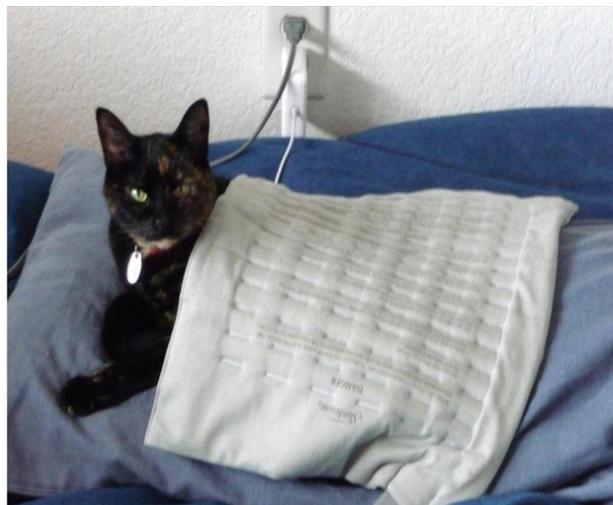
德国的冬天,温度到零下的日子并不多。在陈明的印象里,一件防风衣再加羽绒内胆,就能度过整个冬天。

9月,德国有些城市已经下起了第一场雪。10月,德国就已经开始城市供暖。20%的暖气费涨幅,让陈明完全不担心今年冬天,“一个月的暖气费大概就涨了20%左右,没有那么夸张,大家还能承受,可能卢森堡那边涨得厉害一点。”

很快,贸易商群里的消息,就从“求电热毯工厂资源”到“低价转手电热毯现货”。“8、9月就已经有人在群里出货了”,陈明回忆到。

“有个西班牙的卖家,一整个集装箱的货在低价出,说明这批货到西班牙就没有卖掉过”,陈明告诉Tech星球。

看着焦急的群友们,陈明很庆幸自己还好没有踩坑。



不想“错过”机遇:总比生产线暂停要强

陈明计算过,用电取暖的成本并不比使用暖气低。只要没有断暖气,基本不会有人考虑用电取暖。“之前大家都是怕冬天暖气费翻几倍,或者可能断暖,才储备一些电热毯之类的”,陈明解释道。

“我认识的德国人买得不多,反而是一些中国人在囤电热毯”,陈明发现了这个有趣的细节,“安装了太阳能板,或者地热的德国家庭,也不太担心无法过冬。”

“因为大部分是中國人在参与进口电热毯这件事”,陈明分析,“这段时间客户不停的在发货,朋友圈就知道电热毯在热销,大家都会想着去囤点,反正不贵。”但热销也仅限于电热毯这类耗电并不算高的产品。

事实上,在欧洲当地的本土品牌,也早已有满足不同需求的电热毯品牌。据界面新闻报道,在德国能够挤上销量榜的电热毯,是德国本土的Beurer品牌、美国的Dr. Watson品牌。陈明也告诉Tech星球,不追求性价比的家庭可能会优先买价格贵很多的本土品牌。

余雪辉也统计过,过去几个月,在慈溪出厂价在4-5美元的小暖房机的销量,远大于高客单价的取暖器。

但在国内,很多人却还不想错过这次机会。为了接欧洲订单,刘阳临时去办理入欧的相关产品认证,尽管现在已经到了10月末。

“我现在是按小型公司的规模去申请相关认证,如果有大订单,需要大型公司的相关认证,那我还得去重新申请”,刘阳告诉Tech星球。他计算了一下,两种认证的成本相差近三倍,大型公司的申请费用在3万元左右。

尽管接海外订单需要重新投入成本,但总比生产线暂停要强。刘阳的工厂在河北,主要生产立式暖风机和小型的工业暖风机。过去4年,他从未接触过海外客户。但疫情这几年,他不得不将目光也转向国外。

今年6月,刘阳刚刚赶完3、4个集装箱的货。而整个上半年,刘阳都未接到订单。为了工厂“能活下去”,刘阳愿意承担着更多认证、海运的风险。

刘阳并不关心那些集装箱送往欧洲哪个国家,他只在乎自己的生产线能否转起来。不仅仅刘阳,跨境平台服务商、跨境物流商也同样不在乎电热毯销往哪个国家,他们只关心是否有人要运电热毯到欧洲。

他们都拼命想要让这股风吹得更大一些,为的也只是让自己“活下去”。