



掘金中东 晋江外贸新坐标

本报记者 柯国笠 蔡明宣 董严军

“在沙特等新兴市场,晋工品牌慢慢开始打响。”福建晋工机械有限公司副总经理郑前远告诉记者,中东市场开春以来成为今年的新增长点。

越来越多的晋江企业有这样的感受。这样的变化在世界杯之后更为明显。一场卡塔尔世界杯,让人们被中东国家的豪气所吸引,也让更多企业将目光聚焦到了这片蓝海市场。

增长迅猛 中东市场迎时机

“我们这两个月也收到了许多中东订单,增长非常明显。”晋江某鞋底制造商负责人张强告诉记者,这种变化从去年年底开始逐渐明显,“其他工厂不知道,我们今年中东订单起码增长了30%”。

张强说,近日,在中国的斡旋下,沙特阿拉伯和伊朗的“握手言和”,更是为地区稳定注入重要力量,也增强了外贸制造企业出口中东贸易的信心。

这样的信心和喜讯正在蔓延。

开春以来,晋工海外市场喜报频传,多批次晋工装载机产品订单从总部发出,发往尼日利亚、印度尼西亚、沙特等地,在海外市场开了好局,也为今年外贸出口订单开了好头。

“主要还是一些差异化优势产品,在沙特等新兴市场,晋工的知名度慢慢打开。”郑前远告诉记者,在携手合作伙伴共同“出海”的同时,晋工也在积极推动自主品牌产品在海外布局,“目前保持了不错的态势。”

业绩增长背后是市场支撑。

数据显示,中东地区拥有超4.1亿的人口,互联网普及率超80%,是世界上增长最快的市场之一。

在跨境电商板块,SHEIN等中国出海品牌也看到了这个市场强大的潜力,凭借中国强大的供应链和运营优势,顺利进入了中东市场。亚马逊也持续投入该市场的布局。

事实上,中东是连接印度洋与大西洋的桥梁纽带,由于其特殊的地理位置,自古以来便是东方与西方之间相互交往的重要通道,也在全球地缘政治中扮演重要角色。

“中东正成为中国投资者的‘优选项’。”长江商学院市场营销学副教授李洋近日在接受媒体采访时作出判断。

数据也验证了这一点。过去三到五年,中东是中国对外贸易成长速度最快的市场之一。2022年全年中国与中东国家的贸易已经超过了5000亿美元,不知不觉之中排在了东盟、欧盟和美国之后。



挖掘潜力 放大优势抓布局

寻求更多机会是张强这几年来工作重点。

“这几年我们欧美市场的订单明显减少。我们也在拓展东南亚、中东市场。”张强说,但是明显看得出,东南亚市场对后来者来说,机会已经不多,中东市场的后发优势更大。

李洋认为,将东南亚市场与中东北非市场作对比可以发现,东南亚人口较中东北非人口多出1亿,但中东北非的GDP是东南亚的近三倍,国民收入水平也明显高于东南亚国家。

“此外,与欧美市场相比,中东也有其独特优势。目前欧美市场已相当成熟,各类商品趋近饱和,而中东市场发展程度、商品丰富程度都还远远不足。因此,对中国企业来说,中东充满机遇。”李洋说,“中东是连接东西方的重要枢纽,对于中国投资者来说,也是一个非常好的‘跳板’。如果中国品牌能够在中东落地,未来就可以从中东辐射和渗透至非洲、欧美等更多市场。”

对此,一名长期从事跨境贸易的电商卖家告诉记者,做外贸的可以把开拓中东市场纳入企业拓展的当下日程。“当然这个市场有很多的特殊性。做惯了欧美、东南亚、非洲市场的商家需要转换思路。”

经过多年的深耕,目前,得兴拉链在土耳其、叙利亚、埃及等中东、北非一些国家拥有大量的品牌经销商,福建得兴拉链科技股份有限公司外贸部经理施秋萍告诉记者,除了持续的对外参展,今年也将持续深耕中东市场,在伊朗、巴勒斯坦等一些空白市场寻找优质的当地经销商,也会借助得兴拉链沉淀多年的品牌力持续开发终端品牌商市场,并拿到他们的指定供应链资源,借此辐射中东市场的加工厂,从而增加在中东市场的销售份额。

新兴市场 机遇与挑战并存

作为“一带一路”沿线重要市场,中东“左手”是沙漠绿洲,“右手”是黄金石油,可谓机遇与挑战并存。

对制造业出海、跨境电商卖家、外贸企业来说,中东是一片亟待开发的宝地。

尽管市场逐渐打开,但国内企业对中东市场的认识仍然有限。如何理解市场和当地文化,对于新进入者而言是摆在当前的直接问题。

与自主开拓市场不同,得兴拉链把更多精力放在寻找优质经销商上。

对此,施秋萍表示,中东市场的国家多,每个国家的人文消费习惯也各不相同,与其派人拓展、培养培训一两年,还不如借助当地辅料市场的“地头蛇”资源,直接对精准市场进行渗透,还可以借助他们对一线市场的了解,拿到一手的市场信息,从而为拓展中东市场开拓更多精准的产品。

“去年,整个中东市场的销售稳中有升,全年出口额在1000万元左右。今年一季度的采购量与去年基本持平。”施秋萍告诉记者,近几年,公司在中东市场的销售份额整体比较稳定,并不会像孟加拉等东南亚市场增长那么快。

即便如此,施秋萍还是十分看好今年的中东市场,她告诉记者,不少中东经销商向她们反馈,其所在的市场正在慢慢复苏,前景预期今年将有所增长。

而跑在前头的电商卖家更为激进。过去几年,除亚马逊、速卖通、eBay等跨境电商平台不断加大对中东市场的投入之外,更有棒谷、SHEIN、执御、Zafu持续加码,拓宽开发力度。2020年疫情对海外跨境市场的催化,也包括中东。据了解,在疫情之下的中东电商整体增长率超过了20%。

但也有人认为,中东地区的经济尽管优于东南亚,但文化存在差异,经济稳定性较为脆弱,整体增长的稳定性较欧美国家存在一定的差距,对关注该市场的企业来说是客观存在的事实。

“文化差异是肯定的,所以我们这两个月做了很多新品开发。”张强说,目前其企业的开发数量是其过去两三年的总量。“新市场新需求,我们也在主动开发,掌握更多订单。”



中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

LILANZ 利郎

361°

盼盼食品集团
PANPAN FOODS GROUP

信泰集团
SinceTech
信泰·网布科技领航者

JINLONG 晋工
取胜源于可靠
WIN WITH RELIABILITY

KELME 卡尔美国际

舒华
让运动更简单



关注科学健身

凤竹纺织
FYNEX TEXTILES

小样! 搭膳

HAINA 海纳机械

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026

茂泰鞋底
MAOTAI SOLES

源泰皮业
YUANTAI
服务热线: 0595-85685062

星达鞋材
TPU热熔胶、高低温膜
服务热线: 0595-85127511

佳龙机械
JILONG

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026