



家电企业抱团出海 记者亲历展会一线 看“宁波制造”如何抢滩南亚市场



▲第四届中国(印度)贸易博览会开幕现场。

(包凌雁 摄)



▲印度客商仔细研究宁波家电名册,寻找心仪产品。

(包凌雁 摄)

本报记者 包凌雁
通讯员 钱芳 林珊珊

2016年12月13日上午,印度第一大城市孟买。为期三天的第四届中国(印度)贸易博览会正在这里举行,来自宁波的40多家家电出口企业首次集体亮相印度。

展会还未开始,慈溪美乐电器有限公司展位前已经聚集了不少印度客商,从中国带来的几台样品洗衣机被预订一空。“没想到洗衣机在印度市场如此抢手,我们来对了。”慈溪美乐电器销售经理刘涛说。

试水印度市场效果不错

GDP增速领先全球,经济发展可圈可点,人口结构年轻化带动内需……距离宁波六个多小时飞行时间的印度孟买,成为“宁波制造”抱团出击印度的第一站。

本月中旬,中国(宁波)家电出口印度展览会在印度孟买展览中心举行,我市家电企业以展中展的形式“抱团营销”。本报记者有幸跟随宁波展团来到展会现场,这也是宁波日报开放周刊首次派记者全程参与境外展会报道。

孟买会展中心位于孟买市中心,一进展厅,“宁波家电”四个中文字异常显眼。来自余姚、慈溪、鄞州等地的40多家家电企业近80名代表,带着自己的“拳头产品”准备大干一场。

“印度市场的销量这几年逐年上升,但是市场到底怎么样,还得实地来考察一番。”宁波亿和电器有限公司总经理高孟迪告诉记者,尽管刚刚起步,但是去年公司出口印度的风扇超过1000万台。“刚到印度,我就跑到酒店旁边的超市和社区逛了逛,发现这里的风扇普及率非常高,而且印度属于热带地区,电风扇是一年四季的必需品。”他表示,印度人口众多,



▲印度人口结构年轻化,给“宁波制造”带来无限商机。(包凌雁 摄)

2016年12月13日至15日,中国(宁波)家电出口印度展览会在印度第一大城市孟买举行,我市家电企业以展中展的形式“抱团营销”。本报记者有幸跟随宁波展团来到展会现场,这也是宁波日报开放周刊首次派记者全程参与境外展会报道。

“印度市场的销量这几年逐年上升,去年公司出口印度的风扇超过1000万台。”宁波亿和电器有限公司总经理高孟迪告诉记者,印度人口众多,而且属于热带地区,因此对家电特别是电风扇的需求非常旺盛。

“宁波制造”在印度市场如何占有一席之地?“我们不能只出口初级产品,更要把成熟的技术或者国内趋于饱和的生产线和设备转移到印度。”宁波市发展规划研究院副院长刘兴景表示。

因此对家电的需求非常旺盛。

同样第一次来印度的还有余姚飞乐体育用品有限公司。电动童车、青少年滑板、轮滑鞋……在国内少儿市场异常火爆的产品,同样受到了印度百姓的欢迎。展会还没正式开始,飞乐体育带来的十几件样品就被客商“秒杀”。展会三天,前来索要报价单的印度客商络绎不绝。业务员杨平手上的客户单积累了厚厚一叠。“印度城市里中高收入人群逐渐增多,他们对儿童用品的投入也水涨船高。”

虽然大部分企业都是第一次亲临印度,但是看得出都做好了功课。在宁波科飞电器有限公司的展台前,出口部经理张军艇正在卖力地营销自家洗衣机的实用性。“印度天气炎热,洗脱分离更节能省电。”几款造型新颖,色彩异常艳丽的洗衣机深受客户的欢迎。“这些产品都特别适合印度普通家庭,是我们进入印度市场的主打产品。”

净水器、搅拌机、电熨斗、吹风机、取暖器、洗衣机、车载冰箱、空气净化器、制冷设备……参展企业不仅带来了当家产品,而且根据印度的自然气候和生活水平调整了产品性能。

“宁波企业事先做了不少功课,有备而来。”市商务委外贸促进处处长费建明表示,作为家电产品生产集聚地,我市家电产品种类较为齐全,产品覆盖面广,多款生活电器出口居全国第一,销售到全球200多个国家和地区。

融入当地才是最高境界

数据显示,2015年印度进口额为3907.44亿美元,同比下降了14.9%,但自中国进口额却高达616.04亿美元,同比增长5.84%。目前,印度的电器制造业并不发达,全国电子产品普及率约为20%。与此形成鲜明对比的是,印度年收入25万卢比的中产家庭超过500万户,潜在消费市场巨大。据预测,今后较长一段时间内,印度家电进口将呈上扬趋势。

“为了充分对接国家‘一带一路’倡议,提升我市企业与南亚的经贸合作往来,提高家电企业在‘一带一路’沿线国家出口比例,此次宁波以抱团出海的形式推动家电企业走进南亚市场。”费建明表示,中国(宁波)家电出口印度展览会是宁波市商务委2016年重点扶持的境外自办展览,对这些参展企业给予展位费部分补助。“通过扶持,希望带动更多的宁波企业走出去寻找新蓝海。”他说。

随着我市与印度贸易的兴起,加上当地土地和劳动力成本低廉,到印度投资将极大地增强宁波产品在当地的竞争力。近年来,我市的设备、零配件、半成品和技术工人也在印度打开了局面。截至目前,宁波在印度设立的境外企业和机构有21家,中方投资额4000多万美元,主要集中在制造业、批发零售等领域。



但是对于印度市场到底是馅饼还是陷阱,不同企业似乎有不同的看法。展会期间,正值印度废除旧币,发行新币,这一新政引发印度国内的金融风暴。孟买街头随处可见排队兑换货币的景象。当地媒体也密集报道货币改革对经济带来的影响。看到这样的场景,许多宁波企业家认为,处于经济转型期的印度市场比较复杂,如果市场波动过大,政策的稳定性不佳,在当地的投资很可能打了水漂。

宁波奇精机械股份有限公司海外区域总监王梦迪已经在印度工作多年。他们生产的机械产品经过数次改良,为印度卖家“量体裁衣”,产品深受市场欢迎。为此,王梦迪也成为展会中熟悉印度国情的“专家”。“到一个新的国度,首先要吃透当地的政治经济政策,其次是要了解当地的商业游戏规则,最高的境界就是融入当地,对产品进行新的定位。”王梦迪的三句话,需要宁波老乡们在实践中细细体会。

走出去分享印度人口红利

中国(印度)贸易博览会已成功举办四届,参展商来自浙江、福建、江苏、山东等16个省(市)。

链接

软件: 改变印度的第一生产力

印度软件产业的迅速崛起,是发展中国家发展新兴产业取得成功的经典案例。在过去30年内,印度从一个经济基础薄弱的国家,一跃成为世界软件生产大国,堪称世界软件产业发展史上的一个奇迹。

印度的软件外包行业在全球占有领先地位,印度软件外包公司在国际外包市场具有很强的竞争力。在国际外包专业协会(IAOP)发布的全球外包Top100中,印度的Wipro、Infosys、HCL位居前十。

印度软件外包产业的发展,使得美国和印度出口项目

“历经四年培育,展会规模不断扩大,内容日益丰富,在南亚地区已享有一定知名度。”承办这个展会的米兰特国际会展公司董事长潘建军表示,中国制造在印度的影响越来越大,今年共有500多家制造商参展,展览面积2万平方米,比去年增长了38%。

“与中国老龄化不同,印度的人口红利刚刚开始。目前,印度35岁以下人口高达64%,平均年龄仅24岁。过去12年,印度保持了7.73%的增长,未来发展潜力巨大。”宁波市发展规划研究院副院长刘兴景认为。

在印度数天,记者发现一个很有趣的现象,基本上所住的酒店都在举行婚礼。与当地人的聊天中得知,印度年轻人结婚之前同样需要购置房产、家电。所以,建材、家具、电子用品需求非常庞大,印度本土没有办法满足这些需求,这给中国制造商带来了无限商机。

来自印度的官方数据显示,2015年,印度外商直接投资超过了200亿美元。中国企业在印度的投资总和已经达到了30亿美元。印度中国企业商会秘书长、印度投资分析咨询公司CEO黎剑认为,目前中国企业在印度投资热由多方面因素造成。一方面,外界普遍认为,印度接下来将会有至少15年的高速增长,而现在进入印度是很好的选择;另一方面,现在中国经济进入常态化发展时期,很多行业都面临产能过剩,包括华为在内的国内企业都开始大规模出海,拥有庞大内需市场的印度是个很好的选择。

那么,“宁波制造”在其中如何占有一席之地?“我们不能只出口初级产品,更要把成熟的技术或者国内趋于饱和的生产线和设备转移到印度。”刘兴景认为,要真正进入印度的主流市场,还要靠高端产品,要加大在当地投资。

声音

中国与南亚经贸合作潜力惊人

在世界经济复苏艰难的背景下,中国与南亚国家同处于快速发展阶段,市场潜力不可估量,堪称全球经济版图中最耀眼的区域。

“中国和南亚国家人口超过30亿,是全球最大的新兴市场,也是世界经济增长最快的地区。”中国商务部副部长高燕表示,其中人口超过1亿的国家就有中国、印度、巴基斯坦、孟加拉国等,劳动力资源的丰富程度位居全球前列,双方开展互利合作有很大的发展潜力和拓展空间。

近年来,中国与南亚国家关系持续发展,正处于最活跃最富有成效的时期,双边贸易稳步增长。据中国商务部统计,国际金融危机以来,中国与南亚国家贸易额年均增长12%,去年达到1112亿美元的历史新高。中国企业对南亚国家的投资持续快速增长,累计已超过120亿美元,成为南亚国家最重要的外资来源地之一。南亚国家来华投资兴业,累计投资额已近9亿美元。

目前,中国与斯里兰卡、马尔代夫等南亚国家自贸谈判正在进行,与尼泊尔的自贸协定可行性研究也已启动。中国政府表示愿意跟更多南亚国家商谈自贸协定,给双边经贸合作营造更加稳定和可预期的环境。

分析人士认为,中国与南亚国家的贸易投资互补性强,彼此要深化投资和基础设施建设的合作,既可在不同产业间进行横向分工合作,也可在同一产业内进行垂直分工合作。

(俞永均 整理)



14 梅山: “千亿级科技创智岛”引擎发力



15 宁波远洋渔业“掘金”进行时



16 2016,老外眼中的宁波长啥样



扫一扫,零距离感知宁波开放温度

(包凌雁)