

2024外贸新蓝海 外贸市场开发超全攻略

白皮书

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

目录

前言	3
第一章 俄罗斯	3
第二章 巴西	8
第三章 意大利	13
第四章 新加坡	18
第五章 泰国	23
第六章 越南	27
第七章 印度	32
第八章 印度尼西亚	37
第九章 哈萨克斯坦	42

前言

根据海关总署发布的数据显示,2024年1-3月,中国货物贸易进出口总值10.17万亿元人民币,同比增长5%。其中,出口5.74万亿元,同比增长4.9%。中国对美国、日本等传统市场回暖向好,进出口降幅同比收窄5.9个、1.2个百分点,中国对美国出口同比增速为2.1%。但对荷兰、新加坡、菲律宾、南非、日本、韩国、澳大利亚出口同比增速为负增长。

中国商品在全球范围内受到广泛欢迎,靠的正是创新和品质。这些是外贸企业努力的结果,也是广大用户和消费者的理性选择。

但地缘政治紧张局势和贸易保护主义等不利因素仍然存在,然而当前外贸发展也有不少有利因素,外贸公司必须开拓更多的国际市场才能迎接挑战、屹立不倒。

我们一起来看一下,2024年值得布局开发的外贸市场有哪些?哪些国家可能成为外贸企业的“香饽饽”。

俄罗斯

俄罗斯因独特的地缘位置,处于我国“一带一路”战略中的要塞,是外贸人眼中的新兴“香饽饽”。中俄贸易额增长很快,两国合作领域也一直在增多。那么,潜力如此之大的俄罗斯的外贸市场现状究竟如何呢?又该怎样开发?

今天我们就从俄罗斯客户的消费习惯、采购习惯、开发技巧、谈判风格等方面来分享一下。

电商热卖品类

1、成人服装和鞋子

由于俄罗斯季节温差较大,这个类别营销的季节性很强。夏季温度不高,但阴天较多,经常下雨,因此雨伞是必备用品。

2、正装

他们参加晚会或者出席重要场合时,习惯穿晚礼服,所以正装相关的产品也是热销品类。

3、女性服饰

她们喜欢追赶流行,因此,新款的服装鞋包、华丽的首饰都是俄罗斯女性的重要消费对象。

4、电子设备

俄罗斯年轻的消费者喜欢在线看电影、玩游戏和看书,因此他们还会购买高端游戏硬件和相关配件,如相机和投影仪。

5、运动产品

不愧是战斗民族,因此体育和相关设备发展势头猛烈。

用户消费特点

数据显示,俄罗斯电商用户中,以25-44岁的消费者为主,其中55%为女性,中高收入用户占据三分之二。用户消费特点如下:

1、追求物美价廉逐渐

64%俄罗斯消费者的单笔订单金额不超过30美元,但不会为了低价而忽视商品质量。高性价比、经济耐用的国内外商品日益受到广大俄罗斯消费者的青睐。

2、品牌忠诚度非常高

一旦他们尝试并喜欢了你的品牌,他们就会非常忠诚,因此在品牌宣传上多花功夫非常重要。

3、非常喜欢个性化

如果商家根据俄罗斯消费者以前的购买情况展示类似的产品、个性化的购物车页面,或者是提供个性化的优惠,那么他们会获得更高的转化率。

4、喜欢在周四消费

周四是俄罗斯在线消费者在一周中平均支出最高的一天,比周一高出57%。俄罗斯居民喜欢在周末之前囤积他们需要的一切,然后在周五和周六晚上休息、娱乐。

客户开发

1、主要搜索引擎

<http://www.yandex.ru>

<http://www.rambler.ru>

<http://www.youtube.com>

<http://www.ulmart.ru> (俄罗斯版京东)

<http://www.mail.ru><http://avito.ru> (俄罗斯版赶集网)

2、常用社交平台和聊天工具

社交平台：

Vkontakte、YouTube、Instagram、Odnoklassniki、Facebook

聊天工具：

WhatsApp、Telegram、Viber

3、开发信模板

这里附赠一个俄罗斯客人提供的万能俄语开发信：

Здравствуйте!

你好！

Предлагаем к рассмотрению возможность сотрудничества.

请您考虑合作的可能性。

Наше предприятие *****длительное время работает на

*****Китая,ориентировано на экспорт,обеспечивая

комплексное снабжение предприятий различными группами товаров, быструю и своевременную доставку, гибкую систему скидок.

我们公司(*****处为公司名称,可以用英语写)。为(****写产品名称,可以写英语)

产品在中国的长期供应商。我们专业做出口。我们可以为您的采购整合不同产品供应商,快速及时的物流,合理的价格折扣。

Наша основная услуга заключается в помощи клиентам в поиске и выборе высококачественных и конкурентоспособных продуктов. Мы организуем доставку в срок в соответствии с требованиями клиента, строго контролируем качество и организуем все необходимые документы. У нас также имеются гибкие схемы скидок и возможность расчетов в удобные сроки.

我们的标志性服务理念是：帮客户搜索和选择出优质的有竞争力的产品。及时的组织货运,按照客户的要求严格进行质量控制,组织所有必需的证明文件。灵活的折扣方案,以及尽可能的账期方案。

Контактное лицо:

联系人

E-mail:

Web:

Тел. моб.

手机号码

喜好与禁忌

1、饮食习惯

俄罗斯人的饮食特点是菜汤加稀粥,主食普遍爱吃面食,肉类偏爱牛肉,蔬菜最爱白菜、蘑菇,饮料最爱格瓦斯,酒类是爱伏特加,水果最爱吃苹果,干果最爱葡萄干。一般都不吃乌贼、海蜇、海参和木耳等食品,还有些人对虾和鸡蛋不感兴趣。

2、注重仪表

俄罗斯人很注重仪表,很爱干净,衣着整洁。出门旅行总要带熨斗。参加晚会、观看演出,俄罗斯人习惯穿晚礼服,尤其是看芭蕾舞剧,显得特别高贵。带最少一套西服或裙装,以在正式场合穿。

3、禁忌

值得注意的是,俄罗斯人特别忌讳“13”这个数字,认为它是凶险和死亡的象征。相反,认为“7”意味着幸福和成功。他们还认为镜子是神圣的物品,打碎镜子意味着灵魂的毁灭,但是如果打碎杯、碟、盘则意味着富贵和幸福。

谈判风格

1、固守传统

在商务谈判中,一些俄罗斯人计划性强,是强劲型的谈判对手。对俄商要有耐心,俄商进行商务会谈的速度通常很缓慢,但在取得信任后,通常可建立长久的关系。

2、对技术细节感兴趣

俄罗斯人相当重视质量,还特别重视谈判项目中的技术内容和索赔条款,在报价中想以较低的价格购买最有用的技术。在技术细节上要求也比较多,如设计图纸、零件清单、原材料证明书等等。

3、善于讨价还价

俄罗斯人非常善于讨价还价。首先要对外招标,引来数家竞争者,采取各种离间手段,让对手之间竞相压价,最后从中渔利。

4、不要派太年轻的人为谈判代表

在俄罗斯,没有15-20年的工作经历的人不容许代表公司谈判,俄罗斯的公司有尊老的倾向。

5、谈判的人最好会俄语

如果公司致力于发展俄罗斯市场,为了达到更好的沟通效果,最好有人精通俄语,这样往往能够轻易赢得俄罗斯人的好感。

巴西

作为南美洲最大的经济体,巴西在金砖国家中扮演着举足轻重的角色。近年来,巴西在金融、能源和制造业等领域吸引了大量外资,并逐步成为全球重要的科技创新中心之一。

外贸企业如何掘金巴西市场?如何选品?如何挖掘潜在客户?收藏这篇就够了!

巴西国家概况

【国名】巴西联邦共和国

【面积】851.03万平方公里

【人口】2.1亿,白种人占53.74%,黑白混血种人占38.45%,黑种人占6.21%,黄种人和印第安人等占1.6%。官方语言为葡萄牙语。

【宗教】约50%的居民信奉天主教,31%的居民信奉基督教福音教派。

【首都】巴西利亚,2021年人口309.4万,年平均气温21°C。

【经济】经济实力居拉美首位,世界第十二位(2022年)。农牧业发达,工业基础雄厚,服务业产值占国内生产总值近六成,金融业较发达。

【资源】矿产、土地、森林和水力资源十分丰富。

巴西热销选品

【服饰配饰】包括女装、男装、鞋类、手表、珠宝等。

【美妆护肤】如化妆品、护肤品、个人护理产品等。

【家居家装】如家具、床上用品、厨房用具、装饰品等。

【母婴用品】包括婴儿服装、尿片、奶粉、儿童玩具等。

【电子家电】如智能手机、平板电脑、电视、家用电器等。

【运动用品】包括运动服装、健身器材、露营装备等。

【数码产品】如相机、耳机、智能手表、充电宝等。

【宠物用品】如宠物食品、宠物玩具、宠物用具等。

【生活日用】如清洁用品、厨房用品、文具、家居装饰等。

【本土特色】巴西的本土特色商品和文化产品,如手工艺品、特色食品、当地传统服饰等。

巴西重要展会预览

巴西圣保罗皮革箱包展览会

时间:2024年1月22日-1月24日

巴西圣保罗建筑建材/五金建材展览会

时间:2024年4月2日-4月5日

巴西圣保罗工程机械及矿山机械展览会

时间:2024年4月23日-4月26日

巴西农业展——巴西农业机械展

时间:2024年4月29日-5月3日

巴西圣保罗工业展览会

时间:2024年5月7日-5月11日

巴西圣保罗医疗器械展

时间:2024年5月21日-5月24日

巴西圣保罗食品加工展览会

2024年6月18日-6月21日

巴西圣保罗家居配件及木工机械展览会

时间:2024年7月2日-7月5日

巴西圣保罗太阳能光伏展览会

时间:2024年8月27日-8月29日

巴西里约石油天然气展览会

时间:2024年9月23日-9月26日

巴西圣保罗摩托车及自行车展览会

时间:2024年10月24日-10月29日

巴西圣保罗汽车配件展览会

时间:2025年4月22日-4月26日

巴西圣保罗电力电子展览会

时间:2025年7月22日-7月25日

巴西买家特点

1、性格慢

巴西人回复邮件较慢且巴西人做事情不喜欢别人催促,在他没做好抉择前,是不会回复你的。巴西的谈判进度较慢,而且更多的是基于私人交往。

2、喜欢“分期付款”

巴西人喜欢“分期付款”,而这种消费习惯也影响到了他们的外贸。

3、喜欢压价

巴西人喜欢压价。与巴西人做生意报价时尽可能给自己多留点余地,但不能开始就降很多。

4、不守时

不守时是巴西人的一大诟病。巴西人临时调整会议时间甚至取消会议也是常有的事,而且很可能是在会议开始前5-10分钟才临时通知你。

5、注重性价比

巴西人注重性价比、注重服务质量,巴西消费者的整体环保意识有所提高,环境友好型、资源节约型的品牌概念更能吸引到巴西消费者的注意力。

6、注重工业技术

巴西人注重工业技术,所以在与巴西企业进行谈判前,应充分做好各方面的技术准备。

交易注意事项

1、学习葡萄牙语

一定要学习葡萄牙语,翻译软件只能是锦上添花,而不是雪中送炭。

2、不要在假期打扰对方

12月到隔年2月份之间,最好不要有商务行程,因为那是巴西人一年中玩得最开心的时段,对工作不会用心。

3、决策者上班较晚

尽管巴西的办公时间通常是早九点到晚六点,但决策者上班较晚,下班也晚。给巴西管理人员打电话的最佳时段是上午十点到中午十二点,以及下午三点到五点。

4、亲近熟人

找关系,找熟人能建立更好的合作意向。巴西人这方面和中国还是有很多像的地方,更喜欢亲近熟人。在巴西拓展市场,最有效的办法是找当地人合作。

5、喜欢直接看产品

文字不如图片,图片不如样品,样品不如实物。巴西人不喜欢动脑筋,喜欢直接看产品,更加直观明了。

6、葡萄牙语物料

会参展的外贸员和外贸企业,多准备一份带有巴西葡语的报价和宣传手册,与巴西人成交的概率肯定会上升很多,这点费用不要省。所有的外贸员名片一定要准备充分,针对巴西市场的,建议在名片上,或者背面印上巴西葡语的产品名。

7、注重售后服务

在开发巴西市场的同时各位要尤其留意自己的产品在巴西是否有生产以及竞争对手的情况,准确定位自己的产品优势,找到产品在巴西的差异性。提前做好市场调研,不要盲目进军南美市场。巴西人在消费方面还有一个特点就是很注重售后服务,还有产品的耐用性。同样情况下,如果你的产品耐用性比同行的好,就会比较受到他们的欢迎。

8、喜欢拖延付款

巴西进口商喜欢L/C以外的付款方式,在给中国出口商付款时,老客户容易拖延。但对新客户,如采用L/C以外方式付款,则须预收部分定金。

意大利

意大利进口概况

中国是意大利的纺织品及原料、家具玩具、鞋靴伞等轻工产品的首要进口来源地。另外，中国是意大利机电产品的第二大进口来源地，占其市场份额的16.3%，居首位的德国占21.7%。我国对意大利出口商品中，智能手机、锂离子蓄电池、便携式自动数据处理设备、光电池、机械设备和零部件、家具和照明设备、鞋靴和圣诞节用品等较多。

消费者消费习惯

语言：意大利语

网购终端：84%选择移动智能手机 | 60%选择笔记本电脑

网购支付方式：PayPal (51%) | 信用卡 (26%) | Poste Pay (21%)

主要网购群体：年龄段在25至44岁的人是意大利最大的网购群体，其次年龄段在24岁以下的人，排在第三的是65岁以上的人。其中，老年群体中(65岁以上)，女性(25%)比男性(16%)更愿意在网上购物。数据显示，自2017年以来，越来越多的意大利人通过移动设备进行网购。2024年使用移动设备的购物者比例预计将达到41%。

礼仪与禁忌

1、着装整齐

意大利人在正式社交场合一般是着西式服装，尤其是参加一些重大的活动十分注意着装整齐，喜欢穿三件式西装。

2、常施握手礼

在社交场合与宾客见面时常施握手礼，说话时喜欢靠得近些，双方的间隔一般在30—40厘米。交谈中不要谈美式橄榄球和政治。

3、不要盯着对方

他们不喜欢在交谈时别人盯视他们,认为这种目光是不礼貌的。喜欢用手势来表达个人的意愿,常用的有:用手轻捏下巴表示不感兴趣、快走等等。

4、女士优先

在意大利,女士受到尊重,特别是在各种社交场合,女士处处优先。宴会时,要让女士先吃,只有女士先动刀叉进餐,先生们才可用餐。进出电梯时,要让女士先行。

5、时间观念不强

意大利人时间观念不强,特别是出席宴会、招待会等活动时,经常迟到。

6、忌数字13

忌数字“13”,凡住房号、剧院座位号等都不准有13的字样。

7、忌送手帕、送菊花

赠送纪念品时,切忌送手帕,认为手帕是亲人离别时擦眼泪用的不祥之物,送花时切忌送菊花,因为菊花盛开的季节正是他们扫墓的时候。

8、安静用餐

在用餐过程中,不要把刀叉弄的叮当作响,在吃面条时,用叉子将面条卷起来往嘴里送,不可用嘴吸,尤其是在用汤时,不要发出声响。每道菜用完后,要把刀叉并排放在盘里,表示这道菜已经用完,即使有剩的,服务员也会撤走盘子。

贸易时注意事项

1、注重细节

意大利客户注重细节,对样品的细节问的很清楚,和他们做生意,成单周期比较久,有的客户跟了2年多才下单。所以,不能急,要放平心态做好跟进工作。有些客户聊得很好,好像购买欲望很强似的、但是扭头就装不认识,WhatsApp、旺旺、邮箱留言也不回,遇到这种客户也要平常心。

2、更愿意与国内企业打交道

意大利人与外商做交易的热情不高,他们更愿意与国内企业打交道。认为国内企业生产的产品一般质量较高,而且国内企业与他们存在共性。所以,与意大利人做生意要有耐心,要让他们相信你的产品比他们国内生产的产品更物美价廉。

3、决定权在总经理手里

意大利的企业,决定权大都操在总经理之手,因此,和总经理直接谈生意成交居多。一旦取得这些高层管理人员的信任,生意就会持续不断,而且越做越大。可以利用社交网站去寻找高层管理人员的联系方式,进行重点开发。

4、重视友谊

意大利人大多善于交际,并很重视友谊。如果能和意大利客户建立深厚的友情,就具备了扩大生意的稳固基础。

5、善于讨价还价

意大利客户对价格比较敏感,还特别能还价,所以在报价时一定要注意了。

6、注意付款风险

和意大利客户做生意,特别是其南方地区的企业,一定要好好调查一下其信誉和可靠性。付款方面可以要求其LC付款,他们还是普遍都能接受的,或者TT预付30%,见提单扫描件付70%也行,能降低风险。

开发客户的有效方法和渠道

1、广交会和意大利本地展会

广交会在国际上的知名度和影响力不容置疑,很多老外会去广交会,一些意大利贸易商也会去参展,所以,企业参加广交会能收获很多客户,包括意大利客户。

当然,如果你的企业资质够高,又主打意大利市场的话,走出国门去意大利参展也是非常必要的。毕竟能来中国的意大利贸易商只是很少的一部分,如果能把产品推销到他们面前,获得的机会就更多;而且对深入了解当地市场也有很帮助。

参加国外展会费用都很高,一定要做好展会前的准备工作,力争将展会效果最大化。意大利有三大知名的展会城市:米兰、博洛尼亚、都灵,每年都会举办一些非常大型的展会,客流量很大,可以深入去了解。一定要带好翻译,因为意大利客户的英语水平并不高。

2、意大利海关进口数据

通过意大利的海关进口数据,一键搜索即可快速查询到“对自己产品有采购需求”的意大利买家,是开发意大利市场最快捷的一个方法。孚盟CRM系统覆盖60国进口数据及47国出口数据,涵盖200+国家的4000万+采购商数据,通过海关数据支持目标客户上下游供应链详情穿透,发现更多潜在商机。

3、意大利本土搜索引擎

每个搜索引擎收录的东西都是有区别的,同样一个关键词你在意大利本国的搜索引擎上和Google上的搜索结果肯定是不一样的。所以,建议大家多个引擎搜索,并重视本地搜索引擎的使用,你能获得更多潜在客户信息。

意大利比较受欢迎的本地搜索引擎如下:

<http://www.google.it/>

<https://it.yahoo.com>

<https://www.msn.com/it-it>

<http://www.excite.it/>

意大利的英语使用率并不高,多说意大利语,很多企业网站也是意大利语言。所以,在搜索关键词的时候,一定要翻译成意大利语。

4、意大利黄页名录

首先,推荐使用意大利展会名录。意大利有很多知名展会,这些知名展会都有相关的主页,主页上会有一些参展商的联系方式、产品种类、参展商公司网站等重要资料。这些资料都是非常有价值的,因为国外的参展商即是卖家也是最大的进口商,这些客户值得重点跟进。尤其是其公司网站上有我们可以生产的产品的客户更是重中之重。虽然我们没有去其中的这些展会,但是在发开发信的时候,还是可以写“it is my honor to know you from Milan Exhibition”作为开头的,这样可以迅速拉近和客户的关系。

其次,欧洲有很多企业都有在黄页上刊登自己信息的习惯,因此利用黄页也可以从中找到潜在客户。

推荐几个意大利黄页网站:

<https://www.paginegialle.it/>

<https://www.yellowpages.com/italy-tx>

<http://www.italianbusinessguide.com/>

不过黄页上不一定有EMAIL信息,需要你查到的客户信息放到搜索引擎上去查询搜索。

5、意大利新闻网站

通过“新闻”搜索,也可以找到意大利一些比较知名的、比较有影响力的客户。建议大家用意大利本地的搜索引擎去搜索,获得的信息会更多更及时,从中找到的客户线索也更多。

6、国外社交网站

据调查,意大利人上社交网站的频率非常高。所以,好好利用社交网站,一定能从中开发到目标客户。说起社交网站开发客户,是有很多技巧的,这些技巧能帮助我们更好地、更高效率地去找到客户。社交网站除了用来开发客户外,也是联系客户的一种快捷方式。但意大利人不喜欢人在他Facebook上留言谈工作,如果不是非常紧急的事情最好不要在上面留言。

新加坡

作为东盟经济的“发动机”,新加坡是继纽约、伦敦、香港之后的第四大国际金融中心,是东南亚唯一的发达国家,一直吸引着全世界的目光,也成为中国企业出海东南亚的热门之选。

那么,新加坡市场如何开发?选哪些平台?客户喜好禁忌有哪些?今天,我们一起来探索一下新加坡这一优质市场,一文搞懂这些全部问题。

新加坡热销品类

1、女装时尚

女装是新加坡消费者的热门需求之一,尤其是时尚女装、饰品、箱包等产品,但也要注意竞争激烈。如果想打造自己的特色,可以尝试一些太阳眼镜、内衣等竞争相对较小的产品,这样也能提高转化率。

2、家居用品

像装饰用品、收纳用品、餐厨用品等家居用品潜力巨大。根据不同节日选择不同图案的产品也很重要哦。

3、美容保健

眼影、口红、眼线笔等美妆产品是必备之选,可以参考韩系妆容来进行准备。保健品方面,钙片、鱼油等产品也是热门商品。

4、母婴用品

纸尿裤、婴儿爬服、吸奶器等母婴用品在新加坡市场销量较高,其中纸尿裤更是一天内销量可达几十万。在新加坡市场上,母婴用品的销售一直都是非常热门的,而纸尿裤则是其中最为畅销的产品之一。

5、清洁能源

新加坡政府为推动能源、水源、绿色建筑的发展,大力支持清洁能源的发展和推行。

6、3C电子

在新加坡站点,手机配件、平板电脑保护套、USB线、移动电源、食品搅拌机等电子产品需求较大,建议从竞争较小的产品入手,提高转化率。

7、食品和个护

这两个行业的增长速度是最快的。在线食品和个护行业在新加坡电商市场中具有很大的潜力,尤其在消费者对健康和个人护理问题越来越关注的背景下,这两个行业的发展前景更加广阔。

新加坡客户的特点

1、重视礼仪细节

新加坡是一个文明的国家,因此其在日常交往中十分重视礼貌。在与新加坡商人进行谈判时,对于礼仪细节一定要十分重视,否则会影响成交机会。并且在谈判的时候切记不要将鞋底朝向客户,这会给新加坡商人留下很差的印象。

2、对产品质量要求严格

新加坡客户对于产品的质量要求是非常严格的,在采购产品时,他们对于价格并不是十分重视,只要产品质量达到他们的要求,一般都会完成订单。

3、时间观念强

新加坡客户的时间观念很强。在与新加坡客户进行商谈时,一定要提前进行预约,并且要在约定的时间内到达。如果你在商业会谈中迟到,那么会引起客户的强烈不满。

4、重视宗教信仰

新加坡是一个多元种族的国家,因此国内的宗教也具有多元化的特点,宗教信仰十分强烈。因此在与新加坡商人进行商谈的时候,对于新加坡国内政治、宗教以及民族等问题尽量不要涉及。

开发新加坡市场的渠道

1、参加新加坡当地的贸易展会

很多外贸人在开发新加坡市场的时候都会参加当地所举办的贸易展会,在新加坡展会中可以认识到当地的商人,增加订单签订的几率。

主要展会如下：新加坡航空展览会 (Singapore Air Show)：两年一届，2月在新加坡举办。新加坡亚太船舶海事展览会 (APM)：两年一届，3月在新加坡举办。新加坡游艇展览会 (Yacht Show)：一年一届，4月在新加坡举办。新加坡酒店用品展览会 (FHA HoReCa)：两年一届，10月在新加坡举办。新加坡暖通制冷展览会 (MCE Asia)：一年一届，9月在新加坡举办。新加坡游戏展览会 (Gamescom Asia)：一年一届，10月在新加坡举办。

2、B2B平台

<http://www.wcbn.com.sg/>

<https://www.exporters.sg/>

<https://www.etradeasia.com/>

<http://www.chemnet.com/>

<https://www.diytrade.com/>

3、新加坡黄页网站

<https://www.yellowpages.com.sg/>

<https://www.iesingapore.com/>

<https://www.wmlou.com/info/29749.html>

<https://www.mti.gov.sg/>

4、常用社交平台

Facebook、Instagram、Twitter、TikTok、YouTube为新加坡最受欢迎的社交媒体。此外，WhatsApp在新加坡，相当于WeChat在中国，人人都在用。

5、家居用品

新加坡海关官网:<https://www.customs.gov.sg/>

新加坡贸易与工业部:<https://www.mti.gov.sg/>

新加坡海关数据查询:

<https://www.cnabke.com/product/customs/>

新加坡经贸网站新加坡政府网站:

<https://www.gov.sg/>

新加坡旅游局官网:

<https://www.visitsingapore.com/>

新加坡交通局官网:<https://www.lta.gov.sg/>

新加坡金融管理局网站:<https://www.mas.gov.sg/>

新加坡工商局官网:<https://www.acra.gov.sg/>

新加坡国际商会:<http://www.sicc.com.sg/>

6、新加坡常用查询工具

新加坡货币与汇率信息查询:

<https://www.xe.com/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=USD&To=MYR>

新加坡企业信息查询:

<https://www.cnabke.com/product/intelligent-search/>

新加坡进口关税查询网站:

<http://wmsw.mofcom.gov.cn/wmsw/>

新加坡特快专递查询:

<https://www.51tracking.com/singapor>

新加坡反倾销查询:

<http://cacs.mofcom.gov.cn/cacscms/view/searchList>

还有一点值得注意,新加坡主要节假日包括新年、复活节、劳动节、母亲节、父亲节、国庆节(8月9日)、平安夜、圣诞节,外贸人们一定要抓住机会,做好节日营销。

泰国

中泰两国将从3月1日起实施永久互免签证入境政策,这意味着往返两国无需对方国签证,泰国即将迎来又一次大火,感觉全球游客和投资客要被泰国吸引了。

那泰国这个国家,市场情况怎么样呢?与中国的贸易又如何呢?根据海关总署发布最新数据,2023年1-12月中国出口泰国总值5322.3亿元,同比增长4.5%。由此可见,泰国市场也是一个充满商机和前景的市场。

天时地利人和,对于外贸人而言,泰国市场有哪些开发潜力?如何选品?如何挖掘客户?最全攻略在此。

泰国国家概况

泰国,首都曼谷,位于中南半岛中南部,属热带季风气候,地势北高南低。作为东南亚第二大经济体,泰国仅次于印度尼西亚,互联网渗透率达75%以上,是东南亚互联网普及率最高的国家之一。

总面积:513000平方千米

海岸线:2705千米

总人口:6617万人

主要民族:泰族

宗教:佛教

官方语言:泰语

泰国客户的特点

当和泰国客户一对一沟通时,有没有知己知彼、投其所好?他们这些特点你都了解吗?

1、注重人际关系

泰国商人性格十分谨慎,一般不喜欢冒险。因此大多数泰国人是不愿意与不熟悉的客户进行商业往来。我们在与泰国商人进行合作时,可以寻找双方都熟悉的组织进行介绍,加强彼此之间的信任。

2、重视商品质量

产品追求精益求精,泰国人甚至可以舍弃利益从而保障制作出高质量的产品。

3、重视宗教文化

泰国被称之为万佛之国,其十分重视宗教文化。因此当你与泰国客户进行商谈时,要重视其宗教信仰,并且在交谈时要避免一些宗教话题,避免引起对方的不悦。

4、时间观念强

泰国人具有较强的时间观念。因此在与泰国人进行商谈时一定要准时到达,一旦迟到将会给客户留下非常不好的印象,在后期的合作中可能会造成不利的影响。

5、喜欢尝试新品牌

跟国内的消费者一样,泰国消费者也比较喜欢尝试新品牌,而且是多个品牌尝试性地去购买。购买的理由也比较简单,只有3点:有趣、有折扣、有评价。

6、更喜欢社交化消费

泰国人均花费在社交媒体的时间是3小时11分钟,根据普华永道的数据显示,51%的线上用户直接通过社交媒体进行商品购买,这一比例世界排名第一。泰国人非常喜欢三件事,与美相关的、与娱乐相关的、创意相关的。

泰国热销品类

1、居家生活

家具、厨具、卧室用品、家装工具和设备、洗衣和家庭护理产品、园艺用具、灯具和照明设备、餐具、家居装饰配件、储纳设备等。

2、美容护肤

面部护理产品、化妆品、护发产品、沐浴露和身体护理产品、手足指甲护理产品、化妆工具、香水、男士护理产品、美容产品包装等。

3、健康

保健食品、个人护理、性保健品、医疗用品、其他产品等。

4、手机配件

手机、配件、可穿戴设备、SIM卡、平板电脑、收音机。

5、家用电器

电器、小家电、大型电器、电视及相关设备、电路板及备件、投影仪和备件、其他、电池、遥控、电子烟。

客户开发渠道

1、泰国搜索引擎

Google泰国：<http://www.google.co.th/>，全球著名搜索引擎泰国站点。

Sanook! Search：<https://www.sanook.com/>，由泰国的第一门户网站Sanook!提供的搜索服务。

MSN泰国：www.msn.com/th-thMSN创建的门户网站在泰国的分站

2、泰国黄页

<https://www.yellowpages.co.th/>

3、泰国主要电商平台

Shopee、Lazada、JD Central、Shoppa泰国、Central Online、JIB泰国、Advice泰国、HomePro泰国、ASOS泰国、WeMall泰国。

4、泰国常用社交平台

Facebook、Facebook Messenger、Line、Instagram、Twitter。

5、泰国经贸网站

泰国政府官网：www.thaigov.go.th

泰国外贸司官网：www.dft.go.th

泰国商业部：<https://www.moc.go.th>

泰国贸促会：<http://www.thaigov.net/>

泰国商会：<https://www.nectec.or.th/>

中国驻泰国经商参处：th.mofcom.gov.cn/

6、泰国贸易数据查询网站

泰国海关总署：www.customs.go.th

7、泰国常用查询网站

泰国货币与汇率信息查询：

<https://www.xe.com/currencyconverter/convert/?Amount=1&-From=USD&To=MYR>

泰国企业信息查询：

<https://mp.weixin.qq.com/s/1G4E1Yi8MwfhGlc8lkFgsA>

泰国进口关税查询网站：

<http://wmsw.mofcom.gov.cn/wmsw/>

泰国邮政查询：

<https://www.thailandpost.co.th/th/index/>

泰国主要港口

泰国有18个港口,其中主要港口有9个,包括:曼谷(bangkok)、曼谷BMT港(bangkok bmt)、曼谷PAT港(bangkok pat)、曼谷SCT港(bangkok sct)、曼谷SHCP(bangkok shcp)、曼谷TPT港(bangkok tpt)、林查班(laem chabang)、莱卡邦(lat krabang)、宋卡(songkhla)。

越南

中国是越南最大的出口市场之一,对于外贸人来说,越南也的确是一个值得开发的市场。在RCEP背景下,中国很多产品在出口越南时有着距离及关税的双重优势。鉴于此,孚盟软件建议大家可以多关注这个市场。以下是一份超详细的越南市场开发指南,希望对各位外贸人士有所帮助。

当地热卖品类

1、时尚品类

时尚品类重点子类目为连衣裙、裤子、内裤、睡衣、家居服和头发配饰。连衣裙增长空间大,类目日单量很高。裤子在越南当地需求量大,跨境商品丰富且价格实惠。内裤、睡衣和家居服增长空间大,当地卖家在该子类目也很强劲。

2、母婴品类

儿童时尚商品换新快,重量轻,跨境商品优势大。跨境卖家可重点开发柔软、透气、温和材质商品,把控价格即能轻松爆单。母婴重点子类目为儿童配饰、女童服饰(3个月-4岁)和童鞋。

3、美妆保健

美妆护肤是越南当地销量最大，跨境2020年增长最快的一个品类。越南买家喜欢韩式淡妆，热衷于购买有美白功能的商品。时尚品类重点子类目为护肤产品、美妆工具、唇膏/唇部护理、脸部/眼部彩妆。

4、家居用品

越南年轻人口、年轻家庭数量大，因此对家居用品需求旺盛。目前餐厨类商品还处于缺产品状态，极具竞争力价格是爆单必备。家具用品重点子类目为厨房和餐厅。

5、3C品类

买家很多直接搜索自身手机型号购物，所以卖家可以多使用关键词广告。越南市场苹果系统占有率在40%左右，卖家选品时可苹果、安卓双入手。

当地客群特征

1、语言

越南的官方语言是越南语，此外，法语也很通行，越南客人普遍英语比较差，但可以尝试用中文沟通。越南有不少华人，尤其是在中越边境市场，有很多华裔或华人在做生意，因此，在这些地方，人民币可以直接流通，可以用中文沟通。当然，你也可以选择聘用国内会说越南语的翻译。

2、人脉

要在越南做生意，建议与决策人员多接触建立感情，疏通关系。越南的商业往来十分偏重个人交情。对于越南客人来说，身为“自己人”或是被他认为是“自己人”有绝对的好处，甚至可以说是成败的关键。另外，要积极发展与当地有关部门的关系，政府官员诚信度较高，承诺过的政策、待遇能够很好实现。在越南，under the table的桌下交易比较多，佣金文化比较流行。

3、口是心非

许多亚洲文化都不赞成有话直说，多数越南客人也不讳言地表示，公开的言论及手势往往与“完全的事实”相去甚远。在做生意时，越南客人真正的意图和想法时常秘而不宣，他们与外国人交往时尤其如此。但是，越南客人并不认为口是心非是欺骗的行为，反而视之客气体贴的表现。越南文化视客气与体贴为善良的美德，为此，他们所选择的策略是说假话，至少是口是心非。

4、勤劳而“狡黠”

在越南，每一户面对商业街道的人家，都会把前厅改造成了仓库或店面，在他们的铁卷门后，藏着大大小小的木箱纸箱，里头货品一应俱全。有人戏称越南客人：“如果一粒木瓜从树上掉下来，在它掉到地上以前，就有人抢着要挂牌出售了。”越南客人的“狡黠”体现在他们善用小聪明和小伎俩。很多越南客人付款不痛快，总是找借口拖着你，希望把你拖急了你就给他打个折。这点要注意，要从付款方式开始，牢牢控制主动权。

5、决策特别慢

在越南，企业整个制度强调一致性。从文化角度分析，越南遵循亚洲传统的集体决策模式，重视群体的和谐。越南客人不喜欢争执，在决策时往往心平气和地表达意见。与越南客人做生意，必须亲自拜访对方多次，才能看到一点点即将进行决策的迹象，因此如果做决策所花的时间比预期的要长，也别失望。因为决策慢是越南客人的一个特点。

6、率性而为

越南客人喜欢顺其自然、见招拆招。他们很欣赏西方人积极的作风，却无意起而效尤。外籍商人在越南经商，切记要保持轻松的态度与沉着的耐性。经验老到的商人认为，如果去一趟越南有75%的行程能够按预定计划进行，就算很成功了。

开发越南客户的方法

1、参加相关行业展览会

越南当地有很多展会,如果产品主打这个市场的话,建议去当地参加展会。虽然该地展会的规模没有欧美的大,但是人流量却很大,而且距离也不远,参展也比较方便。

2、查阅越南海关进口提单数据

该方法能最快找到越南的精准采购商,出于对数据的准确性与及时性考虑,建议通过孚盟系统的【贸易大数据】功能来获取越南采购商的海关数据。

3、在当地报纸投放广告、设办事处

可以选择越南当地知名报纸杂志并在上面投放广告,可以直接吸引到当地贸易商,从而获得订单。如果想以品牌的形式主打越南市场的话,可以考虑在当地设立办事处、发展渠道代理商。

4、查阅越南名录、黄页

在中国制造网越南采购商频道:made-in-china.com/globa,越南黄页:yellow-pages.vn/上输入产品的越南语关键词、搜索,能找到很多相关越南企业。

5、借力越南常用的搜索引擎

Google越南:google.com.vn/

Vietgate:vietgate.net/

大家要用越南语去搜索,出来的都是越南企业,再进行筛选。搜索“关键词”可以用组合关键词,如:产品关键词+公司名称后缀/邮箱后缀/importers/buyer/company/wholesaler/retailer/supplier/vendor/.....

6、借力越南常用B2B网站

bizviet:bizviet.net/

asiatradehub:asiatradehub.com/vietna

vietoffer:vietoffer.com/main.php

vietnamtradefair:vietnamtradefair.com/e

7、借力国外社交平台

Facebook和LinkedIn也是开发越南客户非常有效的方法。利用社交平台开发客户不要想着一步到位,过尤不急,要本着细水长流的心态去经营维护,客户自会主动关注你、咨询你。

当地的喜好与禁忌

越南客人厚爱红色,视红色为吉祥、喜庆之色。非常喜欢狗,认为狗忠实、可靠、勇敢。喜爱桃花,认为桃花鲜艳、美丽,是吉祥之花,并称之为国花。他们忌讳别人拍他们的肩膀或用手指着他们大声叫嚷,认为这是有失礼貌的举止;忌讳用脚指物,或把脚掌对向别人,认为这是污辱人的动作。

出口越南须知

1、原产地证

如果越南客人要求,可以办理一般原产地证CO或中国-东盟原产地证FORM E,其中FORM E只能用于中国-东盟自由贸易特定国家。该类型产地证到商检局或贸促会办理出具,但需要先备案。如果没有备案,也可以找代理出具,提供箱单和发票即可,大约一个工作日出证。

2、付款方式

越南客人常用的付款方式是T/T或L/C。如果是OEM的话,最好可以做成T/T和L/C相结合的方式,比较安全。做T/T需要注意,一般情况下,30%预付款,70%装货前付清,但新客户不同意的机率较大;做L/C需要注意,越南的船期比较短,L/C的交单期会比较短,一定要控制交单时间。

3、清关程序

越南政府颁布的8号法令25号条款第3点规定:海关申报人必须提供足够准确的商品信息,以便货物及时清关。这意味着:不良/不完整的商品说明和低申报货物可能会被当地海关拒绝。因此,发票上应提供货物的完整描述,需包含品牌,品名,型号,材质,数量,价值,单价等信息。客户需要确保运单上的重量与客户向海关申报的重量一致。(原产地的客户)的预报重量和称重的实际重量之间的差异可能导致清关延误。客户必须确保运单上的所有信息,包括重量是准确的。

印度

一提到印度市场,很多外贸人都会感到望而却步。然而,印度市场也是一块潜力无穷的大蛋糕,这体现在其庞大的人口和雄厚的银行资金上。今天就来聊聊印度市场的一些开发技巧。

印度概况

1、主要城市

新德里(New Delhi)是印度首都,孟买、加尔各答、金奈、班加罗尔也是印度的重要城市。

2、时差

印度当地时间比北京时间慢2.5小时。以北京时间减去2.5小时后,即为印度的当地时间。

3、人口

印度是世界上第一人口大国,人口数世界排名第一。其中男性人口约7.3亿,女性人口约6.9亿。整个国家的人口密度为每平方公里412人,居世界第31位。

4、民族

目前印度的民族超过两百个,主体民族是印度斯坦族,该族占印度总人口的46.3%,其他主要是少数民族:泰卢固族、古吉拉特族、马拉地族、孟加拉族、加拿达族、旁遮普族、马拉雅拉姆族、阿萨姆族、奥里萨族等。

5、语言

印度有大约2000种语言,其中55种有自己的文字和文学。印度的官方语言是印地语,30%人口使用;英语为“第二附加官方语言”,亦是全国性的通用语言,主要在政治和商业交往场合使用。另外还有其他21种少数民族的预定官方语言。

6、主要节日

多元却又富有特色的宗教文化使得印度当地有着许多与众不同的节假日。

1月26日印度共和国日、1月30日甘地逝世纪念日、公历2-3月间洒红节、公历3-4月左右拉玛节、公历3-4月左右马哈维那节、南印度丰收节、北印度的丰收节、复活节的前一个星期五耶稣受难日、5月月圆之日卫塞节、印历五月下半月第三天夜晚大湿婆节、8月15日印度独立日、8月间佩鐲节、公历8-9月左右建摩斯达密节、公历9-10月左右十胜节、公历10-11月左右排灯节、宰牲节、12月25日圣诞节。

7、宗教

印度的三大宗教是印度教、伊斯兰教、基督教。印度有82%的居民信奉印度教，有12%的居民信奉伊斯兰教，2.3%的居民信奉基督教。

印度市场的开发渠道

1、行业协会

在印度，每个行业都有相关的协会，而大型采购商通常都是协会的会员。因此，拜访行业协会是获取印度代理商的好方法。可以使用谷歌搜索，输入产品关键词+印度+协会，找到与产品相关的协会，并查找协会会员的联系方式，以便展开合作。

2、展会

印度的展会业务非常发达，民众参观展览会的热情犹如参加传统庙会一般。参加展会是获取印度代理商最便捷、快速的方式之一。可以访问印度贸易推广局的网站，了解所有印度展览会的介绍和参展方法。

3、海关数据

孚盟CRM系统覆盖60国进口数据及47国出口数据，涵盖200+国家的4000万+采购商数据，通过海关数据支持目标客户上下游供应链详情穿透，发现更多潜在商机。

4、B2B平台

www.indiamart.com等印度知名的B2B平台。还可以使用Google Trends和Google AdWords分析选择一些搜索量大的关键词，发布产品信息并认真编写描述，配备多个不同角度的产品图片，通过精心经营来吸引客户的主动询盘。Google搜索访问印度版Google，使用产品关键词+公司名称后缀/邮箱后缀/importers/buyer/company等进行搜索，可以找到许多相关的印度企业，其中潜在的采购商需要进行分析 and 筛选。

5、社交平台

印度人最喜欢使用的社交平台是WhatsApp和Facebook, 其次是Instagram、Twitter等。可以利用这些平台与潜在客户进行互动和联系。

印度社交礼仪与禁忌

1、社交礼仪

印度人相互见面的礼节, 有合掌、举手示意、拥抱、摸脚、吻脚。一般两手空着时, 口念敬语“纳马斯堆”, 同时要施合掌礼。摸脚跟和吻脚礼是印度的最高礼节。

现代在社交场合上的印度男人们, 也开始运用握手礼节了, 但印度妇女除在重大外交场合外, 一般与不与男人握手。

正统的锡克教信徒头戴包头巾, 不抽烟, 不吃牛肉并且不剪头发。

见面与分手时, 男人与男人握手。如被引见妇女, 男人不与她握手而应双手合十, 微微弯腰。

男人不能触碰女人, 在公共场所不能与单身女人说话。

接受或传递食品时, 一定要用右手。

作客时可以带水果和糖果作为礼物, 或给主人的孩子们送点礼品。

印度人喜欢谈论他们的文化业绩、印度的传统、有关其他民族和外国的情况。

2、社交禁忌

不要谈及个人私事、印度的贫困状况、军事开支以及大量的外援。

他们忌讳白色, 认为白色表示内心的悲哀, 习惯用百合花当作悼念品。

他们忌讳弯月的图案、忌讳左手传递东西或食物, 把1、3、7视为不吉利的数字。

开发印度客户的注意事项

1、报价留有余地

印度客户追求低价,因此产品价格必须具备竞争优势。然而,印度客户喜欢讨价还价,因此在报价时,可以适当高报一些价格,给予他们还价的空间。但请确保心中有一个底价,一旦触及底价,态度要坚决地表示无法再议价。

对于一些一直在磨价格的印度客户,可以简单粗暴点谈判,比如You are a very good bargainer.Ok,I will check with our director and let you know. 从质量出发:Price needs to comply with the quality./You get what you pay for. 如果已经砍得差不多,印度客户还继续要求折扣,应该表现出很生气的情绪。直接用问号加以下语言:Are you serious???

切勿为了开拓市场和争取客户而低价倾向,因为近年来,印度政府以反倾销为名对外国出口商品进行调查。

2、谈判时保持高度警惕

在业务谈判中,可能会遇到一些夸大实力和订单数量的印度客户,尤其是一些外贸新手。不要被他们忽悠,特别是在调查过后,可能会发现他们中的一些是同行,只是在询价和获取信息;另一些是印度代理商,订单数量取决于他们的客户,未下订单前变数可能很大。因此,请保持高度警惕并保持平常心态。

3、样品付费

一些印度客户可能会索要免费样品,他们可能通过获取大量免费样品来间接降低采购价格,或者在收到样品后,可能会找当地的加工作坊按照样品进行生产。因此,在寄送样品时,坚持原则上要求样品付费。真正有购买意向的客户是可以接受样品付费的,甚至在订单完成后可以退还样品费用。但在寄送样品之前,坚持要求付费寄送样品。对于那些不愿意接受样品付费的客户,很可能不是目标客户,即使他们选择离开,也不可惜。

4、交易方式

坚持不要选择D/P即期、远期和D/A的付款方式。由于当地市场和进口政策不断变化，一些进口商，特别是中小商业公司，可能以各种借口不履约。在过去的两年中，有几家中国公司由于以D/P、D/A方式交易而遭受经济损失。因此，在收款方面，务必要求客户进行100%T/T付款。在开始生产时预收30%的货款，安排发货前预收100%的货款，只有收到100%的付款后才安排发货。即使合同明确规定了交货期限，在收到预付款之前也不要进行生产。

印度尼西亚

印度尼西亚(以下简称印尼)人口2.7亿，是世界排名第4位的人口大国，但工业基础薄弱，很多产品都依赖进口，这就给中国外贸带来了很大机遇。

今天，我们就来分享一下印尼外贸市场开发攻略，外贸人千万别错过！

印尼电商市场概览

1、年轻人口

据ADVANCE.AI统计，印尼人口年龄中位数是30.3岁，人口结构年轻化，这意味着电商市场消费主力军占大多数，购买能力更强。

2、互联网渗透率高

截止2021年1月，印尼互联网用户达2.02亿人，占总人口的73.7%，其中96.4%是移动用户。预计到2025年，印尼互联网渗透率将达到89.3%。另外，互联网人均使用时长已从疫情前的3.6小时/天增至目前的4.3小时/天。庞大的人口基数和越发高的互联网渗透率为中国外贸企业布局印尼营造了良好的局面。

3、先享后付

印尼数字经济的整体市场规模以20%的年复合率增长,而电商购物领域的市场规模也实现了增长飞跃,预计在2025年达到1040亿美元的规模。伴随全球电商行业的发展,“先享后付”支付服务的市场规模也得以迅速增长。印尼是数字支付增长最快的地区,尤其受到千禧一代和Z世代年轻消费者的追捧,“先享后付”支付规模持续扩大。

4、社媒偏好

截至2022年1月,印尼活跃社交媒体用户达1.86亿人,占总人口68.9%,最常用社交平台包括YouTube、WhatsApp、Facebook、TikTok等,互联网用户每日使用社交平台的平均时长高达3小时37分钟。印尼人喜爱使用社交软件,易被KOL影响消费喜好,偏好社交电商购物。外贸人可跟进社媒使用习惯和社媒广告触及率来选择平台。

印尼消费者分析

印尼掀起了颜值经济风,喜欢美妆个护、母婴用品及配饰等产品。他们从社交媒体和电视广告中获取促销活动信息。

在消费因素中,根据GWI消费者调研,免费送货、折扣及大促和产品评论最受印尼消费者关注。另外,根据东南亚电商平均客单价数据,印尼商品消费单价是21美元。可见印尼消费者对价格敏感,为折扣疯狂。所以,外贸企业可以放大展示折扣力度和促销活动。

印尼市场热卖品类

1、手表配饰

印尼的手表配饰缺口很大,产品90%需要进口,从下图可知,占比最重的是时尚手表,占总类目的74%,其次是智能手表的20%,最后是奢侈表。综合来讲,2500RMB以下手表销量最大。

2、个护美妆

皮肤护理、化妆品、香水这些目前已经有比较好的数据表现,而Beautytools, body care, gift set and hair care拥有的子类目很少,GMV占比低,还有相当大的发掘空间。

3、服装及配饰

价格在50RMB-150RMB的服装配饰销量最高,SKUs最大的空间在女装,包包、配饰等潜力非常大。

4、电子类产品

印尼的手机元器件进口需求依然十分高,当地的生产能力还未能达到要求。

2012-2016年,印尼手机元器件的进口额极速增长了519.8%。目前,印尼的手机零部件进口额达到了9.55亿美元。

5、母婴类产品

印度尼西亚是东南亚人口最多的国家,每年约有160万婴儿出生。根据EcommerceIQ的一项调查发现,66%的印尼消费者会在网上购买母婴产品,57%的人会每月购买此类产品。婴儿服装和用品分别占母婴类产品购买量的49%和23.3%,市场空间巨大。

6、照明类产品

印尼的照明设备覆盖率较低,在印尼,仍有大约140万家庭没有接电,这对于印尼的照明市场来说是很大的商业空间。印尼对于LED灯的需求非常高。

7、家用电器类

产品随着物联网的发展,家电市场越来越走向高端路线。印尼电子制造协会主席表示,印尼消费者的电子产品购买力将从2019年起有较大提升,一些智能电视、纳米技术洗衣机以及智能空调的出现刺激了消费者的购买需求。

印尼市场开发渠道

1、社媒/网红

印尼的社交媒体渗透率极高, YouTube、WhatsApp、Facebook、TikTok等, 大部分消费者习惯于在时尚博主和KOL的引领下追赶潮流。

2、本地店铺

对比印尼电商平台的相关入驻条件, “本土店铺”具备诸多优势, 建议外贸企业制定本土化运营的可行性策略, 通过“本土备货”和“本地商家”的方式抢占印尼市场。

3、B2B/B2C平台

可以Google搜索一些印尼B2B知名平台, 发布产品、等待客户主动询盘。如果做零售的话, 可以考虑入驻B2C网站。

4、印尼海关数据

海关数据是经过印尼海关统计的, 记录了印尼企业的详细进口数据, 是真实可靠的信息。想查海关数据, 可以用孚盟CRM, 累计更新上亿条印尼的贸易数据, 覆盖上百万采购商数据, 关键词精准匹配采购需求, 还可以穿透目标客户上下游供应链数据, 发现更多潜在商机。

5、印尼企业名录

中国制造网印尼企业名录:

<http://www.made-in-china.com/global-company-index/Indonesia-5024-1.html>

大家可以去看看他们的主营产品和公司性质, 看是不是能作为客户进行深入开发。

6、印尼商业协会

印尼基本上各个行业都有协会, 可以Google搜索: 产品关键词+ Indonesia+association, 寻找产品相关协会, 对协会会员进行分析、筛选, 寻找潜在客户。

7、Google搜索

进入Google印尼站,搜索产品关键词(+公司名称后缀/邮箱后缀/importers/buyer/-company...),经过筛选分析后,能得到很多潜在印尼采购商,该方法非常考验业务员的耐心、细心度。

印尼节日

元旦、春节、耶稣受难日(复活节前的星期五)、登霄日(伊斯兰历7月27日)、卡尔蒂尼日/妇女节(4月21日)、国际劳动节、开斋节(伊斯兰历10月1日)、宰牲节/古尔邦节(伊斯兰教历12月10日)、独立日(8月17日)、母亲节(11月22日)、伊斯兰历新年(伊斯兰历1月1日)、圣诞节等。

印尼的买家特点

印尼商人做决定比较慢,和他们打交道,一定要有耐心。印尼人非常重视交情,一定要注重关系的培养。印尼买家大多谦和有礼,喜欢笑,所以和他们面对面交流时,一定不要愁眉苦脸。印尼人非常重视名片的传递,和他们见面时,一定要主动奉上名片。

印尼人很忌讳谈论有关当地的政治、社会主义等话题。印尼人忌讳用左手传递东西或食物,和他们面对面交流时要注意了。有的印尼人信奉伊斯兰教,忌食猪肉类食品。

外贸企业注意事项

1、物流

在印尼,清关障碍大、不确定因素多及物流投递信息滞后等也是棘手问题。

2、欺诈

国际刑警的相关研究和报告显示：东南亚国家面临着一系列的数字欺诈威胁，包括僵尸网络、网络钓鱼活动、银行恶意软件、勒索软件、商业电子邮件泄露和加密劫持等，印尼曾一度被视为受欺诈影响最严重的东南亚国家之一。

3、结合当地特色

对于出海企业而言，关注目标市场趋势并贴合用户习惯进行产品定位及精准选品尤为关键。印尼国民较多信仰伊斯兰教，颜色以及色彩上偏好绿色、白色、蓝色，local的设计偏爱使用浓重的色彩。

4、尊重文化差异

外贸企业一定要尊重印尼的习俗、宗教信仰与生活方式。印尼民族语言200多种，但是通用印尼语。宗教很多，包括印度教、佛教和伊斯兰教，大约87%的人信仰伊斯兰教。

哈萨克斯坦

哈萨克斯坦是世界上最大的内陆国，位于亚洲中部，北邻俄罗斯，南与乌兹别克斯坦、土库曼斯坦、吉尔吉斯斯坦接壤，西濒里海，东接中国，人口1900.33万（截至2021年2月）。

自俄乌冲突爆发后，哈萨克斯坦和中国贸易往来日益密切，两国贸易额不断增加，主要出口哈国商品包括机电产品、纺织品、玩具、家具、鞋靴、橡胶制品、皮革箱包、食品等。11月10日，《中华人民共和国政府和哈萨克斯坦共和国政府关于互免签证的协定》正式生效，进一步促进中哈两国人员往来、贸易合作和交流。

重要节日

1、新年 1月1日

新年是一个特别的家庭节日,到处都充满温暖,人人都享受温暖的新年气氛,欢欢喜喜地准备过节,买新年的礼物给对方,装饰新年枞树。小孩子特别迫不及待地等严冬老人送他们礼物。

2、纳吾热孜节 3月22日

纳吾热孜节是哈历上的首月,作为哈萨克斯坦的新年,恰逢春分时节(在3月22日前后)。根据传统习俗,庆祝这个节日一定要种植树木,清理沟渠,打扫屋子并为客人准备丰盛的宴席,宴席中最主要的当属“纳吾热孜粥”。

3、人民统一日 5月1日

按照惯例,哈萨克斯坦全国各地民间组织、国家机关单位将在这一天,组织举办一系列游行、庆典、音乐会、民间体育运动会。

4、胜利日 5月9日

是为了纪念前苏联战胜德国法西斯而设立的纪念节日,一般会举行阅兵仪式。

5、古尔邦节 6月17日

古尔邦节是哈萨克斯坦的一个重要节日,也被称为宰牲节或者献祭节,时间是伊斯兰历每年的12月10日。2024年的古尔邦节是公历6月17日,节日当天,举行盛大的仪式和庆祝活动。

6、宪法日 8月30日

1995年8月30日,哈萨克斯坦全体公民公开表决,一致通过在哈萨克斯坦宪法,特将每年的这一天定为哈萨克斯坦宪法日。节日当天,哈萨克斯坦全国上下举行庆祝活动。

7、独立日 12月16日

1991年12月16日哈萨克斯坦宣布独立, 该日为哈萨克斯坦独立日。

客户特点

1、风土人情

哈萨克斯坦人豪放、质朴, 待人热情, 说话大声大气, 很讲义气, 不拘小节。

哈萨克斯坦人最早信奉萨满教, 后来又改信伊斯兰教。

哈萨克斯坦人有“以右为上”的民族传统观念, 出门进门皆要先迈右腿。

2、饮食习惯

哈萨克斯坦人以肉食、乳品、米面食为主。由于他们的畜牧业很发展, 所以哈萨克斯坦肉、奶、乳品种类都很多。

日常生活中, 哈萨克斯坦人常用的是茶、奶茶、酥油茶。

哈萨克斯坦人肉食以牛羊肉为主, 做法比较简单, 在庆典宴席上吃的是烤全羊。日常生活中吃的是手抓肉。面食主要有馕、包尔萨克、油饼、面条、炒面、小麦渣子等。

市场开发

1、搜索引擎

<http://www.google.kz><http://www.yandex.kz><http://www.tintw.com>

2、主要电商平台

亚马逊、阿里巴巴、Kaspi.kz、Qoovee.com等。

3、政府网站

哈萨克斯坦海关

<http://www.e.customs.kz>

中国驻哈经商参赞处

<http://www.kz.mofcom.gov.cn/>

哈萨克斯坦政府网站

<http://www.government.kz>

中国驻哈萨克斯坦大使馆

<http://kz.china-embassy.gov.cn>

中国驻哈萨克斯坦经商参处

<http://kz.mofcomgov.cn/articl>

4、其他信息网站

yellow pages

<http://www.yellow-pages.kz>

哈真理报

<http://www.kazpravda.kz>

NUR

<https://www.nur.kz>

OLX

<https://www.olx.kz>

2024年主要展会信息

1、2024年哈萨克斯坦五金及建材展览会

展会时间：2024年03月27日~03月29日

展会地点：阿拉木图国际会展中心

2、2024年哈萨克斯坦家具配件及室内装饰展览会

展会时间:2024年08月14日~08月16日

展会地点:阿斯塔纳IEC

3、2024年哈萨克斯坦工程机械及矿业机械展览会

展会时间:2024年09月17日~09月19日

展会地点:阿塔肯特国际会展中心

4、2024年哈萨克斯坦纺织用品服装及家纺展览会

展会时间:2024年08月14日~08月16日

展会地点:阿斯塔纳IEC

5、2024年哈萨克斯坦塑料及橡胶展览会

展会时间:2024年06月26日~06月28日

展会地点:阿拉木图国际会展中心

外贸开发信模板

哈萨克斯坦的官方语言是哈萨克语和俄罗斯语。但出人意料的是,哈萨克斯坦近95%的人都会说俄语,会说俄语人数远远超过会说哈萨克语的人。分享一篇俄语开发信模板:

Добрый день!

日安!

Предлагаем к рассмотрению возможность сотрудничества.

请您考虑合作的可能性。

Наше предприятие ***** длительное время работает на ***** Китая, ориентировано на экспорт, обеспечивая комплексное снабжение предприятий различными группами товаров, быструю и своевременную доставку, гибкую систему скидок.

我们公司(****为公司名称,可以用英语写)。为(****写产品名称,可以写英语)产品在中国的长期供应商。我们专业做出口。我们可以为您的采购整合不同产品供应商。物流快速及时,价格合理。

Консультирование, поиск и оптимальный подбор продукции с учетом технологической специфики деятельности клиентов, оперативное формирование контейнеров, контроль качества продукции по запросу клиента, оформление всей необходимой сопроводительной документации, гибкая система скидок, возможность отсрочки платежа и индивидуальный подход стали нашей визитной карточкой.

我们的标志性服务理念是:帮客户搜索和选择出优质的有竞争力的产品。及时的组织货运,按照客户的要求严格进行质量控制,组织所有必需的证明文件。灵活的折扣方案,以及尽可能的账期方案。

Контактное лицо:

联系人

E-mail:

Web:

Тел. раб.

座机号码

Тел. моб.

手机号码

各位外贸朋友注意,在开发哈萨克斯坦市场的同时,要留意自己的产品在哈萨克斯坦是否有生产以及竞争对手的情况,准确定位自己的产品优势,找到产品差异性。

关于孚盟

孚盟软件(上海孚盟软件有限公司)于2006年在上海成立,为国家高新技术企业,是国内知名的外贸SaaS服务提供商,也是专业的外贸行业解决方案提供商。

目前已在近50个城市设立本地服务机构。截至目前,近500名员工,产品研发团队近百人,是一家具备完善的研发、实施服务交付能力的优质高科技企业。

孚盟软件主要为国际贸易和跨境电商企业提供智能营销获客、外贸CRM、外贸ERP、外贸业务流程管理以及供应链管理 etc 全流程软件产品。独有的外贸获客解决方案,外贸全流程解决方案以及集团化解决方案,可支持外贸不同行业、不同发展阶段企业管理诉求,帮助外贸企业实现营销、销售、管理全周期运营需求。

孚盟CRM产品咨询

如果您对孚盟CRM感兴趣

欢迎致电400-888-9800

也可扫二维码

立马落地 外贸全流程解决方案



领取更多白皮书

如果您觉得白皮书内容不错

现在扫二维码

关注【孚盟软件微信公众号】

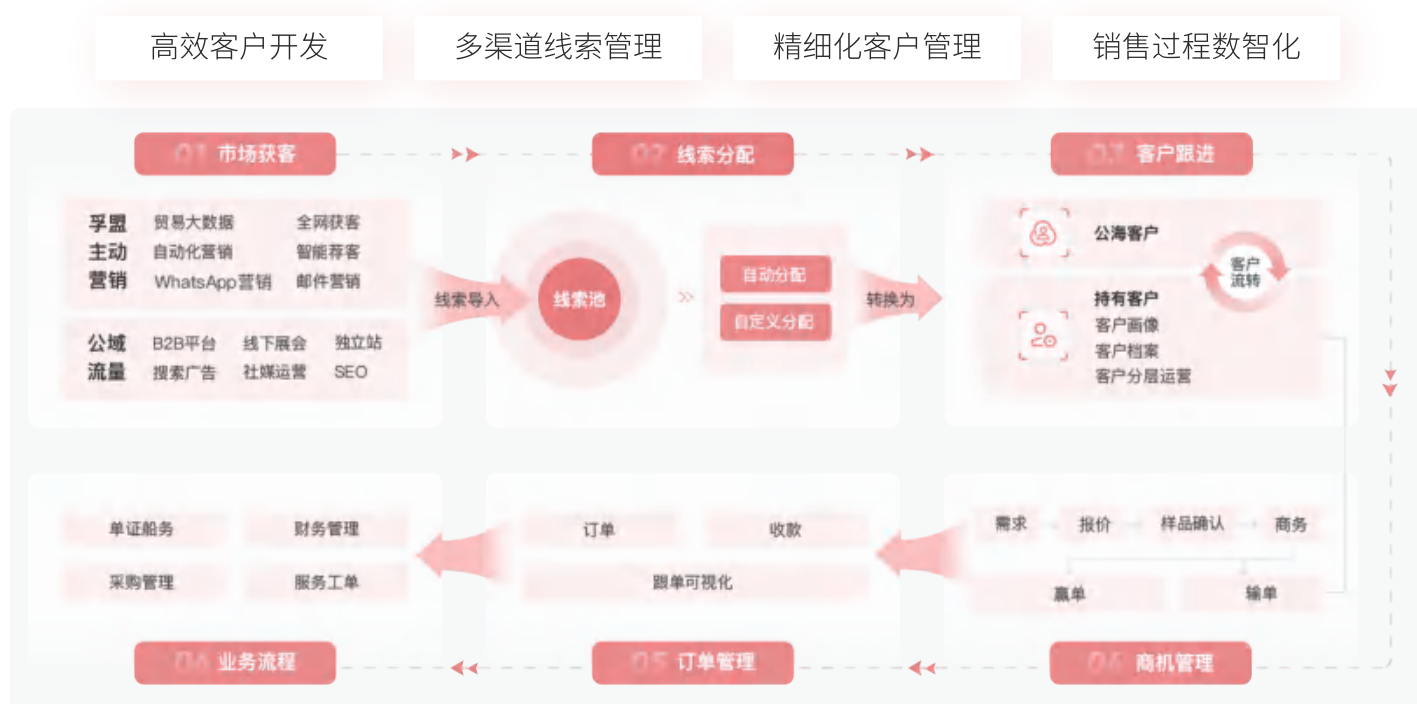
免费领取更多优质白皮书



不同企业发展诉求 适配最佳解决方案



外贸全流程解决方案 | 构建销售管理闭环 驱动业绩持续增长



上海孚盟软件有限公司

📍 上海闵行区新镇路1399号七宝宝龙城T6栋4楼

✉ sales@fumasoft.com

☎ 400-888-9800

🌐 www.fumasoft.com



关注【孚盟软件】公众号
获取更多外贸干货



关注【孚盟软件】视频号
了解更多有趣有料视频