

Les entreprises chinoises se rendent à l'étranger pour trouver des clients et saisir des opportunités commerciales

Le Quotidien du Peuple en ligne | 22.12.2022 15h49



(Photo / Le Quotidien du Peuple en ligne)

Alors qu'il n'y a plus que quelques jours avant la fin de 2022, des entreprises de commerce extérieur des provinces du Zhejiang, du Jiangsu, du Guangdong, du Sichuan et d'autres endroits de Chine se sont rendues en Europe, au Japon, en Indonésie, aux Émirats arabes unis et dans d'autres endroits pour élargir leurs marchés et chercher des affaires opportunités dans le cadre d'une organisation mise en place par le gouvernement.

« Les vieux clients sont davantage encore de vieux amis ». Dans la soirée du 4 décembre, Zhu Yu, directeur du département du commerce extérieur de Jiaying Yunxiang Knitting Co., Ltd., est arrivé au Japon à bord d'un avion spécialement affrété par le gouvernement pour participer à la Foire asiatique du textile et du vêtement (AFF). Il a déclaré que la visite à un de ses vieux

clients lui avait permis d'enregistrer une nouvelle commande de 2 millions de dollars, dépassant de loin le montant de la coopération précédente entre l'entreprise et son client, représentant même un tiers des exportations de l'entreprise en 2021.

De son côté, Li Dawei, directeur et chercheur du Bureau de recherche sur les économies émergentes de l'Institut d'économie étrangère de l'Académie chinoise de macroéconomie, a souligné qu'« il est très important de favoriser le développement de haute qualité du commerce extérieur de la Chine pour permettre à davantage de demandeurs étrangers d'entrer en contact avec différents types d'entreprises chinoises d'exportation en face à face et réduire les coûts de transaction ».

Le 10 décembre, Lin Jiari, membre du groupe inaugural des « Cent groupes, mille entreprises et dix mille personnes » de Ningbo, dans la province du Zhejiang (est de la Chine) s'est envolé pour l'Arabie saoudite pour participer à la 8e Exposition saoudienne de la fabrication intelligente de produits de marque chinois, qui n'avait pas eu lieu depuis trois ans.

Lin Jiari est le directeur du commerce extérieur de Ningbo Kanglite Electronics Co., Ltd. Les principaux nouveaux produits énergétiques de sa société, tels que les panneaux solaires, ont de bonnes ventes et de vastes marchés dans les pays du Moyen-Orient. Il a confié que, bien que le nombre de commandes cette année ait plus que doublé par rapport à l'année dernière, il a évidemment remarqué une baisse de la tendance à la croissance récemment, et c'est pourquoi ces « prises de commandes » à l'étranger consistent principalement à finaliser les commandes en 2023 à l'avance.

Selon les données douanières, la valeur totale des importations et des exportations de la Chine au cours des trois premiers trimestres de cette année s'est élevée à 31 110 milliards de yuans, en hausse de 9,9% d'une année sur l'autre. Une série de politiques et de mesures, telles que l'aide aux entreprises pour sauver et protéger les entités du marché, ont été régulièrement promues, permettant au commerce extérieur de la Chine d'obtenir des résultats remarquables en maintenant une croissance stable.

Du 23 novembre au 3 décembre, en seulement 10 jours, la délégation économique et commerciale de Foshan, dans la province du Guangdong (sud de la Chine), a enregistré plus de 100 millions de yuans de commandes de commerce extérieur et plusieurs projets de coopération signés en Allemagne, en Pologne, en Hongrie et ailleurs ; la ville de Ningbo, dans la province du Zhejiang (est de la Chine), a organisé 2 séries de 8 vols charters d'affaires, desservant 600 personnes au total, entraînant un montant de commande d'environ 2 milliards de dollars ; Le groupe de vols charter de la ville de Jiaying, dans la même province, a quant à lui rassemblé 50 exposants, soit 96 personnes au total, visité plus de 200 clients sur place, reçu plus de 2 100 marchands dans le hall d'exposition et présenté plus de 2 000 nouveaux produits. On estime que les exportations de l'industrie du textile et de l'habillement de Jiaying

augmenteront de 5 points de pourcentage au premier trimestre 2023.

« À l'heure actuelle, avec l'augmentation du coût de la main-d'œuvre, des terres et d'autres facteurs de production en Chine, la pression concurrentielle à laquelle sont confrontées les entreprises de commerce extérieur à forte intensité de main-d'œuvre dans l'exportation de vêtements, de chaussures et de couvre-chefs, de traitement de téléphones portables et d'autres industries a objectivement augmenté », a noté Li Dawei, soulignant que la Chine devrait tirer parti de ses propres avantages, améliorer constamment la qualité et la fonction des produits à forte intensité de main-d'œuvre, saisir les maillons haut de gamme des chaînes industrielles connexes et obtenir une plus grande valeur ajoutée des produits et une meilleure compétitivité internationale.

(Rédacteurs : 孙鸿宇, Yishuang Liu)