



不止卖机器,更是“输出能力”

泉企凭硬核实力抢占全球份额

“

融媒体记者 杜连财 文图

从晋江车间发往巴西的设备,到石狮签证量激增五成的原产地证,再到莫斯科展馆里的南安新能源产品,一股“出海拓市”的热潮正席卷泉州,机械、服装、新能源,不同赛道,同一个方向:向外走,找增量。

”



服饰是泉州传统优势产业,图为品牌展示样品。

A 凭性价比与服务闯全球

走进晋江市钜展机械有限公司的生产车间,机器轰鸣声不绝于耳,工人们正忙着组装一批即将发往巴西的全自动EVA射出发泡成型机。“这批设备价值300多万元,下个月就要发货,客户催得紧。”公司总经理邱浩穿梭在生产车间,目光紧盯装配细节。这位从湖北潜江来的“新晋江人”,2006年从职校毕业后扎根晋江,从台资企业维修工做起,深耕设备研发十余年,最终创办钜展机械。

一件高品质鞋材,核心在设备。

钜展机械自主研发的全自动EVA射出发泡成型机,彻底打破国外垄断。“以前这类设备全靠意大利进口,即便台商引进后价格依然昂贵。”邱浩回忆,正是多年维修经验,让他吃透设备核心原理,带领团队自主研发。如今,这款设备采用触控人机界面与PLC模组系统,配备三组伺服驱动,免通水设计大幅降低了能耗;一天可产四五千双鞋,次品率极低,价格仅为国外同类产品的六成,性价比优势显著。

凭借硬核技术,钜展机械的出海

之路越走越宽。公司年产值达七八千万元,外贸占比从2018年的不足20%飙升至如今的50%,明年预计进一步提升。“国内市场竞争激烈,但‘卷’倒逼我们升级,而海外市场更看重技术与服务。”邱浩说,公司已在印度、墨西哥、印尼、越南、泰国等8国设立代理网点,代理商负责本地配件销售与维修,快速建立信任;售后承诺24小时响应,工程师远程即可诊断故障、调整参数,高效解决问题,实现从“卖产品”到“卖能力”的转变。

B 量身定制抢占高端市场

如果说钜展机械胜在“服务”,那么群峰机械则赢在“定制”。

在群峰机械生产车间,一台莲雾粉色的全自动混凝土制品成型机格外醒目。“这是为印尼客户量身定制的,颜色、外观、配置、材料全按需求设计,已是客户2020年以来第4次订购。”群峰机械市场部负责人郑惠林介绍。不同于行业“一机通用”的传统,群峰机械坚持“一客一方案”:为客户提供当地气候、原材料特性、产量

需求、砖型要求,研发团队据此定制砖配方、优化设备配置。

据悉,印尼全年湿热多震、原料复杂,群峰机械针对性强化设备抗震性能、优化防潮工艺,适配本地生产条件。精准定制化服务,让群峰机械收获亮眼成绩:2024年营收同比增长50%,2025年增长35%,2026年前4个月营收已追平去年全年。“海外客户最看重企业实力、口碑、售后网点和产品质量,而我们的核心竞争力,是把定制

化贯穿设备全生命周期。”郑惠林说。

在业界人士看来,从钜展的鞋材设备到群峰的建材机械,泉州装备制造企业正摆脱“低价竞争”标签,以技术自主、定制服务、高效售后站稳全球中高端市场,成为泉州外贸增长的重要引擎。

数据显示,2025年,泉州机电产品出口307.1亿元,同比增长18.6%,其中纺织机械及其零件出口增长40.5%。

C 常态化开展“集群出海”

此前,石狮服装城商业联合会首次组织希创品牌服装、宝辉童装、信慈公司、世晟公司等会员企业,远赴哈萨克斯坦阿拉木图参加国际鞋展。活动当天,4家企业现场成交,实现“出海即开门红”。

哈萨克斯坦地处“一带一路”关键节点,鞋服80%依赖进口,中国产品性价比高、款式新,深受当地青睐。2026年一季度,哈萨克斯坦进口额149.1亿美元,同比增长11.8%;超三成民众网购,71.3%购买服装鞋

类。石狮企业的男装、女装、童装、校服精准匹配需求,快速获得订单。

不止服装,南安企业也在加速北向布局。日前,沈阳市南安商会副会长、辽宁辽焰新能源总经理吴友情,携华火电灶系列产品亮相第十届中国—俄罗斯博览会。该品牌坐拥143项核心专利(含27项国际专利),参与编制国家行业标准,产品吸引俄罗斯、中亚客商洽谈,初步达成采购与代理意向。

石狮市贸促会数据显示,今年前5个月,石狮为企业办理原产地证

442份,出口金额0.23亿美元,同比大幅增长,商品涵盖服装、布料、机械、食品等,主要出口孟加拉国、沙特、巴西等“一带一路”国家。泉州市贸促会则深入企业调研,推介菲律宾等境外展会,提供市场定位、知识产权保护、法律风险防控等专业指导。

据悉,泉州已布局178个海外仓及展销中心,“百团千企”集群出海活动常态化开展,2025年组织2700家企业参加350场境外展会,斩获320亿元意向订单。

融入全球产业链的价值高端

从晋江车间里那台即将发往巴西的EVA成型机,到群峰机械那台惊艳印尼市场的“莲雾粉”制砖机,再到石狮纺织企业手中一张张通往“一带一路”国家的原产地证,泉州制造正以一种更加自信、精准、协同的姿态,融入全球产业链的价值高端。

采访中,我们能感受到差异化无疑是打破同质化竞争的利器。无论是针对印尼地震带的抗震设计,还是针对中东高温环境的散热优化,抑或是针对东南亚审美的粉色涂装,深度定制已成为高端制造的标配。企业需从“卖标准品”转向“卖解决方案”,深入理解目标市场的地理、气候、文化特性。

当然,出海不仅是产品的物理位移,更是服务能力的延伸。建立本地化的代理网点、提供远程技术支持,甚至帮助客户解决供应链和管理难题,能够极大地增强客户黏性,构建起难以复制的竞争壁垒。

对企业来说,单打独斗往往面临信息不对称、法律风险高、渠道搭建难等问题。借助贸促会、商会等组织的力量,通过集体参展、共享海外仓、对接官方资源,企业可以以更低的成本、更稳的步伐进入陌生市场。正如石狮贸促会通过签发原产地证、推介重点展会,为中小企业提供了从“合规”到“拓客”的全链条支持。

对于广大泉州制造企业而言,这不仅是市场的拓展,更是发展模式的蜕变——从依靠低成本要素驱动,转向依靠技术创新、服务增值和生态协同驱动。

记者
手记