

家居企业凭创新突围开拓新市场

精钢刀具折射出冷冽锋芒、各式精品陶瓷餐具温润如玉、用于应对不同料理的多样化煮锅令顾客称奇……4月23日,第137届广交会第二期开幕,本期以“品质家居”为主题,吸引了超1万家厂商参与,新快报记者走访发现,相比于广交会一期的高科技元素,家居用品更贴近生活,展品乍一看似乎不如一期的“高大上”,但其实处处都透着创新。

■统筹:新快报记者 陆妍思 ■采写:新快报记者 张晓茜 刘艳爽 陆妍思 高镛舒

看展

面向年轻化客群,创新厨具用品

“这是我们今年新推出的钻石刀具,可以看到其整体的外观,线条设计非常有灵性,即使是放在刀架上也非常具有观赏性。”来自广东力王厨房用品公司的董事长陈自力正向记者及外商介绍自己公司的产品,这套刀具创新性地刀背加宽处理,同时留有一定弧度,以适应新一代厨师们喜欢拍压及顶部施力的用刀习惯。同时,这套刀整体非常轻盈,不像传统刀具那样厚重。

陈自力感慨地说,参与广交会多年,深深体会到这里既是拓客的绝佳平台,更是产品创新的比试场。近几年来采购的国家愈发多样化,且年轻群体日益成为厨房主力,因此对自身产品提出新要求。“只有与客户面对面,才能直面

国际市场的细微变化,看似家长里短的不起眼的刀具,背后却是‘中国智造’不断地创新迭代。”

新快报记者注意到,像钻石刀具这样的创新之处,在整个广交会展馆内不胜枚举,它们藏在各种大家并不太注意的细节中。来自宁波卡特马克智能厨具公司的董事吴玉萍向记者展示一款该公司率先设计出的八角锅,这款煮锅外沿有八角,但内里为圆形,普通烹煮时可以严丝合缝扣上盖子,只留一个小孔出气,而收汁时可以微转锅盖,设计好的八角帮助留出更多散气空间。

与陈自力一样,吴玉萍同样提及面

向群体的年轻化,这需要让自身产品更具设计感。“我们每次参会都会了解最新市场趋势,比如颜色,当前国际市场流行哪些厨具颜色,我们可以立即跟进。”吴玉萍进一步向记者介绍,“随着与外国客户做生意经验的累积,可以更好地适应不同地区的不同习惯,让自己的产品适应不同需求。比如德国在大型烤盘、鱼盘上需求较高,同时颜色偏向黑色,而同属欧洲的西班牙却偏向颜色鲜亮一些,此外西班牙靠海,其用于烹饪海鲜的厨具需求更旺。”

观察 “通过广交会积极开拓新市场”

对于家居用品这种传统低附加值的出口品类来说,近期的关税风波影响尤其大。新快报记者走访企业时了解到,目前各厂商在是否重点布局美国市场上态度有明显差异。

“美国市场对我们来说没那么重要!”吴玉萍表示,其公

司出口美国业务较少,主要做欧洲市场,而且长期的外贸经验使得公司早对加税有了预期,故此已经早早在内销上有布局。

“目前行业内主做美国市场的厂商更多是处于观望态度。”一位不愿具名的瓷器餐具企业负责人告诉记者,其公司生意额中对美出口占了一半以上,他认

为美国市场之所以重要在于其供应链更完整成熟,客户不会轻易更改供应商,且美国客户给出的单笔订单供货数量更大,有利于企业形成规模效应。在关税冲击之下,该负责人对广交会更加寄予厚望,“近几年广交会上来自中东、东南亚的客户明显增多,我们也积极通过广交会的对接活动,积极开拓新市场。”

活动

搭建中澳采购平台,预计成交超5000万澳元

为帮助外贸企业对接全球市场,第137届广交会将举办多场对接活动。4月23日,澳大利亚维州和新州建筑协会商务考察对接会,便搭建起了一个中澳优质建材采购的高效直通平台。记者从对接会上获悉,ABPA 维州建筑协会和CBANSW 新州建筑协会两大协会携手组成了精英代表团,共邀请了35位实力采购商来华考察,预计采购额度超过5000万澳元。

会上,企业代表与中国供应商迅速进入一对一洽谈模式。每张桌前,双方围绕具体采购需求展开深

入探讨,现场气氛紧张而高效。桌面上陈列着丰富的产品资料与样品,参会人员专注交流,力求在最短时间挖掘最具潜力的合作机会。

“中国制造真的非常厉害!”First Civil PL 公司总经理 Samuel Mitchell 表示,这是其首次访华,此行对中国制造的实力感到“非常惊讶”,他举例说:“无论你需要什么类型的产品,这里几乎都能找到,例如灯具类产品,款式、颜色、种类繁多,定制能力也非常强,而且不论订单量的大小,中国企业都能满足需求。”

Mitchell 指出,过去中国产品常常被认为质量一般,但近年来已经有了非常明显的改变,中国现在生产出了很多

高品质的产品,而且价格依旧具有竞争力。“我们这次来中国不仅是为了采购,更希望能深入了解中国在建筑和制造领域的发展方向,把一些先进的技术和系统带回澳大利亚,借此提升我们的管理体系和工作方法。”

BB Truss & Timber 公司的负责人 Geoff Baxter 则是第二次访华。他表示:“广交会的规模和创新性给我们带来了深刻启发,这里的一切让我们意识到,只要有想象力,几乎没有什么是不可能的,而且不一定需要大量资金。”他还提到,广州的环境和人们热情的回应给他留下了深刻印象,晚餐非常美味,他真心喜爱中国的美食。“明年我一定还会回来。”他补充道。

观察 中美贸易变局下的“澳大利亚机会”

在美国实施“关税大棒”政策的背景下,澳大利亚采购商预计可能会从美国市场转移的产品中受益,尤其是高性价比的消费品和工业品。

Geoff Baxter 指出,目前西方国家无法像中国一样以如此高效且经济的方式生产产品。

如果美国不再从中国进口这些商品,中国市场将不得不寻找新的出路。Baxter 认为,澳大利亚在这种情形下处于有利地位,能够以更具竞争力的价格引进这些商品,进

而从中获益。

First Civil PL 公司中国业务代表 Billy Chen 也表示,对澳大利亚企业而言,目前正是切入中国市场的一个良好时机。“如果你的产品不能进入美国市场,那就可以转向澳大利亚市场,因为澳大利亚的法律中立。全球庞大的生产体系和供应链并非一朝一夕能改变的。”

他还强调,尽管全球市场面临一些挑战,但他对中国制造业的未来充满信心。“中国的产品在不断更新和迭代,这是其他国家无法做到的。并不是任何国家都能成为制造业强国,尤其是在研发和技术层面。中国这30多年的发展,造就了完整的制造文化体系,这是其他国家无法轻易复制的。”

值得一提的是,代表团特别邀请到新南威尔士州政府议员全程随行,并且会在对接会上发表讲话。这不仅体现了澳大利亚政府对广交会这一国际经贸盛会的高度重视,更彰显了其推动中澳建筑产业深度合作的坚定决心。

■4月23日,第137届广交会第二期线下开展迎客。

新快报记者 毕志毅/摄