2023年5月30日 星期二 编辑 施珊妹 校对 黄青稚 设计 柯伟仁 电话 0595-82003110

变"意向"为"正式"晋企开启"订单收割"模式

离第133届中国进出口商 品交易会落幕不到一个月,晋 江外贸企业们开始新的忙碌, 一边忙接待,一边忙排单。从 "意向订单"到"正式订单",参 展企业不仅需要面子够靓,还 需要里子够结实。

广交会"归来"的他们,用 创新的产品、数字化的生产方 式、全新的接单模式,把"意 向"变成"正式",开启"订单收 割"模式。

从"意向订单"满满到"正式订单"超 预期,晋企外贸广交会归来,用家门口的产

16个摊位参展,拿下4000多万美元的 正式订单,晋江市莱登克鞋服贸易有限公 司展示了"晋江制造"的干货实力。

深夜11点,晋江市陈埭镇鹏头村莱登 克大厦还亮着灯,该公司总经理陈晓康还 在协调新订单的排期事宜。"此次广交会, 我们的意向订单与正式订单均创历史新 高,当前订单需求已排到10月份,晋江本 地有50多家供应商在配合赶订单。

"此次广交会,欧美采购商比较少,新 增订单主要来自南美和东南亚,预计下半 年的订单量还将持续攀升。"陈晓康说,晋 江的鞋服供应链太给力了,"家门口"的供 应链既有速度又有质量,从原辅材料到配 套加工、物流运输等一应俱全,在全球任何 地方都找不到。

鞋服一直是晋江外贸的主产业,运动 鞋数据亮眼,服装行业也有不错的表现。

"截至目前,我们的订单已经排到9 月,承接到了800多万件的产品订单,意 向订单转化率超20%。"七彩狐服装织造 有限公司的业务副总许永祝说,这样子 的意向订单转化率真的超预期,近几年 广交会一般到5月底,基本转化率不会 超过5%。

超3倍的转化率背后,与七彩狐近年 来的多品类策略和企业数字化分不开。从 泳装拓展到瑜伽、沙滩等其他品类,新产 品、新印花、新面料等,为七彩狐拿下订单 获得更多机会。与此同时,数字化带来的 超20%的效率提升,让企业与同竞品相比 有更高的性价比。

主流行业扛大旗,垂直行业迎破圈,雨 伞行业喜迎"订单雨"

忙布展、忙展会、忙接待、忙寄样…… "好几年没有这么忙了,这个5月前后瘦了 十斤,真是痛并快乐着。"梅花伞业总监官

当前,梅花伞业已经拿下300多万美 元的订单,还有不少日韩客户正在沟通产 品寄样与样品修改。官雄说,按照目前订 单的确认程度,此次广交会订单转化率已 超预期,合计订单总量有望达500多万美 元,订单排期已到9月份。

究其背后的原因,官雄表示,新品与新 品类为公司带来近30%的订单增量,其不 仅可以在展会期间吸引采购商关注,还能 够为客户提供新需求,从而促成新增订单 的形成。



晋企的创新产品吸引不少外商问询下单。

中高端市场,"晋江制造"用产业实力

以欧美订单为主的七彩狐,此次 广交会的订单大部分来自墨西哥、中 些年,随着这些地区的经济崛起,订单 的品质需求也逐年上升。"许永祝告诉 记者,这些订单里面,一部分是自己以 前有做泳装,没有找到合适的供应链 做配合,此次展会结束后,就直飞晋江

从欧美订单为主流到拓展东南亚 过泳装,展会期间看到公司的很多创 域的品牌订单。陈晓康坦言,当下,全 装线的" 等其他区域的订单,拿下这些区域的 新产品,觉得符合他们的拓品需求,所 以决定拓展该品类。

许永祝说,七彩狐现在在做的不 仅仅是增加公司的全球市场占有率, 也在用自身的资源提升泳装行业在全 东与俄罗斯等国家和地区。"区别于早 球市场的占有率,带动不做泳装的新 老采购涉足泳装等弹力服饰。

"这次广交会的不少订单均来自 南美、东南亚的轻奢品牌客户,订单属 于中高端,对于产品的品质要求不亚 于欧美订单。"疫情三年后的广交会, 实地考察工厂,立马下订单合作;还有 让一向以欧美中高端订单为核心的陈 一部分客户是品牌客户,之前没有卖 晓康摒弃偏见,深挖东南亚等其他区

球任何一个国家的客户都有中高端订 单的需求,相比欧美国家而言,这些国 家品牌化才刚刚兴起,品牌订单的需

正所谓,见微而知著。莱登克正 是抓住了国外市场的品牌发展趋势, 并投入大量的产品研发,展会上,符合 金进行新材料、新技术、新工艺的研 品牌调性的产品需求,吸引了品牌采 购商的关注。陈晓康坦言,莱登克的 不少鞋服产品线,为"一带一路"的品 牌采购商提供了更多选择的空间,"不 少客户是听了我们业务员的介绍,并 奢品牌,后续将通过跨境电商实现品 看了现场的产品线才决定同步拓展服

喜提品牌订单的背后,是陈晓康 对莱登克整体公司的战略布局。陈晓 康表示,未来的外贸竞争,一定是品牌 综合实力的竞争。莱登克会通过引入 欧洲高端设计师,强化企业在产品设 计领域的调性与品位,同时会投入重 莱登克会选择同步发展自己的品牌。

陈晓康透露,目前莱登克已收购 landhiker、ELHANN H这两个国外轻 牌全球化的运营。

从以"常规订单"为主到外拓"快 返小单",求新求变,赢得更多利润的 背后,是"晋江制造"主动求新求变。

"小单快返"越来越多,利润更可

"此次承接的订单中,有一部分是 '小单快返'的模式,这种订单的需求 量越来越多,目前主要集中在广告客 户与品牌拓品上。"在官雄看来,与普 通订单10%的利润相比,同样工序的 小单在快返的情况下利润可达到30% 左右。虽然在原有的生产上要做调 整,还需备料,且需要对原有基础款做 产品创新,但在订单趋势与利润的双 重加持下,公司也在积极探索此种合

与此同时,东南亚订单的意外回 流,也让官雄对晋江外贸的未来充满 信心。"此次合作的订单中,有一些是 原先转移到东南亚的客户,现在他们 又重新找我们进行产品报价与合作。' 官雄说,不仅伞业还有其他行业,订单 回流的趋势明显,不少采购商反映,在 无法保证品质与交期的情况下,东南 亚订单的制造成本日渐高企,已无法 抵消低关税带来的诱惑;反之,"晋江 制造"通过数字化倒逼生产,人工效率 不断提升,订单更具性价比,也更能满 足不同客户的订单需求。

场为导向的试款与快返。

了丰富的产品线,如羊毛运动套装、梭 织夹克、羽绒服、针织类产品等

"当前,综合类型的品牌客户越来 越多,他们一个季度会需要不同款式。 不同品类的产品,在这个过程中,我们 可以通过扩充或者整合服装品类来满 足客户的需求,也可以通过创新面料 作为客户的配套供应链。"育英服装总 经理陈起评表示,深度挖掘客户需求, 围绕产业带做创新,便可以嗅到更多

同时,为了加速市场全球化的布 "小单快返"是迎合品牌客户以市 局,育英服装增加了产品面料的创 颇高。

新,增加功能面料、新羊毛纺织面料 广交会三期现场,育英服装展出 等后端供应链的创新。此外,为了适 应海外采购商"小单快返"的订单需 求,育英服装加大了产品款式的创新

"现在要求'小单快返'的品牌客 户越来越多。然而,客户的要求越苛 刻,对我们而言反而是拿单的机会。 陈起评介绍,以前一个订单的交期周 期为70天左右,现在很多品牌订单为 了迎合市场需求、减少库存,都会要求 20天左右出货,再根据市场销售进行 补单,像这种订单模式对企业的供应 链反应能力与当地的产业链配套要求

发布平台: **15880722026**

LILANZ利郎





源 于 可 靠 WIN WITH RELIABILITY

KELME 卡尔美国际











产业周刊15880722026





发布平台: 15880722026







佶龙机械

UOYVEIL 健友皮革

产业周刊15880722026