

14亿人口大市场助台企拓内销

多部门联合举办“台企拓内销”系列活动,达成意向签约金额近10亿元

晨报讯(记者 陈翠仙 潘薇)由海峡两岸经贸交流协会、全国台企等单位主办的“台企拓内销”线上推介对接系列活动首场对接会3日举行。冠捷科技、正新轮胎等众多厦门台企参与其中。据商务部披露,此次活动促成有效配对一千余场次,达成意向签约金额近10亿元。

据悉,目前在闽台资企业超过1万家,其中有70%左右的企业主打外销。受疫情影响,国际市场整体低迷,而国内市场稳步回升,内需不断扩大。商务部副部长王炳南在会上表示,大陆营商环境持续改善,14亿人口的巨大市场将为台资企业的发展提供广阔空间,我们支持台资企业拓展内销市场,深化两岸经济融合发展。

对接会上,两岸企业家代表重点围绕机械设备、化工材料、电子元件等工业品和食品、服装、家居建材等消费品领域,深入洽谈对接并达成多

项合作意向。据初步统计,活动现场及场外共促成有效配对一千余场次,达成意向签约金额近10亿元人民币,成效得到参加企业普遍认可。

会上,台企表示,日前国务院办公厅印发的《关于支持出口产品转内销的实施意见》,也为他们拓展内销市场提供了不少帮助。《意见》中提出加快转内销市场准入,简化出口转内销产品认证程序,简化企业办税程序。同时搭建转内销平台,鼓励外贸企业对接电商平台,引导主要步行街组织开展出口产品转内销专题活动,组织大型商业企业开展订单直采。这些措施为台资企业提供了实实在在的帮助。

推介对接采取在线直播推介和企业线上洽谈对接相结合的方式,助力台企拓展内销市场,共吸引了百家台企和超过两百家大陆对接企业参与,直播推介同时在线人数超过5000人次。

S0706007

相关新闻

外销订单减半 台企转型内销“自救”



台商曾正道检查生产线情况。记者 潘薇 摄 P207052317

晨报讯(记者 潘薇)在厦发展31年的美美餐具工业有限公司也参与了此次线上推介对接活动。当天上午,该公司董事长曾正道与儿子很早就来到公司,为活动做准备。商品展示、交流对接、宣传推介……忙碌了一上午,曾正道收获颇丰,他告诉记者,这是他首次用线上方式进行推介,达到精准对接的效果。

曾正道说:“我们的产品市场主要在海外,为沃尔玛等零售商供货。这些零售商在大陆也占据了一定市场份额,此外永辉等平台也是很好的平台。通过对接活动,我们直接跟沃尔玛、永辉等进行一对一上洽谈,寻求更好的合作方式。”

在曾正道看来,面对不断变化的国际市场,拓展内销市场是当务

之急。曾正道于1989年从桃园来到厦门,成立厦门美美餐具工业有限公司,公司主要外销不锈钢餐具,年产值超过1.6亿元人民币,在美国、英国、非洲均设有工厂。但受疫情影响,外销订单量减少一半,转型内销成为他们积极“自救”的必然选择。他说:“在业务方面,我们现在已经聘请几位有经验的业务人员,调整大陆市场的经营;在设备方面,也进行相应改善,以应对以后内销市场需求。”

曾正道表示,大陆疫情得到全面控制,内需市场日益彰显。政府还推出《关于支持出口产品转内销的实施意见》及助力台企“11条措施”,为台资企业提供极大的发展空间。“政府对台资企业及台湾同胞的支持,解决了我们的后顾之忧,我们十分有信心继续打拼。”曾正道说道。

S0706008

台青在厦倡导“乐运动”推广“绿餐桌”

晨报记者 陈翠仙 潘薇

健身运动、养生食疗已经融入许多市民的生活中,改善亚健康观念越来越深入人心。看中大陆健康产业崛起,在厦台商、台青推出了相关创业项目。台青江志崇开办了健身房,推广快乐健身模式;而台商詹益清则打造“绿餐桌”,推广有机食品。疫情发生后,民众健康意识不断提升,也为他们的推广提供了不少助力。

独特模式推广健身

在软件园二期旁,有一家台青创办的健身房。麻雀虽小五脏俱全,每天晚上,都有不少下班的白领前来健身。创始人江志崇告诉记者,他希望用不一样的经营模式,让学员快乐健身。在疫情停业期间,他们专门拍摄了视频,引导会员以及其他市民居家健身。

江志崇告诉记者,他们健身

模式独具特色。“大多健身房的营销模式是销售健身卡以及私教课程。但对于新手而言,并不合适。很多人购买健身卡后,因不知道如何使用器材,去了几次后就放弃了。”江志崇解释说,他们为购买健身卡的会员也配备了教练,指导他们使用器械,掌握正确的运动方式。“我们希望大家从健身中获得快乐和健康,而非跟风去办健身卡。”江志崇说,为此,他的健身房以“乐来乐爱你”命名。

虽然江志崇的健身房去年7月才正式落地,但他的经营理念可是经过了几年的验证。“我原来是做营养师,2015年大陆全民健身运动兴起后才接触健身行业。在台湾开设了健身房,在广州也曾有4家门店。”江志崇介绍说。

“我的祖籍在龙岩,2005年来大陆寻亲,找到了厦门的亲戚。后来,亲戚参观了我的健身房,强烈建议我到厦门开一

家。”江志崇说,去年,他借着来厦参加亲戚婚礼的机会,考察了厦门市场,并最终决定落地发展。

近1年的发展,让江志崇感到当初的决定没有错。“虽然受疫情影响,停业了一段时间。但大家对于健康的意识进一步提升,未来有更多的发展机会。”江志崇告诉记者,现在他们已经累积了近200名会员,待市场进一步恢复后,将开启门店拓展计划。

拓展大陆有机版图

日前,在厦门大学附近的绿餐桌店举办了一场有机素食的试吃会。店老板詹益清告诉记者,厦门有机素食的食客越来越多,他趁着疫情停业期间,调整思路,推出了众多新品。这场试吃会就是他们的成果展示。

詹益清从事有机行业已经近30年,当人们还不知道“有机”为何物时,他就在台湾成立

“绿色小镇有机连锁体系”,如今已有上百家连锁店。

看到大陆有机市场抬头,詹益清便计划将“有机王国”版图延伸到大陆,2017年,詹益清在厦门开设了绿餐桌店,主营各类有机果蔬以及相关农副产品。

发掘大陆市场,詹益清除了引进台湾的成功经验,也注重因地制宜。“绿色产业在台湾以线下实体店为主,大陆则要先通过线上传播,建立消费观。”詹益清说,抓住了这一规律后,他们利用线下门店售卖有机产品、餐饮制作,在线上进行直播,并制作相关音频推广绿色有机产业的理念。打造消费者线上了解、线下体验的方式,吸引潜在客户。

如今,厦门已经成为詹益清对外发展的据点,他对接合伙人,在武汉、合肥、石狮等地开设了相关门店。他说:“大陆的有机产业发展潜力大,民众的消费理念也在不断转变。”

S0706010



江志崇(右)指导学员使用健身器材。

记者 陈翠仙 摄P207052315