

“再过两年在乌山东人定会更多”

许多中国人飞往塔什干“淘金”

“我是河北来的,在乌兹别克斯坦有两三年了。”“我是山东烟台的,这次是去考察一个项目。”26日中午,在哈萨克斯坦阿拉木图机场的转机大厅里,等待转机前往乌兹别克斯坦首都塔什干的中国人互相攀谈着。这架载客300人的飞机上,约有四分之一乘客是中国人,剩下的则是提着北京烤鸭满载而归的乌兹别克斯坦人。这些中国人大多在乌兹别克斯坦有业务,当谈论起当地的业务,他们都带着兴奋感,急切想要获得更多信息。

本报特派记者 蔡宇丹 张玉岩
发自乌兹别克斯坦塔什干

至少10家山东瓷砖企业转移到乌国办厂

董建勋,河北保定人,53岁,以前在北京一家建筑公司工作。后来他又到利比亚等地淘金,现在在乌兹别克斯坦已经两年多了。

上个月,董建勋专门去了一趟山东高唐,到生产农用机械的时风集团去看产品。他觉得乌兹别克斯坦的工业刚刚起步,最缺机械产品。山东的机械产品种类非常丰富,很对乌兹别克斯坦的路子。

他说,因为当地市场刚刚起步,一切都不成熟,企业不敢来。“再过两三年,这里的山东人一定会多起来的。”现在塔什干能看到济南重汽、山东临工的产品。至少有10家做瓷砖的山东企业,转移到乌兹别克斯坦来办厂。这里有高岭土,而

且人工费便宜。在这里,月薪200美金能雇上非常不错的工人。这里的天然气合人民币0.16元一立方米,电费二三毛一度。最关键的是,在这里投资办厂,场地几乎白送。

在董建勋看来,中亚比非洲前景更好。像乌兹别克斯坦,自然条件好,气候好,土地辽阔,农产品丰富,一旦这个社会发展的车轮启动起来,首先需要大量机械产品。“他们非常希望能引进制造业。”董建勋说。

他还说,在这里见到高官很容易。“州长接见过我,他负责招商。我们能给他们带来技术、带来外汇,带来就业机会。”

“我想在这里投资造纸厂,考察发现有大面积的野生芦苇,白送。”董建勋很兴奋,“我才50来岁,还年轻着呢。”

开拓在乌市场 他们都带着兴奋劲

来自烟台的刁凤勇一行人



董建勋说,想在这里投资造纸厂。本报特派记者 张玉岩 摄

来自乌兹别克斯坦考察一工业园区里的瓷砖项目,试图在这个中亚国家找到商机。对这个国家,刁凤勇还不太熟悉,但他提到这个工业园时,董建勋表示自己去过,两人迅速开始交换各自知道的消息。

来自无锡的司伟,此行目的是调试自己工厂的模具设备,他所前往的工业园区距离塔什干有5个多小时的车程。“我做这一行有十多年了,自

己干才三年,这次来是给一家冷库厂家调试模具冲压设备。”司伟说。在模具行业里,司伟对自己颇有信心。

他告诉记者,自己的企业算得上行业里的领头羊,只要稍稍打听一下,就知道他们做得不错。司伟将在乌兹别克斯坦呆到6月2日,这不是他第一次来塔什干,显然也不会是最后一次。

来自徐工集团的罗先生

显得有些形单影只,在塔什干,他还要转一班飞机,要到当晚8点多才能到目的地。罗先生是徐工的技术员,前一段时间乌兹别克斯坦国家统一采购,从徐工集团购进了大量修路工具,比如摊铺机、铣刨机、压路机和平地机。光是摊铺机就有30多台,铣刨机60多台,乌兹别克斯坦购入这些设备再分配给各个公路局。“在这之前,乌兹别克斯坦大多是采购德国进口的设备。”罗先生说。罗先生不仅要负责设备的维保,还负责教会当地人怎么维护。

徐工集团在中亚的业务,做得最好的就是乌兹别克斯坦了。罗先生说,他们在塔什干寻找自己的代理商,由这些代理商负责开拓在乌的市场。

在机场的所有人一谈起他们在乌兹别克斯坦的业务时,都带着一股兴奋劲,对于他们来说,现在的中亚就像当年的新大陆一样,遍地都是机会。



印度家电卖场中国品牌抢眼

海尔家电在当地销量进入前五名

近日,一份印度人均可支配收入达到了9000元人民币的数据,在海尔印度的管理层引起了讨论。海尔南亚大区产品总监黄德成分析说,未来五年印度家电行业或迎来爆发期。

本报特派记者 任磊磊
发自印度德里

印度人收入提高 家电业迎来机遇

印度普通工人工资相当于我们国内工人的三分之一左右,但是,他们的工作效率比较低。这相当于抵消了劳动力便宜节省的成本。同时,由于印度的相关产业链并不完善,很多关键零部件需要从国内采购,这又增加了一部分成本。

基于上述原因,虽然官方发布的数据显示,2017年印度的人均可支配收入达到了9000元人民币,但是家电消费水平还比较低。海尔南亚大区产品总监黄德成说:“我们在这里卖的主流产品价格主要在2400元人民币左右,上万元价格的产品,对印度人来说还是奢侈品,虽然每月都有销售,但是卖的量还不大,毕竟市场的需求度还未到。”

他介绍,在印度市场上,海尔正在对中高端主流价位段上的产品下工夫,提高竞争力的同时,做满足消费者需求趋势产品的迭代。海尔的产品已呈现出复合增长率30%的速度,而印度整个家电行业的增长率约为10%。黄德成认



在印度一家电卖场,销售人员正介绍海尔的产品。 本报特派记者 任磊磊 摄

为,从中国的家电业发展轨迹来看,中国家电下乡那几年,家电行业迎来爆发式增长,但是从印度的发展情况来看,还没有到那个程度。未来5年,印度的家电行业会迎来一个黄金机遇期。

品牌过硬质量过关 在当地受欢迎

德里南部商圈Lajpat Nagar是当地一处很繁华的街区,来自世界各地的名牌产品汇集于此,从服装、鞋帽、家电、电子产品等

都能找到。跟国内苏宁、国美总开在一起类似,印度的家电卖场也喜欢扎堆,EP和Vijay Sales两家最有影响力的家电连锁品牌也是比邻而居。

和国内家电卖场按品牌安排展区不同,印度总是把同档次、同容积段的产品混放在一起,让消费者能够直观对比。

在两家店里,记者看到海尔的冰箱与三星、LG、日立以及印度本土的两个品牌放在一起,几款产品都被放在了显著位置上。在EP卖场里,光冰箱展区,海尔的产品几乎摆放了整整一排,辨

识度非常高,非常抢眼。

海尔当地员工Mr Murari告诉齐鲁晚报记者,在印度只有品牌过硬、产品质量过关,高毛利空间的产品才能进入到这两家大商场。海尔是唯一能摆进印度大型家电连锁卖场的中国品牌。

EP店的销售经理Mr Ram告诉记者,海尔在这家店非常受消费者欢迎,销量一直很高,他们很喜欢销售海尔的产品。

Mr Murari则表示,EP虽然是区域连锁品牌,但是在区域的影响力和销量都非常大,

海尔产品7年前才进入EP,销售额一直名列前茅。据悉,如今海尔在整个印度市场的销量进入前五名。

海尔南亚大区产品总监黄德成介绍,今年印度的天气非常特殊,本来4月就应该非常炎热,但今年雨水过多,非常凉爽,4月份印度行业报道显示,空调销售下降15%,冰箱销售持平几乎没有增长。韩国三星、LG等品牌都是负增长,唯有海尔的冰箱、空调在逆势增长。1-4月份空调增长40%,冰箱增长70%。