

陶瓷出口注意要点

我国是陶瓷大国,但却是陶瓷出口弱国。多年来,我国陶瓷产品市场主要以国内市场为主,近几年陶瓷产品的出口虽然快速增长,取得了很大成绩,但出口总值占陶瓷工业总产值的比例仍很小。因此,如何开拓陶瓷产品的国际市场,使我国陶瓷产品由传统的国内市场为主转变为国内国际两个市场,是关系到我国陶瓷工业发展的至关重要的问题。

然而,要想“走出去”,必须制定相应的市场开发战略,一步一个脚印地去开拓。以下几个方面是值得注意的地方:

1、知己知彼才有胜算。所谓“知己知彼,百战不殆”。我国陶瓷企业要想走出去,不仅要知己,更要知彼,那就必须进行市场调研。调研的主要内容包括以下几个方面:一是需求调研。摸清国际上不同国家和地区的现实需求和潜在需求。二是产品及价格调研。了解国外消费者对产品的花色、品种、质量、性能、包装以及国际上不同市场能接受的价位。三是国情调研。了解所要进入市场的国情,包括自然、文化、风俗习惯、政治背景等因素,捕捉和分析用户的消费心理。四是市场环境和贸易政策的调研。无论哪一个国家对产品出口和进口都有一些政策与法规,对于出口者不但要了解本国规定,也要了解对方的规定,否则就要碰壁。五是竞争优势调研。及时了解自己的产品在竞争中的地位,正确

把握企业自身的状况,审视一下企业的竞争力,找准自身优势,发现自己的劣势。只有在充分调研的基础上,确定企业的发展战略和目标,研究制订相应的市场策略和产品战略,才能在国际市场竞争中做到有的放矢。

2、强调市场细分。由于受经济、文化、风俗等方面的影响,陶瓷产品在不同的地域表现出不同的需求。譬如:欧美等发达国家对高档陶瓷产品的需求强劲,而亚非拉等国家和地区市场重心主要放在一些中低档陶瓷产品上,等等。因此,应针对各国不同的国情和根据不同的需求来进行市场细分。

3、精选合作伙伴。出口企业要努力掌握了解世界经济和贸易的发展趋势以及世界市场的竞争格局和变化趋势,熟悉国际上贸易投资的基本规则和惯例,了解掌握跨国公司的经营战略和市场意图,巧妙地同跨国公司进行接触,力争取得双赢的合作结局。如果选择代理商,一定要选择有服务网络的经销商;如果选择合资伙伴,一定要选择有生产经验,有一定市场占有率,有资本的企业等等。

4、就地构筑渠道。国产陶瓷要成功进入国外市场,除了拥有技术后盾,关键还在于组建一套适合国外的销售模式,力争渠道当地化。国内陶瓷企业要努力学习那些知名国际品牌的运营机制,学会掌握现代的促销手段,根据不同的国家和市场来采取不同的销售模式,特别要注意借助他们现有的销售渠道打开市场。

5、提升技术水准。与国际强势陶瓷品牌相比,国内许多陶瓷企业在技术水平、装备水平、工艺水平、设计水平、技术标准等方面比较落后,成为陶瓷出口最大的门槛。随着“健康化、绿色化、环保化、自然化、功能化、材料化”等概念的强化,国际陶瓷市场对陶瓷产品的技术标准要求在不断提高,国产陶瓷想在国际市场上站稳脚跟,需在技术研发和提升技术水准上狠下功夫。

6、管理至关重要。中国陶瓷企业要走向竞争激烈的国际市场,就必须学会先进的管理方式,跟踪了解国际上最新的经营管理理念,特别是生产组织、经营管理、资源配置、优化组合、市场竞争及促销手段等,加快建立现代企业制度,规范公司的治理结构,在国际市场竞争中取得主动。还要注意解决好信息渠道和有效利用人力资源等工作。

7、加快调整创新。国产陶瓷要在竞争激烈的国际市场上站稳脚跟,必须以面向国际市场为主,建立技术创新的机制,加快产品结构调整的步伐,提高产品的附加值。同时,加快企业内部资源的优化配置和调整。具备比较优势的企业应在扩大出口上下功夫;竞争力较差的企业要以国际市场为目标,通过合资生产扩大出口;不具备竞争力的企业应在企业的核心竞争力上下功夫。