

Bringing China's Giftware Industry to International Market

ECV 中国 - 欧洲企业联盟友情献策

中国礼品企业如何开拓国际市场

6月23日，在上海世贸商城举办的2006“时尚礼品精致生活”展的产业研讨会上，ECV中国—欧洲企业联盟杜力山作了题为《中国礼品企业如何开拓国际市场》的报告。

杜力山指出，中国礼品进入国际市场，美国和欧盟是首选。中国是美国和欧盟的重要合作伙伴，欧盟已设定了对华关系的长期目标。市场对于产品的主要要求是安全和环保。安全、人道的工作环境日益受到进口商的关注。并且欧盟已采用了一个指令，来控制珠宝、手表业等接触皮肤的物品中镍的使用。

在欧盟和美国市场，圣诞节、母亲节、情人节是最重要的赠礼节日。在价位上，25美元到50美元范围最受欢迎。

大规模零售连锁、最小化存货和缩短发货时间以降低成本与商业风险，将继续成为小制造商的威胁。因为直接采购的零售巨头通常喜欢大供应商。另一方面，零售巨头的崛起，给了自有品牌产品新的机会。日益增长的环境意识促使礼品制造商采用更经济非污染的材料取代传统材料。由于激烈的市场竞争，礼品企业需要提高设计水平来保持竞争力。掌握安全标准、法规和行为标准是海外进口商主要关心的问题。每个国家有不同的关税及配额，了解清除这些方面非常重要。



图为杜力山(右)正在作报告。(本报记者 周自进/摄)

过去，进入欧盟和美国两大市场，只有大公司才能获得贸易许可。现在，许可证很容易获得，但小公司倾向于找代理商。获得贸易许可后，可以直接贸易，省掉了中间环节，与中端消费者和市场更接近，因而应对变化也更加迅速。但公司也必须具备国际商贸惯例、文化、语言等方面知识和国际营销公司的能力。

中国企业走出国门寻找合作伙伴，要进行全面市场调查。可以利用聘请顾问、参加全球贸易展会等形式，深入了解实际情况。要充分了解对方的促销能力、资源、研发能力及其信用度。

外国公司悬着中国公司，主要考虑的是资源、价格、灵活性、可靠性及其应变能力。要求中国公司能满足客户需求，产品质量稳定，发货及时。