

拓市场 优布局 建平台 我市企业厉兵秣马备战广交会



第139届广交会将于4月15日开幕,届时将有3万多家企业参展。近日,记者走访时了解到,我市多家参展企业正精心准备参展样品,外贸团队忙着对接客户、优化方案。从产品升级到服务提质,我市企业抢抓中国第一展机遇,全力备战,力争在万商云集的盛会上拓市场、抢订单、亮实力。



速美得公司员工在装配电摩



超锐公司员工在装配吸尘器

构建专利壁垒:用不一样的产品拓展市场

4月8日,在永康市速美得工贸有限公司(以下简称速美得公司)的展厅,该公司外贸经理朱亮正忙着清点即将带去广州的展品,其中新款产品电摩速一被放在最显眼的位置。

我们不是来卖大路货的。朱亮指着一款经多次改良的电动滑板车说,这款车原本没有后尾箱和座椅,是结合不同国家客户的反馈,改良出来的。广交会的价值在于可以直面终端需求,不断打磨产品。

对速美得公司而言,广交会不仅是

接订单的场所,更是企业走向全球化的跳板。该公司总经理庞乾回忆,前年该公司首次参展,便拿回3000多台约600万元的订单。

广交会带来的客户群体,与我们原有的欧美、俄罗斯、中东市场几乎不重叠。庞乾说,在全球贸易格局深度重构的当下,多元化市场布局是抵御风险、打开增量的关键一步。

今年,速美得公司的备展思路格外清晰,用不一样的产品,打一场价值战,而非价格战。电摩速一是一策

略的集中体现。梦幻彩灯、蓝牙功能、自研中置仪表、自主开模的整车配件、经过精密调校的液压减震,它的造型跟市面上的电摩不同,设计感偏向年轻人的喜好。朱亮说,更重要的是,该公司已在欧美、中东为这款产品申请了专利。

这种“微创新+专利壁垒”的打法,背后是企业从代工思维向品牌思维的深刻转型。庞乾坦言,当前滑板车行业的净利润已被压至不足5%。

为此,速美得公司从去年开始组建

自有销售团队,并先后在欧美、中东等地注册国外品牌,布局海外仓,直接通过电商平台抵达终端客户。电商公司开始干工厂,工厂也开始做贸易。庞乾说,今年一季度,公司产值同比增长150%。工贸一体化是制造业最终的出路,今年目标是产值突破5亿元。

在庞乾看来,备战广交会,备战的不只是一场展会,而是一个全新的外贸周期。特别是对外贸企业来说,广交会像一座桥梁,连接的不只是供需,而是工厂与全球消费者的真实对话。

优化多元布局 新兴市场销售额占比提升

记者走进永康市超锐电器有限公司(以下简称超锐公司),看见展厅里错落有致地陈列着各式吸尘器、多功能风扇等参展样品。该公司外贸经理周汉军介绍,此次他们将携带60余款产品参展,力求在激烈的国际竞争中凭借创新与品质赢得更多订单。

这款暴力风扇是我们根据当前市场变化研发的多功能产品。周汉军介绍,它不仅当小风扇使用,而且暴力档能用来清除落叶,在户外场景还能给游泳圈或气垫充气。

周汉军边演示边讲解不同的吹嘴配件:一档用于夏日降温;二档风力更

大,适合充气;三档可完成气垫打气。配上专用吹嘴,还能清扫车内碎屑、清理空调风口的灰尘。更巧妙的是,暴力风扇还能兼作手机支架,上面吹风,下面看手机,一物多用,贴合当下消费者对实用与便携的双重需求。

如果说暴力风扇展现了产品的灵活性,那么高端工业级吸尘器代表了超锐公司在技术上的深度积累。周汉军介绍,这款产品实现了多项功能的叠加,是1+1大于2的效果。其最大亮点在于整机达到M级过滤标准,过滤效率高达99.99%。普通吸尘器吸进去的灰尘,可能会从出风口再次排出,造成

二次污染。这款产品密闭性非常好,适用于吸附汽车打磨抛光、房屋装修等场景产生的细腻粉尘。

此外,这款吸尘器还搭载了自动抖尘功能。记者了解到,传统吸尘器使用一段时间后,过滤器容易被灰尘堵塞,导致吸力下降。这款吸尘器可以设定15秒、30秒或60秒自动抖动过滤器,把灰尘抖落下来,能够保持吸力。周汉军介绍,这款产品还支持外接电动工具,具备吸尘吸水功能,并设有水满自动保护装置,进一步提升了产品的安全性与耐用性。

超锐公司自有品牌SIPPON(中

文名思博)自2013年创立以来,一直以欧洲市场为主,鼎盛时期销售额占公司销售总额的80%。但随着近年来欧洲经济下行,该公司积极调整市场布局,逐步加大对亚洲、拉美市场的开拓力度。据了解,目前这些新兴市场的销售额占比已提升至30%,欧洲市场则降至40%左右。

谈及广交会,周汉军感慨颇深。在他看来,广交会不仅是获取新客户的重要平台,更是维系老客户、了解市场前沿需求的宝贵机会。通过广交会,我们能更深入地了解客户的使用反馈和市场习惯,这对产品开发有很大的帮助。

实现价值跃升:从卖工具到建平台

近日,浙江脉链集团有限公司(以下简称脉链集团)正紧锣密鼓地为第139届广交会做准备。与往年不同的是,脉链集团除了带上新产品外,还将以全新的产业平台形象参展。

我们想告诉海外客户,脉链不只是一个电动工具产品品牌,更是一张连接全球用户与供应链的服务网络。脉链集团市场推广部负责人黄洋说,此次参展,他们将以公共品牌“皇冠”为主力,同时展出TOSAN、DWT等品牌。未来,该公司计划打造100个公共品牌,帮助不同市场的客户精准选品。

稳中向好,增量可期。脉链集团

副总裁罗承芳坦言,本届广交会的目标很明确,成交额稳中有升,新客户数量稳步增长,高附加值产品订单占比进一步提升。

罗承芳观察到,海外市场的需求正在发生深刻的变化。欧美市场逐步回暖,美洲区域尤其突出,拉美、非洲等新兴市场增速快,已成为主要增长源。此外,客户需求也在变:他们不再只盯着最低价,而是更愿意为绿色、节能、智能、高合规性的产品买单,并且对整体解决方案的需求持续增加。

客户的需求变了,脉链集团的应对策略也在升级。在技术层面,该公司正

加速推进电动工具的“四化”转型,即电动化、数字化、智能化和网联化。该公司五金科创总经理秦昌江分析道:电动化是为了解放劳动力,数字化让参数实时可视,智能化可以提升用户体验,网联化则实现资产保全与运营提效。

秦昌江介绍,该公司将在6月份推出的“铁路螺栓机器人”,是智能化与网联化结合的典型代表。这款机器人可在高低温、雨雪沙尘等恶劣环境下自动作业,用户只需简单设置,即可完成上千组螺栓的自动紧固,极大提高作业效率和安全性。

值得一提的是,脉链集团针对不同

国家和地区的使用场景,推出了差异化产品。此外,进一步完善海外布局。目前,该公司已在全球设立16个区域服务中心,建起本地仓、展厅和办公设施。销售与库存前置,既贴近市场,又规避了贸易壁垒。我们从产品设计源头就完成各国认证和绿色标准要求。罗承芳说,一带一路市场是深耕重点,澳洲市场也在同步拓展。

我们不只是卖工具。黄洋说,广交会是展示产业平台愿景的最佳窗口,希望更多伙伴看到,中国五金工具产业正在从产品输出,走向服务与生态的输出。融媒记者 程明星