



小而美 精而强 塑品牌 重研发

探寻永康外贸出口回升向好的 增长密码

P 拼搏四季度 夺取全年胜

盼了3年,李路培终于开启了全球破冰之旅。从今年3月以来,担任浙江林炎集团有限公司(以下简称林炎集团)总经理的他,已陆续奔赴了5个国家,拜访了20多位客户。线上见千面,依旧期待线下这一面。再次踏入那些熟悉又陌生的国家,作为一名外贸人,他的心情是复杂的:有点不安,又有点激动。

出海拓市场、抢订单,促进与国外企业进一步合作,是眼下我市外贸企业的共同选择。尽管当前全球贸易寒意阵阵,但仍有不少外贸企业交出了一份不错的成绩单。从我市整体外贸出口情况来看,增势同样可喜:五金产业外贸出口从6月开始持续向好,其中9月单月出口39.38亿元,同比增长34.1%。

作为工业强市,我市外贸企业出海抓住了哪些商机?看到了哪些风险与挑战?面对外部变化做出了哪些应对之策?连日来,记者走访多家外贸企业,探寻我市五金产业外贸出口回升向

好的 增长密码。

小而美 精而强 细分市场觅先机

面对面和客户沟通,能够更加清晰地了解当地市场的变化和客户的需求,从而达成深度合作。今年3月以来,李路培走访了澳大利亚、泰国、越南、韩国、沙特等国家。根据市场需求,回国后的他及时调整了产品的开发路线,并因此收获了大批订单。

以手柄杯为例,过去3年,该款产品的内胆一直采用电解工艺,主要出口韩国。从去年开始,产品销量出现下滑。今年4月,李路培在走访韩国市场并与当地客户深入交流后发现,越来越多的消费者习惯使用杯(壶)盛装碳酸饮料,但是电解工艺的内胆容易与碳酸饮料发生氧化反应,导致用户体验差。根据这一需求变化,我们向客户推荐了成熟的陶瓷涂层工艺,并于6月份开始批量生产。截至目前,升级后的产品为公司

带来了100万美元的收入。李路培说。

近年来,众多外贸企业遇到了原材料成本上涨、物流成本高企、产业链供应链不畅等险阻,制造端经历了一轮洗牌。大浪淘沙后的李路培心里清楚,企业竞速出海,抢的不仅是商机,也是先机。不同于大而全的行业头部企业,林炎集团坚持小而美、精而强定位,在细分市场中寻觅先机。产品方面,该公司侧重于内喷涂手柄杯和户外保温杯(壶)的研发;区域方面,该公司不断开拓东南亚、沙特等新兴市场。

据了解,今年1月至10月,林炎集团出口额超2000万美元,同比增长20%。其中,对新兴市场出口占比达40%,尤其是东南亚市场出口增速最为明显,每年增长近50%。相比欧美日韩等传统市场,中东、东南亚、非洲等新兴市场蕴藏着巨大潜力。

与国外客户面对面,不仅是工作内容上的交流,更是情感上交流。李路培说,在澳大利亚,客户邀请他到家中做客,并下厨做了一桌中餐;在沙特,客户带他参观了不同业态。这一次跨洋敲门拜访,双方都期待了太久。最

让我激动的是听到国外客户说,我相信中国企业的坚韧。李路培说。

品牌、研发双驱动 打造核心竞争力

我市外贸出口在下半年的高光表现,并不意味着外贸企业可以放松警惕。破冰出海的外贸人,也从中看到了数据增长背后潜在的风险与挑战。

在刚刚闭幕的俄罗斯莫斯科MI-TEX五金展上,中国参展企业的数量达到了惊人的1000多家。以往,中国参展企业一般在200家左右。浙江隆博机电设备有限公司(以下简称隆博机电)总经理艾比布拉·赛来依进一步认识到,随着市场逐渐饱和,低价竞争成为不少外贸企业的软肋,以价格战打开外贸市场的企业正失去竞争优势,品牌和研发将是外贸企业必须抢占的关键环节。

(下转2版)

**永康农商银行**
YONGKANG RURAL COMMERCIAL BANK

**贴心银行**
浙江农信

——永康人自己的银行 请您关注今日头条——



美丽乡村展画卷

11月14日,在石柱镇新店村附近,一辆列车从标准农田上飞驰而过。从高空俯瞰,飞驰的列车与丰收的田野,构成了一幅和谐的美丽乡村画卷。

农行视角
中国农业银行
永康市支行

提升基层中医药服务能力 我市争创全国基层中医药工作示范县

我市实施政务服务增值化改革 打响 永商安康 营商品牌

建设幸福和谐永康

巩固国家卫生城市

永康市融媒体中心 宣



公勺公筷
病菌走开

【宣传】 健康 卫生 文明用餐新方式