

展宏图

在困难和挑战中看到前途、看到光明、看到未来,保持发展定力、增强发展信心,保持爱拼会赢的精气神。
——习近平总书记2025年2月17日在民营企业座谈会上强调

给烈日下的房子撑起一片阴凉
简一科技制冷膜热销中东

■长江日报记者刘海锋

“今天有海外客户专程来公司洽谈,初步敲定了一单业务。”4月26日晚,武汉简一科技有限公司(以下简称“简一科技”)负责人胡保明结束与一名卡塔尔客户的会后坦言,公司出海发展的目标正在稳步推进。简一科技是一家从事新型功能膜研发、生产、销售的高新技术企业,功能膜应用场景主要是建筑楼宇、汽车防晒隔热,以及家居类防晒隔热、漆面保护、抗菌等。胡保明说,公司主打产品是家居抗菌膜和汽车辐射制冷膜,其中与三峡大学联合研发的无电辐射制冷膜产品能有效降低建筑、车辆表面温度,实现零能耗情况下的冷却效果,在中东、东南亚等气候炎热地区十分受欢迎。高峰期,简一科技每天生产的各类新型功能膜有10万米,而且在产品质量上已经达到国内头部企业水准。即便如此,国内行业的激烈竞争

还是让公司发展遇到瓶颈,胡保明决定竞逐海外市场,实现内贸转外贸。由于缺乏专业外贸人才,对国际市场了解不多,难以直接对接海外平台资源,简一科技出海第一步就犯了难。一筹莫展之际,武汉长江国贸跨境电商产业园向他伸出援手。产业园不仅帮助企业对接了跨境电商各种服务商资源,更为他提供了专业的出海解决方案。2024年上半年,简一科技在国外电商平台开设了第一家店铺,公司一款防晒隔热膜销售火爆。胡保明并不满足于此,通过武汉国际贸易数字化平台的跨境资讯和贸易参谋功能,他察觉到海外功能膜市场的大好前景,随即全面启动出海计划。去年12月,胡保明带领团队前往沙特、卡塔尔等国家开启了10天的中东考察之旅。在沙特,他带去了很多样品,借助手机翻译软件,给当地人介绍产品特点和功能。随后,他还完成了沙特公司注册的前期

准备工作,并亲自培训当地业务团队。回国后,胡保明开始筹划海外仓布局。“夏天马上了,中东地区紫外线强烈,我们的防晒隔热膜和辐射制冷涂料需求量会很大。”胡保明说,目前沙特的仓库面积不大,每次都是集装箱海运拼箱,周期长达50天,出货量也很小,经常出现供不应求的情况。沙特海外仓建成后,可以在当地完成产品集散,扩大销售。在胡保明的朋友圈可以看到,近两年他一直奔走在沙特、卡塔尔、越南、乌兹别克斯坦等国拓展业务,在国内则不断参加北京、上海、深圳等地的行业论坛和展会,遍访各大高校和科研机构。“只有不断了解市场需求,不断革新技术,了解行业前沿动态,才能让企业开拓更大市场,不仅实现产品出海,更要实现技术‘出圈’。”胡保明说,欧美国家的竞品已经在国际深耕多年,简一科技敢于出海竞争只有一个原因,就是品质过硬。

品牌扎下根
产品走出去

从中国腹地走向世界舞台,武汉民营企业正以创新姿态引领新一轮全球化浪潮。在共建“一带一路”倡议的东风下,这座城市的企业家不再满足于传统的产品出口,而是以技术赋能、模式革新、全链条布局的立体化战略加快“走出去”。

简一科技携辐射制冷膜技术远征中东,在50℃的沙漠气候中完成从实验室到海外市场的跨越;一火跨境以数字化营销重构“人货场”三要素,在TikTok与Takealot平台间架起跨文化消费桥梁;武汉锦华盛铁路机车有限公司将中国铁路标准植入利比亚经济动脉,通过技术转移培育800名本土技术工人。在一次又一次的触达中,武汉民企的“出海”决心正从“产品走出去”升级为“生态扎下根”。



胡保明(左一)在沙特推介完产品后与客户合影。

简一科技负责人胡保明:

只有不断了解市场需求,不断革新技术,了解行业前沿动态,才能让企业开拓更大市场,不仅实现产品出海,更要实现技术“出圈”。



锦华盛利比亚邦矿铁路项目,当地员工正在更换枕木。

锦华盛董事长胡光瑾:

中国发起的共建“一带一路”倡议搭建了广泛参与的国际合作平台,公司正好以此把握发展机遇,开拓海外新蓝海,让“武汉智造”成为国际基建领域的品质保证。



武汉一火跨境的外贸电商团队。

一火跨境总经理李威:

我们不是简单地把产品出口,而是把整个中国跨境电商的体系输出去——从选品、拍摄、直播、履约到售后服务。



莲花跑车。

莲花跑车CEO冯擎峰:

一辆真正的高性能电动跑车,不仅要跑得快,更要在危急时刻给驾驶员足够的避险空间。

帮当地员工成为技术高手
锦华盛承接非洲铁路项目

■长江日报记者刘海锋 通讯员徐劲流

“你们看,我种的苦瓜可以吃了。”当地时间4月25日上午,利比亚首都罗姆比亚邦矿铁路中国营地“阳光花园”,铁路工人克里斯托弗·F·威亚盯着瓜藤上的一根苦瓜,一脸兴奋。克里斯托弗·F·威亚过去仅靠种植橡胶、棕榈勉强维持全家生计。2023年,克里斯托弗·F·威亚的生活出现转机。武汉锦华盛铁路机车有限公司(以下简称“锦华盛”)借助民企出海的东风,独立承接了利比亚邦矿至罗姆比亚铁路恢复及运维项目。该铁路全长85公里,是利比亚核心经济动脉。

在当地,锦华盛按照“技术转移+属地化管理”模式大量培训和雇佣当地员工,累计培训员工超800人,创造就业岗位300多个,克里斯托弗·F·威亚经过培训成为一名铁路工人,从种橡胶到修铁路、换铁轨、换枕木、修桥梁,靠着锦华盛提供的工作岗位,他家的8个孩子都得到了更好的生活。

一家民营企业为何会将业务版图拓展到海外?锦华盛董事长胡光瑾说,中国发起的共建“一带一路”倡议搭建了广泛参与的国际合作平台,公司有着深厚的技术积淀与资源储备,正好以此把握发展机遇,开拓海外新蓝海,让“武汉智造”成为国际基建领域的品质保证。

2019年,锦华盛得到了第一个海外合作项目——几内亚达圣铁路运营维护管理,开创中国民企海外万吨列车牵引先河。

“这次合作不仅为我们打下了良好的行业口碑,也坚定了我们出海发展的信心。”胡光瑾说,2021年,锦华盛作为唯一民营企业全程参与雅万高铁142公里铺轨,实现中国高铁全产业链首次海外输出。

在出海的过程中,锦华盛也遇到过不少困难,中央、省、市、区各级部门均提供了诸多帮助。2023年12月25日,湖北省商务厅向该公司发放了《企业境外投资证书》,针对性解决了公司境外汇款额度限制、手续繁琐等问题;武昌区商务局等部门多次到锦华盛现场办公,从人才输出、融资配套、资质办理等方面开通绿色通道,特事特办。

今年,锦华盛已启动委内瑞拉项目实地考察,即将布局南美市场。

从产品出海到技术标准出海
莲花跑车底盘数据向全行业开放

■长江日报记者汪文汉 通讯员朱太磊

4月22日,武汉民营企业路特斯科技对外公布2024年财报:莲花2024年全年汽车交付量超过1.2万辆,同比增长超70%;总收入9.24亿美元,同比增长36%。值得一提的是,欧洲市场表现尤为抢眼,同比激增179%,一跃成为莲花2024年全球最大的市场。

2020年底,莲花跑车落户武汉经开区打造智能工厂。这座开创性的工厂不仅是全球首家全工序采用3D数字孪生技术进行规划设计和建设的工厂,更通过高度柔性化的生产线,快速切换,生产多达96个不同配置的车型,真正实现了高端私人定制“千人千车”的愿景。

据介绍,该厂承担着莲花运动豪华SUV-ELETRE和运动豪华轿车EMEYA繁花的生产任务。其中,ELETRE凭借总功率可观的双电机,零百加速可达2.95秒,是全球最快的双电机电动SUV之一。而另一款车型EMEYA零百加速更快,只要2.78秒。

2024年,路特斯宣布推出了行业首个超900V百万级超级混动技术品牌“路遥”。该技术不仅融合了高性能电机、高效电池和涡轮增压发动机,可实现极致的动力响应,还能在动态行驶中达到五倍于放电速度的充电效率。与传统混合动力汽车相比,能提供更长的续航、更快的充电速度和更佳的操控体验。

目前,莲花跑车全球化扩张稳步推进,已形成中国、欧洲、北美和世界其他地区四大营销区域布局。

莲花跑车特别看重产品定义、未来品牌形象和用户的深度链接,可以做到“为一人造一车”,也愿意“为一人开一店”。这种差异化策略成效显著:在复杂的全球贸易环境下,莲花汽车依然实现了业务规模的显著增长,欧洲、北美实现了大幅度增长。从去年下半年开始,莲花汽车的纯电GTEmeYA开始在马来西亚、泰国、新加坡、阿联酋及菲律宾启动交付,进一步拓展了其全球版图。

4月23日,在第二十一届中国国际汽车工业展览会上,莲花跑车宣布向全行业开放积淀77年的底盘数据库,包含极限工况测试数据等核心技术资产。这一打破行业壁垒的举动,与其全球化布局形成战略呼应。

“操控不仅是驾驶乐趣,更是安全守护。”CEO冯擎峰表示,“一辆真正的高性能电动跑车,不仅要跑得快,更要在危急时刻给驾驶员足够的避险空间。”

在汉成立不到两年
一火跨境从“中国卖货”转向“非洲造货”

■长江日报记者汪文汉

“Keep going, buy it!”4月26日,位于光谷中心城的长江国贸产业园9楼,武汉一火跨境有限公司(以下简称“一火跨境”)的直播间,来自南非的文信杰(Mandlenkosi Vimbelo)正充满激情地给非洲的消费者带货。文信杰是南非来武汉的留学生,正帮助一火跨境开拓非洲市场。

一火跨境于2023年11月入驻长江国贸产业园。公司拥有一支具有国际视野的外贸电商团队,在产品研发、跨境物流、品牌营销等方面均有成熟体系,致力于将“中国制造”的可靠产品快速送达全球消费者手中。

目前,公司专注汽车应急启动电源等智能车载设备。“我们与骆驼集团进行了深度合作,由骆驼工厂代工生产,我们负责产品设计、品牌运营及全球销售。”一火跨境总经理李威介绍,骆驼集团作为亚洲最大的汽车低压电池制造商,年产能超4000万KVAh,省内襄阳和海外马来西亚、美国、德国等地建有智能工厂,可应对大规模订单。一火跨境所需的所有应急电源等产品均由骆驼工厂定制生产。出口的每一款产品都符合北美、欧盟、东盟等主流市场的认证标准。

2023-2024年,公司在北美业务实现爆发,在Amazon US成功打造销量超3万台的启动电源单品,并依靠TikTok短视频种草营销,触达大量年轻车主用户。去年,他们在非洲试水,引入南非留学生作为实习生和直播“种子选手”,深入了解Takealot平台的本地用户偏好。今年,他们又在中东Noon平台及非洲本地平台同步上线产品,实现了海外仓、本地语种客服的前置化。李威告诉长江日报记者,今年第一季度,尽管全球宏观经济环境复杂,但公司在骆驼集团强大的制造体系和自身数字化运营能力的支撑下,外贸业务依然取得显著增长,“一季度整体营收同比增长28%,其中出口占比超过90%,继续保持高速增长”。

“下一步,我们打算远赴重洋,工厂、物流、标准,每一样都是挑战。”李威表示,将依托长江国贸未来在南非建立的电商产业园、前置仓、物流资源,在南非与供应商一起本地化建厂、本土化运营,实现从“中国卖货”向“非洲造货”的转变。

“我们不是简单地把产品出口,而是把整个中国跨境电商的体系输出去——从选品、拍摄、直播、履约到售后服务。”李威称,下个月,他将带队前往南非深度考察。

当前,一火跨境积极推进“人货场”三要素全面出海,已触达北美、中东、非洲三大目的地。