

从下南洋到闯世界—— 国企“三驾马车”助湖商开辟“新航海时代”

文/记者 李华 本版图片由市产业集团提供

7月19日，湖州产业集团（泰国）工业园区泰湖工业园在泰国春武里府帕那尼空县正式开工建设。这是湖商抱团出海的另一创新举措。

“扩大高水平对外开放”是中国2025年经济工作的重点任务之一。如何通过高水平对外开放为高质量发展塑造

新动能新优势？湖州积极构建企业“抱团出海”的战略布局，不断发展“地瓜经济”，持续刷新全世界对“湖州制造”的认知。

早在去年6月，湖州在泰国曼谷启用运营海外营销中心——湖州（东盟）海外营销中心，成为湖州在海外的

首个重要战略支点，更是湖州外贸发展的重要里程碑。

从启用湖州（东盟）海外营销中心到建设泰湖工业园，再到招募“全球贸易合伙人”，从下南洋到闯世界，“地瓜”的藤蔓向四面八方延伸，市产业集团助力湖商开辟“新航海时代”。



营销中心建立“新支点”

从浙北水乡到泰国曼谷，张亮迎来了全新挑战，也探索出了发展新路。今年2月初，经过实地考察、协商

沟通，作为企业负责人，张亮作出了重要决定——浙江大象新能源科技有限公司入驻湖州（东盟）海外营销中心，迈

出“出海”第一步。

“以前专注内贸，去年11月实地考察后，我发现东南亚市场大有可为，营销中心的模式也很适合我们这些外贸‘新手’。”他说，目前，公司已在营销中心设立了办公场地，派驻了业务人员。

“出海”成效初显：第一笔外贸订单已经签订，正在执行。

到东南亚去！当全球化成为中国公司的“必答卷”，东南亚是绕不开的一道“大题”。东盟，中国最大贸易伙伴，10年来，“一带一路”倡议在东盟落地生根，东盟成员国与中国均签署了共建“一带一路”合作文件，中国与世界共同成长的空间越来越广阔。

湖州与东盟各国有着长久的文化交流与民间往来，经济合作也日益密切。东盟已超越欧盟和美国，成为湖州最大的贸易伙伴。在此背景下，湖州（东盟）海外营销中心应运而生。

该中心采用“1+N”形式运营。“1”为位于泰国曼谷的海外营销中心主中心，汇集展陈、营销、办公、服务、展会等各项功能，既帮助企业实现抱团出海、直接出口，又有专业力量完成外

贸出口的一系列手续，解决企业后顾之忧。“N”则是根据产业特色及区位特点建设的分中心。

截至目前，该中心累计吸引176家企业入驻，同时与当地经贸组织、商协会、大型商超、电商平台等建立紧密合作，累计拜访有关客商、渠道500余家，成功拓展海外营销渠道70余个，建材、电摩电池、白色家电等意向订单总额超5亿元。

经营童装公司的姚东，从跟着营销中心进入东南亚市场到开拓俄罗斯市场，“闯世界”的步伐不断加速。

“做了这么多年的童装外贸生意，大家都知道，只有‘向外走’才能寻求增量市场。”他说，入驻海外营销中心一年，销量和订单增长的同时，最令他受益匪浅的是，学习和积累了大量关于对外贸易的经验，“这些经历，增添了我们拓展全球市场的信心和底气”。

湖州海外营销中心不仅带来了经济效益，还提升了湖州城市品牌的国际影响力。作为对外展示的重要窗口，中心通过组织泰中企业家沙龙、商业展会等一系列活动，加深湖州与泰国的经贸文化交流，让世界更好地了解了湖州。

工业园打造“桥头堡”

在泰国东部经济走廊核心区域，泰湖工业园建设如火如荼。不久的将来，这里将建起湖商抱团出海的新“桥头堡”。

该产业园由市产业集团携手泰国本土企业、浙江乔兴建设集团有限公司、浙江浙商联合发展股份有限公司联合开发，坐落于泰国春武里府帕那尼空县，地处东部经济走廊核心。园区总体规划面积518莱（约1243.2亩），远期可拓展至900余莱，打造绿色低碳、一站式服务的产业集聚园区，为中小企业开辟海外发展新路径。

“单枪匹马去海外投资建厂，中小企业吃不消。”市产业集团下属湖州市对外贸易股份有限公司董事长卢金明道出了中小企业出海的痛点。海外市场政策法规复杂、文化差异显著、营商环境陌

生，仅凭企业自身力量，不仅成本高昂，还面临诸多不可控风险。

出海势在必行，如何让中小企业的航路更畅通？从实践来看，与单兵作战“高成本高风险、低效率低收益”相比，整合产业链上下游发展的“产业园模式”，有助于破解民资出海障碍。

随着“新航海时代”来临，作为国有企业，市产业集团充分发挥“产业投行”和“产业赋能”的资源优势，前期投入大量人力、物力，深入调研泰国当地的产业政策、土地资源、劳动力市场等信息，搭建起涵盖法律咨询、行政审批、市场对接、后勤保障等环节的全链条服务体系。

“湖商抱团出海，就像联合舰队，有助于突破民企单船出海‘小散弱’的瓶颈。我们要做的，是为他们

去提前‘蹚雷’、去整合资源。”卢金明说。

根据规划，泰湖工业园不仅提供厂房定制化代建、光伏储能等绿色能源选项，还提供专业的翻译团队、商务顾问等商业服务，帮助企业快速适应海外市场，解决语言障碍、文化冲突等实际问题。

同时，市产业集团创新“先试先行、保驾护航”模式，与当地官方机构建立合作，为入驻企业争取税收减免、用地优惠等政策支持，降低企业运营成本，让中小企业轻装上阵，专注于产品生产与市场开拓。

作为泰湖产业园首批意向合作伙伴，香飘飘充满信心。“这是我们首次计划在海外建立生产基地，也是公司未来发展的战略布局。”该企业表示，东南亚是香飘飘重要的海外市场，布局东南亚对发展海外贸易很重要。

和香飘飘一样，目前，已有多家湖州本地企业与市产业集团达成海外工业园区入驻意向。

未来，市产业集团计划进一步加快海外园区的开发，完善服务内容，赋能本土产业链全球化布局，将其打造成为湖州企业“走出去”的示范样板，助力更多企业实现稳健发展。



湖州(东盟)海外营销中心



“全球贸易合伙人”签约

中合（湖州）供应链有限公司日前在南太湖新区成立，这是由市产业集团下属湖州市国际投资控股有限公司携手乌干达天唐集团合作建立，旨在充分整合供应链资源，推动建材、家居、工程机械等湖州优势产业走出国门，闯世界。自此，湖商开拓非洲市场有了“新航线”。

这是市产业集团加速全球布局，构建湖州海外营销网络的新举措。出海3.0时代，全球供应链从追求效率转向追求韧性。如果说过去的出海靠“资源换市场”，今天则更像“多维协同作战”，尤其对中小企业而言，多生态护航成为决胜全球的关键变量。

今年初，市产业集团将护航中小企业出海的策略确定为：招募“全球贸易合伙人”，多点布局，联通全球。

4月，市产业集团党委委员、副总经理潘自敏率团赴乌干达、坦桑尼亚执行湖州（非洲）海外营销中心筹建及经贸交流任务，重点围绕中非贸易开展市场调研，深度考察非洲当地经济贸易现状，与当地政府部门、商协会及相关客商进行广泛洽谈。

其间，根据前期招募情况，市产业集团与合创国际（坦桑尼亚）、天唐集团（乌干达）围绕推进湖州与非洲双边经贸文化交流达成合作共识，举行“全球贸易合伙人”签约挂牌仪式。未来，双方将携手拓宽非洲海外渠道打造湖州（非洲）海外营销中心。

截至目前，已完成首批4家“全球贸易合伙人”签约挂牌，围绕非洲、拉美、东欧、中亚等地，推动建材、家居、童装等本地优势产品出口。

随着“全球贸易合伙人”的不断扩编，湖商的出海版图将逐渐扩展到全世界。在未来规划中，湖州市产业集团将持续扩大海外营销中心实体运营范围，加快布局欧美、南美、中东、非洲等海外国际站点。同时，结合特色产业海外渠道需求，推动全链路跨境营销体系建设。

“今年，我们将致力构建‘贸易+投资+服务’三位一体的出海平台，为有志于出海的湖州企业提供首创式、集成性的全新服务体验。”潘自敏说。



童装出海

交流合作

「合伙人」助力「拓全球」