

經濟透視

中國經濟高質量發展，去年國內生產總值達134.9萬億元人民幣，按年增長5%，增速在世界主要經濟體中名列前茅，經濟總量規模穩居全球第二位。中國積極擴內需，消費市場深具潛力，加上製造業朝高端化、智能化發展，吸引全球企業落戶中國，例如美國特斯拉在上海設廠、韓國LG新能源中國總部落戶南京、瑞典安百拓集團加大在中國的投資，以分享經濟成果。另一方面，中國企業持續積極出海，開拓商機，特別瞄準「一帶一路」市場。有「中國對講機之鄉」美譽的福建省泉州南安，加大力度進軍中東，去年首三季，當地生產的對講機出口中東市場規模大增近38%。



▲安百拓集團自1993年進入中國，圖為位於南京經濟技術開發區的瑞典安百拓集團中國區總部。



▲南安市去年10月有25家企業參加阿聯酋迪拜舉行的對講機產品展銷會，並拿下逾億元人民幣意向訂單。

對講機商遠拓：外銷佔比達七成

【大公報訊】記者蔣煌基南安報導：去年中東的通訊類電子產品訂單大規模往中國轉移。「中東的採購商指中國的對講機結實耐用，安全性強，他們認準了『中國造』，這是對講機行業的機遇。」在福建省泉州南安市的遠拓電子董事長陳清添說：「以前內外銷比例是四比六，今年是三七比。」在中國最大的對講機生產基地泉州南安，當地的出口訂單明顯上升。受訪業者表示，注重技術創新、通信安全性和智能化水平的中國對講機備受海外用戶認可，去年首三季，南安生產的對講機出口中東市場規模按年增長37.9%。

去年12月下旬，在南安的遠拓電子工廠內，工人積極生產。陳清添稱：「都在趕一個500萬元人民幣的訂單，這是我從業以來最大訂單。」南安是泉州一個縣級市，人口150萬，以石材和五金聞名的同時，也有着「中國對講機之鄉」的稱號。2023年，全球對講機市場規模約53.1億美元，中國佔約42%市場份額，南安就佔全國七成份額。以行業出貨量世界排名第二的A股公司海能達(002583)為例，去年上半年海外市場營業收入按年增長28.77%。

南安25企赴迪拜 收億元訂單

南安市商務局相關負責人介紹，去年10月，南安的25家企業赴阿聯酋迪拜參展，拿下逾億元意向採購訂單。而中東一直以來是南安對講機的重要銷售市場，經濟發展以及區域安全、安防等因素，海外市場在對講機的需求不斷上升。

南安從上世紀八十年代起步，已形成從上游到下游的完整產業鏈，包括芯片、模具、注塑、電池、集成電路、檢測實驗室等企業，產品銷往80多個國家和地區。據南安商務局信息，當地已聚集起寶峰電子、特易通電子、精通電子、遠拓電子等對講機企業140家。南安也流傳「全球每三台對講機中，就有一台出自南安人之手」、「若要開全國對講機行業會議，在霞美鎮便能召集齊」。位於深

圳的國產對講機兩大龍頭企業海能達與科立訊，其創始人皆是來自南安市霞美鎮的同一村莊。

南安市對講機龍頭企業之一的寶峰電子，年產量達1400萬台，該公司總經理王少鋒透露：「在南安，任何相關的研發設計，都能在半小時內找到落地車間。」另外，南安對講機業全力加速模擬轉數字的研發進程。

公網對講機打破距離限制

另外，福建拓朋科技總經理陳奮飛，帶領團隊研發出第一台觸摸屏對講機和第一台超薄對講機，量產可實現全球通話的公網對講機。他介紹，傳統對講機通話距離一般在3至10公里，而公網對講機不僅打破這一限制，其採用「多模式自組網」技術的對講機大幅提升通信能力。他舉例，在5輛車組成的應急車隊場景中，每輛車相距5公里，若使用傳統對講機，頭車與尾車無法通信，但採用上述技術，車輛間可通過對講機相互聯通，每對對講機充當中繼台，通話距離擴展至20公里，在抗震救災等應急救援行動中發揮著關鍵作用。

全球最大的對講機生產國包括美國、中國和日本。陳清添說：「2008年我涉足對講機生產時，國產產品故障率約10%，如今已與美日品牌不相上下了。」如今的公網對講機借助互聯網進行語音和數據傳輸，毋須專門基站或中繼台，只需插入SIM卡，即可實現全球無線通訊。國產對講機品牌開始在數字對講機市場取得經驗和成果，並積極介入防爆對講機市場。



▲陳奮飛表示，國產對講機正不斷顛覆傳統，拓展應用邊界。大公報記者蔣煌基攝

中國企業出海力拓中東

瑞典安百拓：環保工程機械需求大

【大公報訊】記者賀鵬飛、通訊員宋任翔南京報導：去年12月以來，多家世界知名企業在江蘇省南京加碼投資。韓國LG新能源中國總部落戶南京經濟技術開發區，LG集團至今已在南京投資超80億美元；德國菲尼克斯全價值鏈中國超級工廠項目簽約南京，建成後料整體產能增長2至3倍。全球領先的採礦與基礎設備供應商瑞典安百拓集團計劃進一步追加在中國的投資，總裁兼首席執行官Helena Hedblom表示：「我們用實際行動，對中國經濟投出了信任票。」她直言，集團在中國發展的最大經驗是：必須堅定不移地推行本地化戰略。

安百拓集團自1993年進入中國，先後將40款新品的生產從瑞典和美國轉移至南京工廠，以及將日本橫濱工廠的所有產能和研發全部搬遷至南京。集團在南京設立生產中心，深度參與三峽水電站、「一帶一路」重點工程及高原鐵路等國家級建設項目，並在多地設立了屬地化服務中心。

在與南京市市長陳之常會面時，Helena Hedblom強調，安百拓對中國市場的信心一直增長，並確定持續加大在南京的投資。不過，包括安百拓在內，如今外商投資中國的核心目標，已從傳統的注重土地、稅收、政策等優惠力度，逐步轉向市場規模和創新潛力。

助採礦與建築業智能化轉型

中國製造業正朝着高端化、智能化、綠色化方向快速發展。安百拓根據中國「雙碳」目標的要求，推出一系列滿足「國四排放標準」的前沿設備。例如，露天PowerROC T40鑽機以節油環保為核心設計理念，顯著降低燃油消耗和碳排放。

「隨着中國經濟結構的轉型升級，對高效、環保工程機械的需求持續增長，這為我們創造了寶貴的發展機遇。」Helena Hedblom表示，未來安百拓將繼續加大在中國的投資力度，推動採礦和建築行業的數字化、電氣化和智能化轉型。另外，德國博西家用電器集團大

中華區總裁宋凜冰接受採訪時指出：「對於博西全球戰略而言，中國市場至關重要。作為全球最大的家電市場之一，博西在中國實現了全產業鏈和全價值鏈的布局，這在外資家電品牌中獨樹一幟。」

德國博西：以中國為基點拓全球

博西旗下擁有博世家電、西門子家電、嘉格納等多個知名品牌。自1994年進入中國市場以來，博西已建立起中國總部、兩個生產基地和一個全球研發中心，員工總數超過1萬人，全國服務網點超1300個。

宋凜冰總結道：「博西不僅服務於集團全球供應鏈，更重要的是以中國為基點，持續推動集團產品在全球創新發展。」博西在中國的成功源於其深度本地化的全產業鏈體系，從研發到生產，再到銷售全方位覆蓋。例如，博西最早將乾衣機和洗碗機引入中國市場。

宋凜冰表示，中國消費者對新事物的接受度很高，尤其是技術驅動型產品，這與歐洲市場有明顯區別。而中國家電市場對新技術的旺盛需求，推動企業加速推出創新產品，廣闊的市場規模也提供豐富的應用場景。例如，中國消費者對水質和溫控的要求格外嚴苛。

去年6月博西家電全球研發中心和博西中國家電人才中心在南京揭牌，這些研發資源不僅服務於中國市場，還助力全球創新發展。宋凜冰說：「我們每年將營收的約5%投入研發，這比例在家電業中處領先地位。」



▲宋凜冰表示，中國家電市場對新技術需求旺盛，推動加速創新產品。大公報記者陳曼攝

精準施策 開辦阿拉伯語培訓

為推動對講機產業國際化發展，南安市政府精準施策，全力支持。針對中東市場的語言需求，去年11月，南安市政府組織了阿拉伯語小語種培訓，首期培訓共30天，吸引約30家企業員工參與。培訓課程緊密結合實際業務場景，有效提升學員的阿拉伯語溝通能力，為企業進軍中東市場提供堅實的語言人才保障。

南安市商務局負責人表示：「未來將根據不同市場需求，持續開展多樣化小語種培訓，構建全方位人才培養體系，為產業發展注入源源不斷的動力。」

早在去年10月12日，南安市政府推出對講機行業開拓中東市場專項行動實施方案，涵蓋多項舉措，包括設立專項產業基金，為企業研發和技術改造提供資金支持；積極與高校、科研機構合作，搭建產學研平台，促進技術與人才的高效對接；組織企業參加國內外行業展覽會，提升南安對講機產業的知名度與影響力。

此外，南安還通過構建跨境多渠道銷售平台、開展海外品牌廣告營銷、實施政策鼓勵補貼以及加強專業人才培養等一系列措施，全方位推動對講機行業蓬勃發展，助力企業在國際市場上開疆拓土。大公報記者 蔣煌基

優質人才儲備 吸引外資落戶

「對於我們這樣的企業來說，最核心的競爭力就是人才。」美國思傑南京研發中心總經理、Cloud Software Group全球高級總監張元表示，南京豐富的高校資源和優質的人才儲備，為思傑雲在中國的研發創新提供了強大支持，這也是其選擇在南京設立研發中心的主要原因。思傑雲為全球500強企業中的98%提供安全訪問解決方案，計劃繼續加大在中國市場的

投資力度，深耕數據安全領域的技術研發與應用拓展。

美國思傑雲：有助快速研發

張元表示，南京研發中心承擔了該集團全球三分之一的研發任務，使思傑雲能夠快速響應市場變化，推出符合中國消費者需求的創新產品和技術解決方案。

大公報記者 賀鵬飛 通訊員宋任翔

產業互聯互通聯盟 資源有效共享

「預計到2030年，中國電動重卡保有量將達到100萬輛，而2025年新增電動重卡將可能突破10萬輛。Moteg將持續加大在中國的投資力度，依靠技術創新，在中國新能源商用車產業贏得市場。」德國電力驅動設備製造商Moteg總經理穆凡信心十足。

Moteg特別看重中國的產業配套優勢。穆凡指出，中國的電動商用車市場優勢顯著，而南京作為長三角核心區域，既是Moteg的重要下游市場，又為企業提供了擴張的戰略支點。其中，依託產業互聯互通聯盟，南京助產業鏈上下游的有效對

接，實現資源共享、項目共建，為企業創造了「家門口」找供應商、「園區裏」找客戶的產業生態環境。

德國Moteg：產品降碳排添競爭力

Moteg藉加大研發以應對新能源市場競爭。穆凡表示：「在增程式驅動的控制邏輯中實現了能耗降低近30%，相當於減少30%碳排放，這正是我們產品未來在中國發展的核心方向。」

大公報記者 賀鵬飛 通訊員宋任翔



▲穆凡表示，南京既是Moteg的重要下游市場，又為企業提供擴張的戰略支點。

培育優質供應鏈 南安對講機遍全球

為全力推動對講機行業「出海」，南安在亞馬遜、阿里巴巴等大型跨境電商平台設立南安對講機專區，組織從開店到運營的全流程培訓服務，幫助南安對講機賣家入駐各大平台，集中力量打造標桿企業，培育優質對講機實力商家和對講機優質供應商。

去年10月，南安組織對講機企業遠赴阿聯酋迪拜展銷，不僅帶回訂單，也通過借助海外僑胞及商協會優勢資源，設立駐外聯絡點，完善市場信息鏈接。據了解，南安人在全世界有50多萬產銷大軍，74個全國異地商會、超

300個海外社團，正在中東、東南亞打造16個公共海外倉及展銷中心，為南安對講機行業建立強大的供銷渠道。大公報記者 蔣煌基



▲車間技術員正在給對講機進行性能測試。大公報記者蔣煌基攝