



说起非洲，你会想到什么？——原始村落？旷野？抑或是丰富的矿产与宝石？在全球沉浸在各种眼花缭乱的新产品中时，这块神秘的大陆也以一个新姿态逐渐走入大家的视线之中。

6月29日，东南商报组织的创业分享会现场来了一位特殊的嘉宾。分享者毛亚伯是贝宁 LELEADER GROUP 公司与宁波绿鸽子国际贸易有限公司的创始人，同时也是贝宁驻华形象大使。特殊的创业身份以及常年扎根两个市场的观察经验为毛亚伯吸引了数十位粉丝聚集一堂，毛亚伯也为在场读者描绘了一幅蕴含无限商机的非洲图景。

一袋来自宁波的洗衣粉撬动西非八国市场

记者 史旻

从一袋洗衣粉窥探“生意经”

贝宁位于非洲西海岸，这个古老的国度面积约十一万两千六百平方公里，约一千零八十万的人口，有着漫长的雨季和稠密的油棕林，在许多视角中，它也被认为是中国在非洲“最铁的哥们”之一。

“我来中国的目的很明确，就是做生意。在我们国家，很多人都向往能够来到中国，因为中国就是财富与机会的象征。”在分享中，毛亚伯用一口流利的中文开门见山。

作为两家公司的创始人，毛亚伯有着丰富的市场经验，来到中国后，他秉持着“把中国好东西引入贝宁”的信念，尝试过许多产品。而让他在异国他乡真正挖到宝藏，还得从一袋洗衣粉产品说起。

“在我们国家，手洗衣服还是主流，因此洗衣粉是一款受众面比较广的日用清洁产品。然而贝宁市面上的洗衣粉不但种类有限，而且定价也很高，对于许多普通民众来说也是一种压力。”

基于这个背景，当毛亚伯在中国对接到一家洗衣粉工厂之后，就马上展开了合作。在合作中，他的绿鸽子团队不但根据非洲受众的需求改良了配方，还在贝宁自建工厂负责产品分装。

据毛亚伯介绍，在过去的2018年，有1401吨的洗衣粉通过绿鸽子从宁波港口出发，来到贝宁，并在他们的工厂里打上独有的品牌标签之后，散入西非八国的广袤市场中，仅在贝宁一国，该洗衣粉产品的市场占有率就达到了60%。

洗衣粉的“致富经”给了绿鸽子后续的“飞行路线”很大启发，面对万物待兴的非洲市场来说，实惠仍是敲开这个市场大门的首要条件，与此同时，差异化、本土化改造则会深入非洲人民日常的重要途径。

此后，毛亚伯在选择纷繁复杂的产品进行贸易合作时，一般都会基于两个标准：一是够日常，二是够“非洲”。绿鸽子的另一款主营产品电脑也很好地诠释了这个思路。贝宁现在还没有自己生产电脑的能力，因此在中国挑选相关产品时，毛亚伯也在细节上与厂家做了很多沟通、调试。比如非洲人的肤色深，电脑摄像头的曝光度就要进行适当的调整。就是源于这份细致，这款电脑产品也中标了贝宁政府教育扶持项目，2018年销售量就达17000台。

2

非洲，一个等待挖掘的“宝藏”

数据显示，中国已经连续十年成为非洲第一大贸易伙伴国，2018年中非贸易额达到2042亿美元，同比增长20%。由此可见，随着全球贸易竞争的日益激烈，已经有不少敏锐的人把目光转移到了如原石般的非洲大陆。

本次分享会吸引了宁波境内不少对于非洲市场感兴趣的创业者，问答环节宛如一个对接会现场，不少人都是有备而来，向毛亚伯了解非洲市场的基本情况，询问的行业从建材到医疗，再到基本日用产品，有不少提问者当场就与毛亚伯达成了合作意向，期待后续的进一步交流。

当然，抛开终端的产品，销售渠道也成为一些读者关注的重点。回望过去十年，互联网的发展与人们的日常生活连接更为紧密，同时也深刻地影响了商业的拓展渠道。那么，在非洲市场，互联网能发挥多大的影响呢？

“比较遗憾，我们现在还没有能力作出像阿里巴巴和京东一样的互联网企业，因为在非洲的大多数地方，网络仍然是富裕家庭的附属品。但是这肯定是未来发展的一个方向。”毛亚伯解释道。

其实，在非洲建立像阿里巴巴与京东这样的互联网平台一直是毛亚伯的努力目标。在绿鸽子成立之初，他就同步设立了一个互联网跨境批发平台。目前，这个平台已经有742家非洲大型批发采购商长期在线采购，平均每单超过50万元，复购率达到93%。采购商涵盖西非多国政府、大型医院（Clinique Ocles、Ste Foie等）、超级市场（super U、DU PONT等），也有像神舟电脑、海信、立白、蓝月亮等中国供应商借助该平台进行产品推广和销售。

不过，对于这个成绩毛亚伯还不满足，在他看来，绿鸽子要真正成长为像阿里巴巴、京东这样的平台，还需要在非洲地区布局成熟的全境物流体系，近几年，他也一直在做相关尝试。

分享结束，不少读者仍然意犹未尽，围绕在毛亚伯身边询问后续的合作。

一位从事医疗器械销售的读者感慨道：“如今的非洲市场就像是二三十年前的中国，是一个很好的着力方向。因为相较于打发展成熟的欧美市场，非洲市场在现阶段可能对我们的制造产品有更高的包容度。更重要的是，我们也能从自己国家过去的三四十年的发展中，找到更快打入非洲市场的‘捷径’。”

1