

开发中东迪拜海外贸易市场的几点心得体会 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E5_BC_80_E5_8F_91_E4_B8_AD_E4_c28_33866.htm 纵览国际贸易市场，大体从贸易限制方式分为配额类市场和自由贸易市场2类，配额类市场通常指欧美市场，受到配额的限定，使产品稳定在一定的利润范围内；自由贸易市场指中东南美市场等地区，开放式市场造成产品的激烈竞争，利润偏低。我在中东迪拜贸易市场经过3年多的实际商战，得出几点自己对开拓中东市场的心得体会：（1）电脑网络 邮寄样品=X=达成商业最终交易：国内许多商家和企业通常认为通过国际互联网可以大规模的从事海外贸易，设立一个海外部，一条上网电话线，在网络上寻找商家，然后邮寄样品，然而国内许多商家向我咨询，为何电话费花了，样品邮了，仍旧没有成交，客户依然存在，就是没有订单？？我的答案就是迪拜市场的独特要点决定了这种交易方式不成功，因为迪拜市场是一个混合和流动性非常强的大贸易市场，在这里有30多个国家的商人在这里交易，通过网络不能对商家的背景资料了解的清清楚楚，他们的流动性和多重选择性非常强，不同于欧美国家传统成型的交易方式，因为这里的客人在寻价后，会立刻多重选择商家，不会等待，他们的时间观念没有欧美商人强，加上这里有30多家中国公司，你的样品到了，也许在这里的中国公司立刻与他们联络，造成截断国内厂家的信息交流，使国内商家错过商机。案例1：中国江苏的一家外贸公司，打电话问我，为何他们在网上查询的资料，与客户在前期进展顺利，样品邮寄后，没有任何消息，我按照这家外贸公司提供

的资料，前去拜访这家中东客户，发现这家客户已经与其他供应商成交，国内提供的样品只是这家外商与当地中国商家谈价论质的工具。（2）劣质产品 低档价格=X=保持长久市场份额 国内出口中东的商家纷纷抱怨中东市场的价格偏低，产品低档，我在这里在实际商战中发现这里欧美日本公司的价格普遍偏高，但是中国产品在迪拜的市场份额已经占到50%，普遍价格偏低，质量低档，原因何在？我经过多次与这里的中东采购商探讨这个问题，得出的答案是，中东客户普遍在价格上会斤斤计较，不会轻易降价，如采购价格为3元人民币，他们会计算自己的成本，得出大概的目标价格5元，这样在与其他人交易过程中，不会按照低于2元的利润出售，牢牢把住市场价格，同时他们常常互通信息，寻多国内的商务考察团来这里发现一种商品的价格无论在任何地方出售，浮动不会超过1%，我们国内的出口商，常常为了一个海外订单互相压价，在价格降低的同时，降低产品成本，造成劣质和低档，市场的份额占有率一时，但是不长久。案例2：中国山东的一个厂家来迪拜销售产品，我从头到尾参与整个过程，在与迪拜采购商商战的时候，山东的厂家报价中含有15%的利润，但是迪拜的采购商回盘的价格让山东的商家利润仅仅为1%，因为这里有些采购商非常熟悉国内的价格术语，已经计算国内出口退税的价格，这样在急于求成的状态下，山东商家匆匆接受订单，降低产品成本，利润增加到8%，但是产品质量下降，在第二次的合同中迪拜的采购商继续压价，山东的商家继续降价，成本越来越低，质量越来越差，最终在几个循环后，不得不退出迪拜市场，也造成中国产品略劣质低价局面，市场的占有率从80%到20%，最终为0%

，市场开发彻底失败。100Test 下载频道开通，各类考试题目
直接下载。详细请访问 www.100test.com