

中國機械設備出海 數字化方式走向全球

明星產品線上交易增逾半 企業：「不出海 就出局」

中企出海第一平台阿里國際站的數據顯示，機械設備製造業等新興行業正迎來出海熱潮。今年上半年，阿里國際站線上交易額增速最高的10個行業中，一半都與機械設備、施工建材有關。尤其是工程機械行業中的明星熱銷產品，像挖掘機、裝載機、鑽機等，在阿里國際站上的線上交易額增速均超過50%。海關數據亦顯示，挖掘機、裝載機、推土機，包括壓路機等整體工程機械類產品出口近一年同比增速超過50%——中國機械正在通過數字化的新方式快速走向全球。

●香港文匯報記者 殷江宏 濟寧報道



●韓廣非(左)表示，從2021年開始，薩奧機械在海外的銷量連年翻番。到目前為止，外貿已經佔到整體生意六成左右。
香港文匯報 山東傳真

作為內地知名的機械設備產業帶，山東濟寧近年來掀起一股湧入阿里國際站的熱潮。今年4月份以來，濟寧新入駐阿里國際站的商家數量同比增加76.2%。而入駐了阿里國際站的濟寧機械企業，亦在收穫着高速增長。

薩奧機械：海外銷量連年翻番

「不出海，就出局。」位於山東濟寧的薩奧機械有限公司，總經理韓廣非談及公司未來規劃時如此表示。受益於海外基建業務的興起，薩奧機械的小型挖掘機等工程機械出口勢頭迅猛。今年上半年，薩奧機械在阿里國際站上的訂單交易額同比增長50%，預計全年增長70%左右。「從2021年開始，薩奧機械在海外的銷量連年翻番。到目前為止，外貿已經佔到整體生意的六成左右。預計到今年年底，外貿會佔到濟寧薩奧總生意的七成。」

薩奧的產品主要包括小型壓路機、手扶壓路機、混凝土振動樑、路面施工設備等路面機械與緊湊型機械。這是一條特別的「賽道」。

「我們選的是大工廠不做，小作坊生產不出來的，其實是一個夾縫的產品。」韓廣非坦言，大中型工程機械在國內已有很多品牌，作為一個初創型公司做此類產品顯然不具優勢。小型設備一年雖然

只有幾個億產值，但作為創業者已很滿足。

韓廣非建議同行多走出去看看：「你不走出去，在內地卷來卷去，最終卷的就是質量下降、利潤低，沒有什麼好處。不出海，這個企業將來可就要出局了。」

「其實從前沿的技術，到產品的外觀、性能，我們都在逐步提升。我們希望中國企業靠的不是復刻的產品，而是自主研發的。我們薩奧的專利大概有100多個，目前正在向智能製造轉型。」韓廣非說。

據了解，當行業內對「環保機械」還心存疑慮的時候，薩奧已推出新能源、沒有發動機噪音污染的「環保機械」。事實證明，公司的選擇並沒有錯。環保機械的需求量逐年看漲，目前環保機械的出貨量已經佔到了薩奧整體出貨量的將近10%。

業界：越來越多行業轉向外貿

作為最早一批做跨境電商的商家，山東恒旺集團總經理劉明濤不僅吃到了時代的紅利，還影響着身邊的同行從傳統外貿或者內貿轉向外貿。「濟寧做機械的企業至少有2,000家，現在我周圍已經有90%以上的企業都在做阿里國際站。」劉明濤稱，今年更有一些新鮮血液開始進入阿里國際站，而且多為工程機械企業的「二代」。

瞄準海外基建 恒旺設13海外倉

「現在的客戶都得找關係來我這訂購產品，而且還不見得能買到。」山東恒旺集團總經理劉明濤表示，今年他們在阿里國際站上的訂單增長已超過80%，公司現有的供給已經跟不上海外的訂單需求，近期正在擴建新廠區。

同樣位於山東濟寧的恒旺集團成立於2011年，主營大型挖掘機、推土機、鑽機、打樁機等機械設備。恒旺從2012年開始向外貿轉型，次年進入阿里國際站。「當年做內貿電商，一年銷售額就能做到幾百萬。但我覺得外貿市場更廣闊、產品利潤空間大。」劉明濤稱，公司近年來一直處於高速發展期，從阿里國際站上過來的訂單生意，每年都有40%至100%不等的增長。截至目前，從平台來的訂單生意增長，大概佔了公司外貿營業額的70%。

計劃「倉變廠」增產力

近年來，海外市場基建的需求逐步增高。2022年9月恒旺開始建海外倉，目前已在美國、南美、南非、中東和東南亞地區成立13個海外倉。劉明濤表示，目前恒旺在「一帶一路」國家的銷量佔60%以上，未來他計劃「從倉變廠」，把海外倉變成海外廠。「這個賽道（大型機械設備）的競爭對手主要是大型國企，技術和資金的門檻相對高一些。像我這種企業要麼幹死，要麼就是幹好。目前全球銷量最高的前30名，中國佔16家，包括恒旺。」

去年恒旺集團總銷售額達17億元（人民幣，下同），今年上半年已完成20億元。「我們的125噸挖掘機上市後供不應求，訂單已排到明年。」劉明濤透露，2024年公司在濟寧投建了一個新廠，總投資近10億元，預計明年9月可正式投產。若進展順利，公司2026、2027年出口額能達到60億元。



●劉明濤指出，恒旺在「一帶一路」國家的銷量佔60%以上。
香港文匯報記者殷江宏 攝

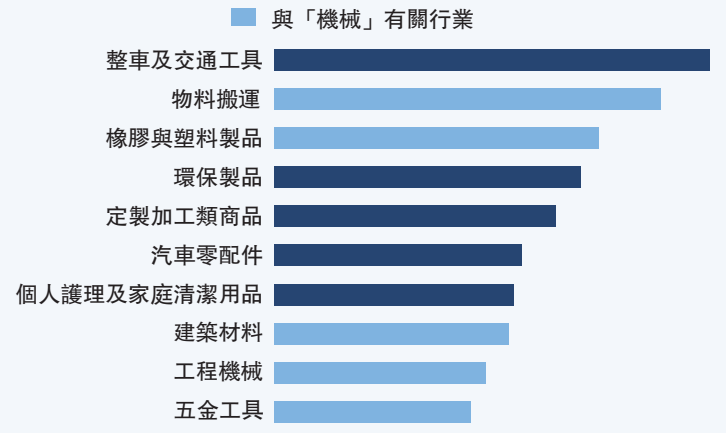
肯尼亞小伙來魯「淘金」

從事外貿10餘年，劉明濤印象最深的客戶是一個肯尼亞小伙子。「當時他以為我們是騙子，在網上諮詢後想來山東考察，又不太敢過來。」劉明濤正好剛喝過酒，對他說：「你不敢來，我給你買機票。」次日酒醒之後，劉明濤有點後悔，但許下承諾就要兌現，咬咬牙給對方買了機票。沒想到卻成就了二人此後10餘年的合作。

肯尼亞小伙來到濟寧，實地考察後購買了一台水井鑽機，當時的售價不到一萬美元。回國後他用鑽機在村裏打了一口井，很快成為當地的風雲人物——他所在的村莊此前要去5公里以外打水。後來，他成為恒旺的代理商，先後訂購了幾百台鑽機。由於為家鄉解決了喝水問題，這位肯尼亞小伙可謂「名利雙收」。

據劉明濤介紹，這樣的單子恒旺接了不少。那種一次性下單三四百萬美元、復購上億元人民幣、購買一整套設備的客戶越來越多。由於注重高質量發展，公司的設備在海外能夠賣出3倍至5倍的價格，很多海外客戶和恒旺一同成長、收穫，成為了當地的經銷商和採購商。

上半年阿里國際站線上交易額 增速前十行業一半與「機械」有關



資料來源：阿里國際站



濟寧的線上出海產業地圖

資料來源：阿里國際站

工程照明車現身《流浪地球2》 海外銷量猛增

2007年，24歲的韓廣非和朋友剛剛開始創業時，只有45平方米的門面房。公司最困難的時候，沒有錢買鋼材。他和合作夥伴騎着電動三輪車去找別人的鋼鐵下腳料，淘過來以後用於機械加工。17年過去，如今的薩奧已有兩個標準化廠區，總面積近5萬平方米。「淘料頭」的日子一去不返。去年以來，薩奧機械的一款工程照明車在海外的銷量猛增。這與曾經爆火的電影《流浪地球2》不無關係。去年初，《流浪地球2》電影官方微博發文致謝薩奧，感謝其支持了電影中所有的移動照明車。很多網友亦因此知道了這家低調的機械製造業企業。

由於電影是在全球上映，海外客戶也從阿里國際站找上門來，其中一位英國客戶點名要這款「工程照明車」，還特意跑到濟寧來看這個道具，並選了4台劇組裏的白色同款。

今年上半年，薩奧將業務從歐美市場拓展到中國市場。此前，為了讓產品能更快交到客戶手



●薩奧機械工程照明車在《流浪地球2》亮相。
香港文匯報記者殷江宏 攝

上，韓廣非已先後在印尼、阿聯酋、迪拜部署了海外倉。他計劃在中亞國家繼續建海外倉，「以前收貨時間可能要兩、三個月，我們建倉以後，在當地可能6至10天左右就能拿到貨。」

企業電商B2B

話你知

近年來，隨着短視頻、VR、跨境直播探廠等技術的發展，海外買家甚至不用到現場，就能身臨其境地感受到工廠的生產實力和經營情況，海外買家數量和採購需求逐年增長。與傳統線下方式相比，跨境電商具有一年365天裏7×24小時可以交易的特點，而傳統展會則受到線下地域和時間頻次的限制。與此同時，海外採購商也日趨年輕化，對新一代採購商而言，在線採購已成為他們重要的採購習慣。

阿里巴巴國際站成立於1999年，買家多為進行批量採購的商戶或企業（B類買家）據阿里

國際站工作人員介紹，因B類是批發生意，在線採購節一般是在9月份。比如亞馬遜的一些商家，準備「黑五」、聖誕、元旦等重要節慶，一般會在9月採購節從阿里國際站上採購備貨。阿里國際站數據顯示，今年9月在線訂單量大增69%，平台支付買家數、海外需求等全面實現雙位數增長。25年來累計服務200餘個國家和地區的超過4,000萬活躍買家，在海外買家群體尤其是機械行業有較高的知名度和認可度。薩奧集團總經理韓廣非表示，公司外貿的六七成主要通過阿里國際站這樣的跨境電商平台實現，線下展會等渠道為輔。

阿里國際站：平台提供整體解決方案

阿里國際站濟寧區域負責人郭正奎表示，機械行業迎來線上出海熱，一方面與近年來東南亞、中東等市場開啟的基建潮不無關係，另一方面，歐美市場中國機械在傳統的使用場景之外找到了更多元化的應用，由於線上採購的便利，很多農場開始通過阿里國際站採購小型挖掘機，這給產品線更加豐富的中國機械設備企業帶來了新的突破。

「其實，大型機械傳統交易模式裏需要很多定製、談判的環節，以往很難在線上完成。阿里國際站針對工程機械特色產業提供整體解決方案，比如通過AI幫助此前缺少外貿經驗的機械設備企業快速轉型；出位面向大中型機械設備的數字

化物流履約、資金服務等，助力機械等新興行業跨境出海。」

「中國的機械產品，從原來的生產製造開始向以質量為突破、向品牌化方向走，從製造到智造發展。」據郭正奎介紹，海外採購群體裏面的柔性定製和輕定製的需求開始激增，中國機械類產品在海外的競爭力在不斷提升。

阿里國際站小二告訴記者，機械等新興行業線上出口快速增長開始於去年，今年又在去年快速增長的基礎上保持了高增速。阿里國際站的數據顯示，上半年整體線上支付買家數量同比超過30%，機械、五金、物料搬運等在國際站的增速十分明顯。