

外銷淡靜 轉攻內地市場

加博會展商港企逾6成

2013中國加工貿易產品博覽會開幕典禮

加博會電子商務平台开通儀式

Opening Ceremony 2013 China Processing Trade Products Fair
Inauguration of E-business of CPTPF

2013.6.19
廣東·東莞

主辦單位：內務部、人力資源部、社會保障部
承辦單位：廣東省對外經濟貿易發展局
協辦單位：廣東省商務廳、廣東省人民政府
廣東省對外經濟貿易發展局
廣東省對外經濟貿易發展局



▲2013中國加工貿易產品博覽會19日在東莞開幕，港企佔參展廠商逾6成，創歷屆新高
本報記者方俊明攝

2013中國加工貿易產品博覽會19日在東莞開幕，港企佔參展廠商逾6成。港府駐粵經貿辦主任朱經文認為，這反映內地港企轉攻內銷市場的意願強烈。經貿辦最近調研珠三角港企後發現，目前港企都進行不同程度的轉型升級，而且內銷渠道多樣化。據東莞經貿部門統計，以港企為主的加工貿易企業的自主品牌數量，最近5年激增近一倍，開拓內銷市場步伐明顯加速。

【本報記者方俊明、實習記者官文清東莞十九日電】

今屆「加博會」吸引全國24個省市共1213家企業參展，創歷屆新高。廣東省投資促進局局長楊子江對本報表示，2008年金融海嘯以來外銷企業飽受衝擊，也令加工貿易類港企亟亟轉型升級、拓展內銷。據他觀察，「加博會」近年受港企熱捧，參展港企逐年增加，至本屆參展企業中更有逾6成為港企。

從加工製造走向品牌製造

出席開幕式的朱經文接受本報專訪時表示，根據經貿辦對珠三角港企的最新調研，目前港企面對的最大難題，主要是外圍經濟不明朗、海外訂單趨降，以及企業的綜合成本驟升等。對此，不少港企開始進行不同程度的轉型升級，包括創建自主品牌或購買品牌、提升生產工序效率等，力爭實現從大路貨產品到特色精品、從低附加值到高附加值的傳統和初級市場到高端目標市場的三級跳，從「加工製造」走向「品牌製造」。

事實上，珠三角部分地方政府亦注意到港企對轉型升級的需求，並提供相應協助，其中東莞透過加強與香港生產力促進局和貿發局等合作，引進香港設計中心、創意中心等專業機構，為港企直接提供產品設計、企業形象、產品質量等輔導服務。僅過去兩年，就有700多家港台企業參加轉型升級輔導，這些企業出口、產能、淨利潤分別上升16%、13%、11%。

港企拓內銷渠道多樣化

談到港企開闢參展，朱經文指出，「加博會」作為唯一直接服務於加工貿易轉型升

級的國家級博覽會，對港企有很大吸引力，不僅港企佔參展企業逾6成，它們拓展內銷的渠道相當多樣化，「除了參展外，還利用電子商務、大型經銷商採購對接、開設直營店等模式拓展內銷市場」。

主打年輕時尚手袋的港資時代銷售公司，自2011年起購買意大利品牌進軍內地，至今已在多個一線城市開設50家直營店，未來一年還將翻一番。公司行政總監劉巨鵬稱，該公司內銷搞得有聲有色，最主要原因是市場定位準確，區別於LV等奢侈品，款式新穎多樣、價錢適中，瞄準25歲到32歲的白領階層。

港資光陣顯示器製品公司則自主研發推出「鼠標掃描儀」，兼具鼠標和自由尺寸掃描儀等時尚功能，是全國第一家、全球第四家研發該類產品的公司，預計今年內銷售額將達1億元。公司產品總監曾歡華說，自2009年主打「光陣」品牌，先後申請專利92項，內銷額年均增長3成；公司內銷總銷售份額也由5年前不足2成，增至目前的8成。

東莞港企自主品牌倍增

據東莞經貿部門統計，最近5年來，以港企為主的加工貿易企業自主品牌擁有數量從2008年約2千個，增至目前近4千個，攀升近一倍。全市外資企業去年內地銷售總額2854億元，同比增長15.1%。中山大學港澳珠三角研究中心副主任、東莞市政府特約研究員林江認為，這些數據顯示港企在經營市場上已由出口市場為主，轉為以內銷市場為重心，在經營模式上開始注重品牌和營銷。

港企升級五招

- 1 提升效率** 如引進3D打印技術、增添「機器人」等先進設備，應對用工荒、工資升等問題
- 2 致力創新** 透過技術研發、高校學研等模式提升產品工藝，提升產品質量及企業形象
- 3 自主品牌** 收購國外品牌或引進母公司品牌，拓展內地銷售市場
- 4 採購對接** 透過與大型超市、商場、百貨等經銷商進行採購對接，或開設直營店、加盟店等鋪開內銷渠道
- 5 電子銷售** 增設電子商務銷售平台，或與內地知名電商、大型網購平台合作，降低銷售成本

(本報記者方俊明整理)

東莞港企內銷數據對比

	2008	2012	增長
銷售額	2479億	2854億	15.1%
企業平均銷售比重	25.5%	34.7%	9.2百分點
自主品牌	約2000個	近4000個	近1倍

(本報記者方俊明整理)



▲朱經文(右)在「加博會」期間走訪參展港企，左為劉巨鵬
本報記者方俊明攝