

南海制造 “出海”稳航

开栏语

党的二十大报告提出,推动货物贸易优化升级,创新服务贸易发展机制,发展数字贸易,加快建设贸易强国。今年以来,延宕反复的疫情形势与复杂严峻的国际局势让全球资本流动受到冲击,人员往来和物资流通受阻,给企业拓展海外市场带来不小的挑战。然而,订单是等不来的,走出去才有希望!具有强大韧性和全产业链优势的南海制造业力图“危中寻机”,积极贯彻落实“一带一路”战略、抢抓 RCEP 机遇、积极“抱团出海”,政企同心克服疫情影响,加快拓展国际市场空间,稳步在目标市场周边布局营销机构,第一时间收集市场需求动态,主动出击访客户、抢订单、拓市场。珠江时报推出系列报道,关注变局之下南海制造“出海”如何稳航?

南海制造 出海寻商机

南企走出国门进行市场调研,了解行业发展最新趋势

明趋势

紧迫感和危机感增强 坚定数智化改造方向

对南海企业而言,相对比订单,他们此次“出海”更大收获在于——看清楚行业发展趋势。“在欧洲拜访同行时,特别能体会到这句话:越是难的时候,真正有核心竞争力的企业越是显现出强大的生命力。”邓飞舟以欧洲同行为例,在今年,该同行预计增长超过20%,而增长原因是公司的数字化、智能化程度在提升。

“我看到差距,看到机会,同时也明白公司要实现全球化布局,就要坚定数智化改造方向。”邓飞舟说,感受到了行业内蓬勃的数智化进程,让她一下子有了紧迫感和危机感,目前正在公司里,从方向、方法、动作三个方面加快推动公司的数智化进程。

最近几天,走访了波兰华沙的 Media Markt 电器城等地方后,张伟强敏锐地发现了一些新的行业机会。他注意到,当前欧洲市场的新消费趋势大致分两种,其中基础产品,其市场的需求从质量、细节的高标准转变成了性价比高的需求;而高端的高值产品,反而需求没减,甚至需要做得更好。

张伟强说:“公司会针对欧洲市场的需求做出适度的调整,马上执行适当的产品规格调整策略以匹配最新的市场需求,优化产品对市场的匹配度;针对电视配件的新产品类别,也将展开对消费者更大覆盖面的延伸计划。”

佛山市南海雄奇音响器材有限公司深耕汽车音响行业30年,该公司执行董事陈小峰在欧洲也有新发现:在欧洲路面上行驶的新能源汽车并不多,传统燃油汽车零部件的需求依然旺盛。同时,他也留意到,高性价比的消费品成为市民的选择。

“以前,客户都是需要单一功能的产品,但是现在都明确表示,想要多功能的跨界产品。”陈小峰说,针对此次的欧洲之行,公司做足准备,不仅开发新产品,还就新产品样品与客户展开了面对面的交流,“我们会吸收客户的意见,对产品进行改良,使其更适应市场需求。”

在企业积极稳订单、拓市场、促发展时,南海区相关部门也在积极谋划为企业发展助力。“近三年,南海外贸人遇到了前所未有的挑战,但也促使他们更加团结奋发、知难而进,让南海外贸成绩再创新高。”南海区经济促进局党组成员、贸促会会长梁桂雄说,接下来将继续加大外贸财政扶持力度,充分运用南海区获评广东省进口贸易促进创新示范区的优势,加快出台促进进口贸易创新示范区发展的扶持政策;还将以欧洲经贸团为契机,总结经验并结合企业需要推出更多元化的经贸活动。

据佛山海关驻南海办事处统计,2022年1-10月,南海区外贸进出口总值达1719.2亿元,比上年同期增长7.5%,占同期佛山市外贸总值的30.7%。



■佛山市政府组织的经贸代表团,在欧洲三国开展经贸交流活动。

德国尼奥有限公司与广东高而美制冷设备有限公司签署三年合作协议,涉及金额达2200万欧元;广东中元创新科技有限公司收获总额近100万美元的意向订单……从中国到波兰再到德国、匈牙利,一批南海区企业家参加了由佛山市政府组织的经贸代表团,正在欧洲三国开展经贸交流活动,进行市场调研、寻找商机,已收获订单总额超过1.7亿元。

珠江时报记者留意到,今年以来,南海已有一批企业克服疫情影响,积极在全球进行市场开拓。例如,佛山慧谷科技股份有限公司总经理邓飞舟在国外待了50多天,马不停蹄地拜访客户,签下新订单;佛山市南海永恒头盔制造有限公司于11月初赴意大利参展,展示最新产品的同时敲定新项目合作细节。

三年未出国门,“走出去”的南企仿佛鱼儿回到了大海。珠江时报记者采访了多位已回国或仍在海外争分夺秒的南海企业家,他们纷纷表示,不能闭门造车,要走出去,才能看清楚当下的市场需求;要面对面,才能更深刻理解客户的需求;要走出去,才能看到行业发展趋势。

见客户

面对面了解客户需求 加速推动新项目落地

拜访客户、稳住订单也是“走出去”南企的主要目的。“要不是这次到客户的车间里看看,我都还不是特别理解他们之前所说的需求。”提起此行,邓飞舟感慨万分,“每接到一笔新订单的时候,我们都不能用以前的认知来判定、满足客户的需求,因为我们以为的,并不一定是我们以为的。”

原来,佛山慧谷科技股份有限公司(以下简称“慧谷科技”)曾接到一个来自国外的订单,由于2020年因为疫情影响,慧谷科技根据以往的安装经验,选择远程为客户安装设备,但是令该公司不解的是,客户依然提出要进一步将操作流程细化、标准化的要求。对于客户的要求,邓飞舟

百思不得其解,于是趁着这次出外的机会,她亲自到客户的车间去了解,才明白两者对标准化的理解有所差异,“果真是一千封邮件,一千通电话,都抵不上面对面沟通。”

与邓飞舟有同样感触的还有佛山市南海永恒头盔制造有限公司外贸总监罗爱丽。她说:“这个项目,我们之前隔着屏幕谈了好几个月,一直没定下来,没想到这次在展会现场,与客户互相碰撞一下,把疑问都说清楚,就定下来了。”

迫不及待奔赴相见的还有企业的海外客户。佛山聚阳新能源有限公司海外市场营销总监罗红星在笔记中提到,早在出发之前,他就将即将到访欧洲的消息告诉了欧洲各地的老客户和潜在客户,没想到,有位葡萄牙客户从里斯本飞行将近3000公里到其下榻的酒店,与他见面会谈并且确立合作关系,预估采购金额达1000万元/年。

据了解,佛山聚阳新能源有限公司此行收获颇丰,在中国(佛山)-波兰经贸交流会上,波兰客户与该公司深入探讨了热泵产品的技术发展路线和广阔市场前景,最终与其签署了独家代理协议,意向订单金额达到700万元/年,目前首批订单的定金已支付给企业。

◀ 邓飞舟(右二)在国外与客户进行交流。



■张伟强在德国进行市场调研。

探市场

收集第一手信息 为开拓市场奠定基础

“久违的欧洲客户朋友们,我们来啦!”北京时间11月24日,广东中元创新科技有限公司总经理张伟强出发去欧洲前,在微信朋友圈写下了这段文字。此次欧洲之行,实地考察市场,提升决策的含金量是他最大的目的。

广东中元创新科技有限公司(以下简称“中元创新”)是一家有着40多年历史的企业,产品远销100多个国家和地区。近年来,该公司布局智能家居,推出智能床垫等产品,张伟强告诉珠江时报记者,进入智能家居领域,意味着世界市场、技术的变化对产品定调具有重要的意义,也会影响企业的发展,因为应用了最先进技术的产品不一定是最好的,最适合市场、最能得到消费者认可的产品才是最好的。

“如果没有实地考察,就没办法了解到市场实际情况。如果产品不能与时俱进,产品必定被市场淘汰。”张伟强说。

广东高而美制冷设备有限公司董事长丁小江也抱有同样的想法踏上欧洲的土地。据了解,该公司的经营范围涵盖空气源热

泵、太阳能光热、相变储能(储热/冷)技术及产品应用、高端精密制造、热泵空调工程等多个领域,出口占比并不低。

“我们希望通过对当地市场实地考察,与当地客商、用户面对面交流,拿到当地市场对热泵采暖产品较为实际的第一手信息,因为这些信息对于我们进一步研究、开拓欧洲热泵市场,开发具有欧洲市场特性的热泵产品具有非常重要参考价值。”丁小江说。

不同于中元创新、高而美,佛山市南海永恒头盔制造有限公司(以下简称“永恒头盔”)选择最传统的方式——参加展会。今年11月初,全球顶级两轮车盛会——2022意大利米兰国际摩托车、自行车及滑板车在米兰举行,永恒头盔携产品在会上亮相。

“头盔已经变成时尚单品,所以我们要在产品研发、制造时注入更多时尚元素,而米兰是‘时尚之都’,我希望能从中汲取到开发新产品灵感。”永恒头盔董事长陈伟强说,公司此行不仅与客户就产品设计进行了交流,同时还开发了新设计师资源。