



泉州制造 出海 热销全球市场

去年泉州跨境电商交易额达620亿,增量居全省第二;众多泉企实现规模与质量“双突破”

■海都记者 沈舜枝

25日,记者从泉州市商务局获悉,2024年泉州跨境电商交易额达620亿元,年复合增长率超过20%,出口额占福建省16.1%,增量位居全省第二。

亮眼的数字背后隐藏着泉州哪些跨境电商故事?记者为此展开市场观察得知,在鞋服、建材、食品、工艺品等传统优势产业,众多泉州企业借助跨境电商平台叩开全球市场大门,实现规模与质量的“双突破”。为了开拓国外市场,泉州的跨境电商企业不断创新产品与营销模式,政府部门也通过各种支持政策,推动跨境电商产业发展。

发展跨境电商 “泉州制造”热销

据了解,泉州作为全国跨境电商综合试验区,过去5年,大力发展“跨境电商+产业带”,建成跨境电商产业园区20个,面积170万平方米,培育出6个国家电子商务示范基地,全市活跃跨境电商卖家超1.2万家,2024年跨境电商交易额达620亿元,年均增幅20%以上。

2024年泉州海关共监管泉州综保区跨境电商出口货物1218.02万件,同比增加3.29倍。商品以鞋服、箱包、

工艺品等轻工产品为主,主要商品超过1500种,其中鞋类、服装合计占比高达78%,热销全球100多个国家和地区。

知名泉企发力 上榜海外“销冠”

近几年,泉州知名品牌企业纷纷发力跨境电商平台,他们高举高打,一出场就进驻知名电商平台,甚至上榜海外平台销售榜单。

2024年9月,安踏产品进驻全球最大的体育运动用品零售渠道之一的Foot Locker,并以美国为主,辐射加拿大、英国、法国、意大利等五国的60家Foot Locker核心门店及美国20家DSG门店,同时,安踏品牌还上架了两大零售商的电商网站,高起点实现线上线下同

步“出海”。

作为最早布局海外市场的国产运动鞋服品牌,匹克领跑跨境电商市场。在全球电商平台亚马逊发布的年度销售数据中,匹克在篮球品类中占据2.1%的市场份额,位居该品类销售排行榜第五,位居中国品牌海外市场占有率之首。

特步于2020年进入东南亚市场,2022年全年,在东南亚跨境电商平台Shopee上,特步是销量最高的中国运动品牌。

狮牌跨境服装进入跨境电商领域已有几年,主要市场在美国。“去年虽然总量没有增长,但利润增长了20%以上。”狮牌跨境服装董事长许荣盛说,对于他们这种知名度不高的品牌,国外市场空间比国内市场大,深耕下去前景也不错。

做制造业出身的许荣盛坚信产品为王,做跨境

近几年,泉州通过多种方式推动传统制造业与跨境电商深度融合,助力跨境电商发展。

出台《泉州市推动跨境电商发展三年行动方案》等政策,力争到2026年,分别

电商时,他也注重创新。今年,公司开发了一款功能鞋,头型比较宽,特别适合拇指外翻和脚背厚的人。“很多外国消费者需要这样的鞋子。”许荣盛说,新产品第一个订单下个月发出,随后也会在国内上架。他预估,今年该公司的跨境电商业务体量和利润都会增长。

晋江阿雷得鞋业总经

理李锦龙的理念与许荣盛不谋而合,做了十几年跨境电商,公司一年的业务规模保持在1亿出头。“我2013年开始做跨境电商,同批的企业很多做到几个亿了。”李锦龙说,他不想做流量,不想一味求增长,他想做好产品,健康持续发展。这些年,他不断做产品研发设计,把国外消费者的需求、审美、文化融入产品中。

“好产品会增加消费者黏性。”李锦龙说,经过多年的沉淀,他们已有了在海外市场做品牌的基础。

“现在的跨境电商企业,不仅在产品上,在营销模式上也不断在创新。”泉州市跨境电商协会相关负责人表示,现在不少跨境电商企业都通过视频引流、活动引流、内容引流的方式,创新营销模式。

坚信产品为王 创新营销模式

培育龙头企业 引进电商人才

培育20个以上跨境电商园区(集聚区)、20条以上跨境电商产业带、20家以上龙头(头部)企业、20个以上国家(地区)公共海外仓、20个以上有国际影响力的自主品牌。

据了解,针对目前电商人才供不应求的状况,泉州还将从产业需求出发,培育、引进相关人才,致力于提升人才满意度与获得感,以此打造电商人才集聚新高地。全面提升城市功能

品质,以跨境电商为战略抓手,促进相关金融、法务、会计、咨询等高端服务业发展。加强政校企协作,搭建交流平台,建立培训与产教融合基地,订单式培养复合型人才。



620亿

建隆制图

聚侨力链全球 推动内外贸协同发展

第二届“海丝”侨商投资贸易大会暨泉州市内外贸高质量发展大会将在泉州举办

泉州实施“沃土计划” 加强科学教育

A02

A04