“晋品”全球版图扩张加速

本报记者 蔡明宣 柯国笠 曾小凤 施珊妹 陈巧玲

随着泉州(晋江)内外贸高质量发展场景创新大会在晋江国际会展中心落幕,晋江优品又一次展现出了“吸金”实力,现场达成意向订单超45亿元,后续预计将达成总额超100亿元的采购订单。

创新“场景供给—需求匹配—链接互动”对接模式,从纯粹的产品展示向产业带展示转变……这场家门口的展会,让晋江优品受到了超700家海内外采购商、38家平台资源商的青睐。

晋江优品贸通全球的背后,既有城市的软实力支撑,更有企业的产品力开拓。多重助力下,“晋品”的全球拓展正加速推进。

硬实力 晋江优品“出圈”

从晋江到东南亚,再到南美、非洲,晋江优品的全球化版图正在加速扩张。其备受海外采购商青睐的背后是技术创新研发的硬实力。

本次大会,晋江举行了“晋品首品首发仪式”。值得关注的是,近年来,众多晋江企业通过设备更新、研发创新、工艺革新,推出一批行业首品、科技新品、销售爆品,推动“晋江创造”直通海内外。

无论是家门口的展会,或是全球各大展会,晋江出品的一款款好产品,助力晋江企业货通全球。

研发新面料,与国际巨头“掰手腕”。

“近年来,公司自主研发的美利奴羊毛产品的业务增长势头喜人,欧美、日本等地客户纷纷下单,多数客户的订单量实现每年100%的增长。”泉州育英服装有限公司总经理陈起评告诉记者,该款产品的火爆,让他深刻体会到“柳暗花明又一村”的喜悦。

陈起评告诉记者,以前,这项面料工艺只掌握在意大利等欧洲厂商手里。为了缩小与国外的技术差距,公司投入了大量资源磕技术、搞研发,历经无数次试错,历经三年的不懈努力,最终取得工艺上的突破。

自主研发出美利奴羊毛系列产品,育英服装不仅打破了国外巨头的技术垄断,还提升了产品的性价比。“国外供应商的价格比我们高1.5倍。这也让我坚信,想要与国外面料商同台竞技,就必须走出舒适区。”陈起评说,这次突破让他对今后拿下更多中高端品牌客户更有信心。

没有核心技术,就谈不上竞争力。

作为国家级高新技术企业,凯嘉机器凭借“创新+服务”双引擎,已将智能鞋机产品推向70多个国家,出口份额占企业销售的50%。

近年来,凯嘉每年投入数百万元研发费用,与中科院海西研究院等机构合作,推出E-TPU发泡成型机等国际领先产品。该公司还率先将石墨烯技术应用于生产线,使设备能耗降低20%,效率提升30%。

技术优势直接转化为国际市场话语权。在泰国工厂,凯嘉零部件本地化率已超50%;在印尼,全自动橡胶注射机成为当地制鞋厂的“明星设备”。“我们坚持每年迭代3~5款新产品,用创新和服务打破贸易壁垒。”凯嘉机器制造有限公司副总经理苏楠表示。

全球化服务 把售后做到“家门口”

晋品出海不单要有产品创新、渠道拓展能力,还有全球“零距离”响应的服务能力。

凯嘉机器把售后做到海外客户“家门口”。

“一台设备卖出去,服务才刚开始。”苏楠说,这是凯嘉一贯强调的理念,也是凯嘉出海的核心竞争力。

2024年,该公司成立“国际服务中心”,通过远程诊断技术实现24小时全球响应。同时,东南亚、南美等地区的10多个海外办事处和配件仓库,实现本地化服务团队全覆盖。接下来,还将与晋江首批38个海外仓加强合作,缩短配件物流周期。

在越南,凯嘉技术团队曾48小时解决客户生产线故障;在巴西,本地化服务团队帮助工厂节省15%运维成本。“客户需要的不只是机器,而是持续创造价值的伙伴关系。”苏楠说,“我们的及时服务,帮助客户实现鞋机价值的最大化。”

随着泰国、马来西亚工厂陆续投产,凯嘉的“在地化生产”战略进入规模化阶段。晋江市“晋品出海”指挥部的法务、物流支持,更让企业如虎添翼。如今,凯嘉机器对标意大利满誉集团等国际巨头,加速输出前沿设备,同时通过海外仓网络开发南美、非洲、东欧等新兴市场。

“未来三年,我们要让海外工厂本地化率突破70%,并打造覆盖100国的服务网络。”站在新落成的印尼工厂沙盘前,苏楠目光坚定。

无独有偶。越来越多的企业,通过海外设立办事处、海外设立研发机构、海外仓等方式,逐步搭建海外服务能力。

当下,嘉利儿童也在搭建海外一条龙的服务体系。

除了把产品做好外,想尽一切办法将服务做到极致,让嘉利儿童用品有限公司成功敲开零售商的大门。

为了更加及时响应客户需求,2018年,嘉利儿童用品公司开始在美国本土布局研发和销售两支团队。得益于此,嘉利儿童在2024年的出口订单量依然实现了近40%的增长,纳税额超过2000万元,较2023年翻了一番。

泉州嘉利儿童用品有限公司总经理陈艺娟告诉记者,以前,嘉利儿童凭借产品创新、在美国设立研发部,以及提供海外仓等一站式品牌服务,快速拓展销售渠道。如今,产能出海成为嘉利儿童的新航标,该公司正积极谋划在东南亚构建“1+1”或“1+N”模式的海外生产基地,以此融入当地产业链,进一步贴近客户、敏捷响应需求。

链式共振 晋江与义乌强强联手

在全球贸易中,晋江与义乌恰似一对携手奋进的“黄金拍档”,各自亮出“王牌”,紧密联动,全力开拓海外市场。

义乌,这座声名远扬的“世界超市”,全球贸易网络密如蛛网,这里汇聚了传统批发、跨境电商零售等多元贸易模式,全方位满足全球采购商的挑剔需求。与之遥相呼应的晋江,产业带丰富,每一产业都孕育出了众多知名品牌。

早在几年前,义乌市骄灵科技有限公司便与晋江拖鞋结下不解之缘。款式新颖、功能多样的晋江拖鞋为该公司布局海外市场打下了坚实基础。因此,该公司总经理骆红波毅然将拓品的首选之地选在晋江。

在骆红波看来,晋江产业带丰富、产品品质高、创新能力强,“我们希望与晋江的泳装、鞋服等优势产业深度碰撞,进一步挖掘合作潜力,借此整合一批优质供应商资源,大家抱团合作,合力把更多优质的晋江产品推向全球市场。”

义乌市力富食品有限公司总经理傅文六初涉晋江,便敏锐捕捉商机:“晋江功能型食品独树一帜,像盼盼食品的低卡代餐系列,契合当下健康潮流。对比义乌市场,此类产品稀缺。”

在傅文六眼中,义乌与晋江的携手,是相互赋能、彼此成就。义乌如蜘蛛网般遍布全球的网络渠道,搭配高效的运输能力,可以成为晋江食品出海的高速航道。“以日用品出口为例,一般超市在采购时常常会搭配少量饮料、饼干、面包等食品,这种灵活多变的模式与晋江休闲食品的特性完美契合。另外,义乌在全球100多个国家和地区设有每周一班次的专属船运,不仅运输便利,还支持货物自由组合,为食品出海铺就了更多元、更便捷的通路。”

这种紧密合作并非偶然。晋江产业带与义乌市场的合作由来已久。

去年10月,“英林尚品”贴身运动服饰产业推介会暨晋江泳装与浙江省无缝织造行业产能对接活动在义乌举行。今年3月,“晋品出海 内坑拖鞋”义乌站正式成立现场,通过精准的产能对接供需,一举达成高达5亿元的意向合作金额。

义乌晋江商会会长张水顺表示,晋江是一座具有经济活力的城市,义乌是全球最大的小商品批发市场。两个城市的合作,可以共建共赢平台,通过“世界的义乌”让更多人了解“晋江优品”,让晋江与义乌的合作更加紧密,实现资源共享、优势互补。

深入产业带 挖掘外贸新通路

在全球贸易格局加速重构的当下,晋江不仅要学会借力“义乌贸易”的全球渠道,还要全力挖掘中东、非洲等外贸新蓝海,为晋品出海提供新通路。

深入产业带,挖掘好品牌,助力“晋江品牌”货通全球。

大会期间,来自中东、非洲等国家和地区的400多名采购商,深入晋江7个产业带进行实体考察与交流。在他们看来,晋江产品更具性价比,创新能力强,配套服务好,代理“晋江品牌”出海,比代加工生产更具品牌影响力。

“我们公司不仅为中东多个国家的市场提供产品服务,还在美国拥有固定的销售渠道。”中也桥贸易有限公司总经理哈里告诉记者,这几年,中国品牌在中东市场拥有极佳的口碑,此行来晋江不光为了采购产品,更为了寻找好的品牌,将其代理到中东甚至美国市场去销售。

在哈里的商业逻辑里,晋江食品种类丰富,特别是烘焙、饼干、糖果等产品,不仅造型很有创意,功能性的健康需求也很多,这些产品在海外很有市场竞争力。“把更多晋江好产品代理到中东等地区,扩充公司的产品品类,寻求更大的市场增量。”

平台与平台强强联合,让晋品出海更具规模。

Globalcare-Info全球赋理资讯平台(以下简称“GCI”)作为本土在中东地区的重要平台,其发挥的作用,不仅在于助力晋品拿单,更在于整合更多的海外平台,助力晋品规模出海。

“本次参加大会,我们收获颇丰。”东非地区最大的电商平台Kilimall相关负责人表示,通过这次大会与中国供应商开展深度交流,这为该平台将更多优质产品引入非洲开辟了新路径。

在新兴市场的拓展上,晋江企业可以依托晋江优品的GCI平台寻求更多机会。

近日,GCI与位于肯尼亚的零售连锁巨头Panda Market正式签署了合作协议,共同推动包括晋品在内的中国产品在东非市场的推广与销售。

“除了迪拜展销中心,GCI在肯尼亚的展销中心也已落成,在肯尼亚的海外仓业务已经投入运营。”GCI创始人陈辉容表示,此次与Panda Market合作协议的签署,将帮助晋江企业更全面地了解东非市场的独特需求和消费趋势,与此同时,GCI也在持续不断地开发当地买家资源,进一步拓宽渠道。通过深入了解当地市场,GCI已经与多家当地企业建立了紧密的联系,为晋江乃至中国产品进入东非市场提供了更多的机会和可能。