

# 出口企业掀起新一波内销热潮

## 推出功能各异的新品 电商成内销主渠道

在刚刚结束的第十三届上海国家电博览会上,长期致力于出口业务的国内知名小家电 OEM 商——余姚西摩电器,推出了一款智能电水壶,并宣布这是首款面对国内市场的新产品。由于外贸形势复杂,外需疲软低迷,从去年下半年以来,宁波出口企业又掀起了一波拓展国内市场的热潮。记者在采访中发现,与 2008 年掀起的那波内销热潮致力于拓展实体销售体系不同的是,这次众多出口商选择了电商作为内销渠道,而且推出了针对国内市场的新产品,显然也比上一波出口企业内销热的准备更加充分。

记者 殷浩



西摩电器公司在上海家电博览会展示智能电水壶。

## 出口大市掀起内销新热潮

作为外贸大市,宁波拥有 1.2 万家有出口实绩的外贸企业,去年的出口额突破 600 亿美元,出口的商品遍及全球 200 多个国家和地区。现在这些出口企业也开始将目光瞄准国内市场。

国内小家电领域最为知名的出口制造商、长期为哈尼韦尔等世界 500 强企业提供 OEM 服务的西摩电器公司,上周参展中国家电博览会,并高调宣布将进军国内市场。为了能使其拓展内需的计划能够开个好头,西摩还特地推出了一款针对中国家庭需求的智能电水壶。

这款名为“小智”的电水壶选用了业界最好的器件,如可控硅数字加热技术、英国 Strix 公司的温控器、符合 ASTM 标准的食用级不锈钢、优质的高硼硅耐热玻璃等。与普通热水壶最大的不同是,这款电水壶还内

置了智能芯片,可方便地接入 WIFI 网络,让智能手机实时控制;并配套 APP 提供多达 18 种烧水模式(如泡奶粉、冲米糊、泡绿茶、泡蜜水等),覆盖了家庭常见的冲泡需求;贴心的预约功能,可以灵活地预约烧水,还有烧水完成后的及时提醒。

同样,长期以来一直为出口市场忙碌的宁波乐歌视讯科技股份有限公司,也将目光瞄准了潜力巨大的国内市场。乐歌视讯是一家以液晶屏幕支架为主要产品的科技企业,产品广泛应用于电视机、笔记本电脑、平板电脑、车载设备等众多领域。为拓展国内市场,乐歌视讯针对国内市场推出了电脑显示器转架系列产品。

与西摩、乐歌相似,近期,以出口个人健康护理产品为主的华孚进出口公司、以出口户外休闲用品为主的腾魄进出口公司、以

出口蜡笔为主要产品的宁波易文堂公司、以生产厨房用品为主的华晟轻工等一大批出口企业,都开始拓展国内市场,并都针对性地推出了适合国内市场的新产品。

熟悉宁波经济走势的相关人士指出,宁波出口企业拓展内需市场,在 2008 年美国债务危机及随后的国际金融危机后出现过一波热潮。但在 2010 年前后,随着出口形势的复苏,出口企业拓展内贸业务的意愿减弱。而今,由于出口利润微薄,再加上欧美市场需求低迷不振,出口拓市场的难度增大,出口企业拓展内需的浪潮再度掀起。

“与上一波出口转内销热匆匆上马不同的是,这次宁波企业在产品、人员、渠道等方面的准备更加充分,尤其是在产品方面针对国内市场的消费习惯进行了研究,更加贴合市场的需求。”甬商发展研究会秘书长曹云认为。

## 电商成为内销主渠道

智能小家电带来的便捷和乐趣。

宁波易文堂文具公司也正在借力阿里巴巴拓展国内市场。不过该公司并不是在天猫和淘宝上开店做 B2C,而是在阿里巴巴上做批发生意。作为宁波最主要的蜡笔生产厂家,易文堂的蜡笔内销还是受到了很多关注。易文堂公司总经理吕军雷表示,由于人才匮乏、担忧内贸回款时间过长等因素,公司最近才投入内贸市场,批发量还不小,而且仅限于网络推广,力度也不大;未来将研究拓展更多的网上销售渠道,并针对内贸市场进行产品包装。

2008年前后,宁波前程家居进出口股份有限公司也曾在宁波老外滩开设过实体店,但后来因销售不佳而撤消,后开设网店,借力电商渠道拓展国内市场。该公司有关负责人表示,现在正是网络销售和电子商务火热的时期,淘宝、天猫、京东以及其他各类电商平台层出不穷而且相对成熟,相比于线下实体店建设需要投入资金和力量,电商渠道运作相对简单,而且 B2C 模式销售可以实现立即回款,不会产生赊账等问题。因此,现在做内销的出口企业一般都选择电商渠道。

## 商业模式创新仍是核心问题

OEM 加工,产品品质好,有些产品还与国际潮流接轨,但他们没有自主品牌,国内市场上几乎没有任何知名度,同时也缺乏做内销的人才,因为内销和外贸有很大的不同,内销让出口企业由以前的单一制造过渡到制造和销售,实际上是整个的产品运营供应链,因此,企业对人才的需求完全不一样;另外,出口企业也缺乏内贸的渠道。

“出口企业如果缺乏响亮的自有品牌,又没有内贸人才和可控渠道支持,做内贸是很难成功的。不管他有多少资金。”黄江伟表示。

浙江大道网络科技有限公司董事长吴乐群长期从事出口行业,如今转入电子商务行业,为出口企业提供供应链服务。他认为,出口企业做内贸要取得成功,必须要解决商业模式创新的问题,也就是从产品到利益分配,整个供应链上的利益相关体的积极性都要激发调动起来,要整合多方资源,共同为拓展内需市场服务,这样才能够在品牌定位和产品创新、商业渠道创新、行动力一致以及物流、品管、品牌营销等方面达到较高的默契,才有可能在激烈的市场竞争中取得脱颖而出。

## 新版纺织品测试标准 下月正式生效

4月1日起,国际环保纺织协会公布的新版生态环保纺织品检测标准及限量值将正式生效。检验检疫部门提醒相关纺织品出口企业应对此引起重视。据了解,新版标准对全氟辛酸 PFOA 的监管将更加严格,同时,4种长链全氟化合物将被加入新标准的考察目录中,限量值与全氟辛酸相同。

记者 殷浩 通讯员 施小煊

## 中韩 AEO 互认 下月起实施

海关总署近日发布公告,自4月1日起,中国海关与韩国海关正式实施 AEO 互认安排,联合对双方 AEO 企业提供通关便利。这意味着宁波 77 家 AA 类企业将享受中韩贸易间的通关便利。

中韩 AEO 互认,标志着我国的 AA 类企业和韩国的 AEO 企业在进行双边贸易时将共同享受中韩海关提供的贸易便利措施。据宁波海关统计,目前我市共有 77 家 AA 类企业在进军韩国市场时,可享受韩国海关的通关便利措施。

记者 殷浩 通讯员 郭蔚冉

## 儿童用品 应严控塑化剂含量

香港特区政府近日在其官方公报(2014 年第 17 号法律公告)上发布了《玩具及儿童产品安全(附加安全标准或规定)规例》。规例将于 7 月 1 日生效,其中就安全方面制定了详细的要求,尤其是新增了关于邻苯二甲酸酯的限量要求和特别标识要求。

规例中就所有及部分能够放入不满四岁儿童口中的玩具或儿童用品作了情况说明,并就两类产品分别作了附加安全标准或规定。规例中明确了识别标记、双语警示或警告要求,并对两类塑化剂(第 1 类塑化剂:BBP、DBP、DEHP;第 2 类塑化剂:DINP、DIDP、DNOP)在不同类型的玩具或儿童产品中的浓度作了限制,与发达国家现有要求基本保持一致。

记者 殷浩 通讯员 章莹

## 电烙铁 谨防触电危险

记者从检验检疫部门获悉,近日欧盟委员会非食品类快速预警系统(RAPEX)对产自中国的电烙铁发出消费者警告。通报国为捷克,通报原因为电源线未正确固定到手柄上,且没有使用套管防止过度弯曲,导致产品绝缘性能不佳可能存在触电风险,不符合欧盟的低电压指令及相关标准 EN60519。

电烙铁在正常使用过程中需要经常往复运动,导致电源线与手柄处有可能产生过度弯曲,严重时出现短路、断裂等问题造成使用者有触电风险。因此,产品在设计过程中应加装相应的保护措施,如设置附加衬套或套管。

记者 殷浩 通讯员 曹未峰

