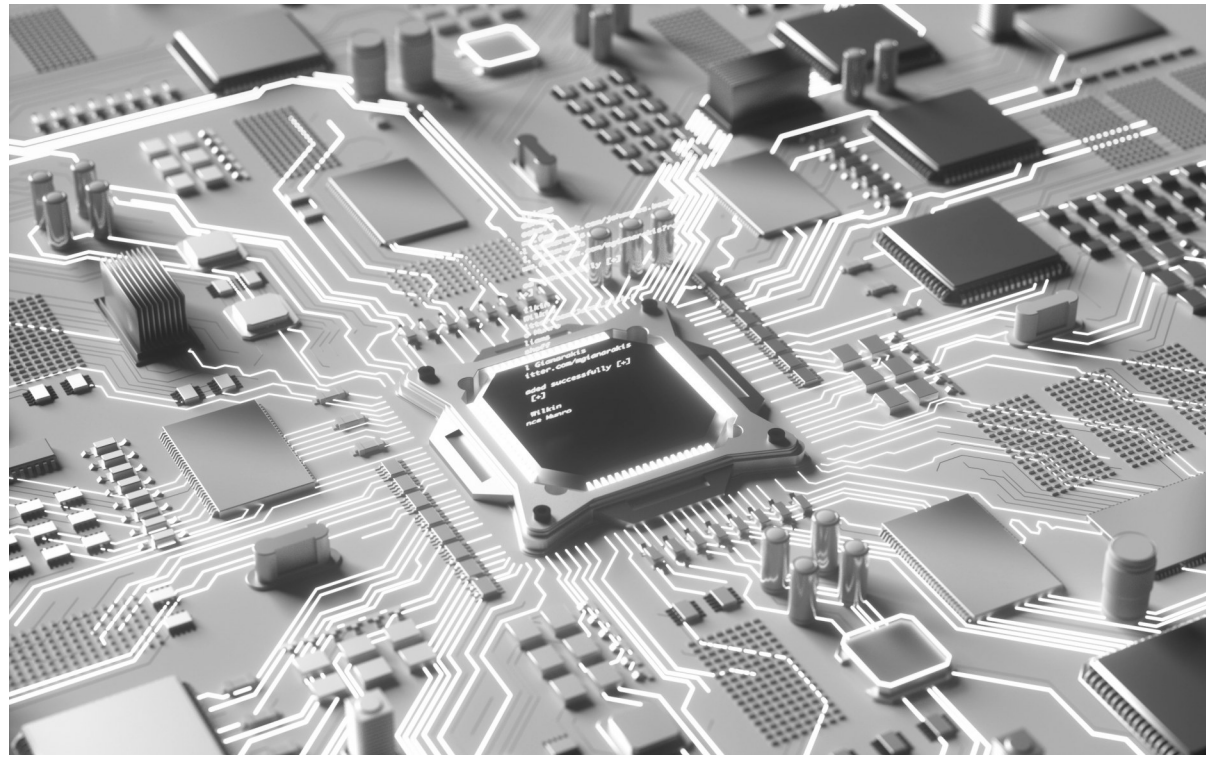


跨境电商为翼 东莞制造通达全球

□ 衡之



“全球每6部手机,就有1部产自东莞”,这是东莞电子信息产业带的全球实力缩影。东莞毗邻深圳、香港,凭借“前店后厂”模式孕育出万亿级电子信息产业,从芯片、零部件到整机制造,已构建起完整闭环的电子产业链。

在电子信息产品出海竞争日趋白热化的背景下,东莞企业突破传统外贸模式,快速搭建跨境电商团队,抢抓出海赛道“弯道超车”的关键机遇,而跨境电商的高速发展,也为东莞电子信息产业出海装上了“加速器”。

如今众多东莞企业纷纷试水,借助亚马逊等跨境电商平台直连全球消费者,尤其在海外商采B端市场,当地产业带产品通过跨境电商拉近与海外终端买家的距离,迎来发展潜力大爆发。东莞供应链的快速响应能力与优质制造品质,叠加跨境电商的数字化能力,不仅为产品出海赋能,更让东莞电子信息产业迎来数字化转型的重要窗口期。

B端商采突围 产业带转型提质的核心动能

一位深耕硅谷的数码测评博主,在亚马逊下单中国品牌BOSGAME的AI PC后,于海外社交平台发布开箱视频。视频中,他细致拆解了产品的硬件配置、算力表现及应用场景,内容一经上线便迅速吸引大批科技爱好者关注,为这款出海的中国AI PC带来了初始流量红利。

随着产品关注度持续攀升,其进一步吸引了一批有离线算力需求且重视企业数据保密的B端客户——这正是东莞企业BOSGAME为AI PC量身打造的“C端引流、B端盈利”双线打法,精准

打通了品牌出海的增长路径:在C端,依托博主专业测评与发烧友自发分享形成双重口碑,持续为品牌造势引流;在B端,则以中小企业采购为核心盈利支柱,让品牌在竞争激烈的全球市场中成功突围。

作为高客单价出海品牌的典型代表,BOSGAME的B端业务正步入高速增长期。BOSGAME总经理张明表示,其B端业务占比从2022年的5%,如今大幅提升至20%。其中,亚马逊渠道表现尤为亮眼,销售额占比超九成;欧洲中低端B端市场更是核心增量

区,占比接近30%,客户群体广泛覆盖海外政企、医疗等多个领域。

BOSGAME的成功并非个例。在传统外贸增长受阻的当下,众多东莞电子信息产业带企业,都意识到了全球B端商采市场的巨大潜力。消费电子领域的C端市场早已是一片红海:品牌认知壁垒高、营销成本居高不下,企业还极易陷入同质化价格战。而B端商采,正是东莞企业破局的核心抓手。

一方面,跨境电商平台重构了B端商采链路,为东莞产业带

企业打通了直达海外客户的快车道——直接对接海外中小企业与政企客户,省去层层中间商环节,让东莞电子企业在全域商采市场竞争中掌握了更多话语权。另一方面,从产业根基来看,东莞完备的电子产业带优势,与全球B端商采的定制化需求高度契合——东莞拥有从核心零部件研发、生产制造到组装交付的全链条能力,能够快速响应B端客户的个性化需求。

因此,一批底蕴深厚的东莞企业正加速布局跨境电商出海赛道。

双端协同发力 东莞跨境出海的增长密钥

对众多东莞产业带企业而言,出海征程中B端商采与C端零售的“双轮驱动”,已然成为撬动海外市场的重要增长点。

以东莞一家主营键盘、鼠标等办公电子产品的工贸一体企业深圳德赢为例。这家深耕电脑外设领域多年的厂商意外发现:来自亚马逊企业购(B端)的订单价值占比,竟悄然攀升至三分之一,为企业开辟出一片全新的增长蓝海。

“一开始我们对企业购不熟悉。”深圳德赢总经理袁小东透露,“直到产品上线后,亚马逊客户经理主动联系我们,告知我们的产品在企业购渠道的占比已经达到37%,这才让我们真正重视起这条赛道。”

自此,深圳德赢开始加大对

亚马逊企业购渠道的投入力度。如今,依托亚马逊企业购的平台优势,深圳德赢的B端订单份额稳定在35%左右。这一布局不仅显著提升了企业客户的复购率,更将成交周期从传统外贸的3—6个月直接缩短一半,交易转化率效率实现质的飞跃。

但事实上,无论是直面C端消费者,还是对接B端采购商,东莞电子信息厂商出海的制胜关键,始终在于“精准捕捉买家的真实需求”。

“针对企业采购的专属场景,我们对产品策略进行了针对性优化。”袁小东表示,企业客户的核心诉求聚焦于“功能性、稳定性与操作便捷性”,而非花哨的复杂配置或过度个性化的设计。

为此,深圳德赢推出定制款产品:简化设备连接方式、强化使用稳定性,同时剔除冗余功能,精准直击企业采购的核心痛点。结合企业多件采购的订单特点,团队还推出5件装、8件装、10件装等大规格包装,完美适配批量采购需求。与此同时,他们在产品视觉呈现上与C端产品做出明确区分,以清晰的产品线定位,吸引更多海外企业采购客户。

而在C端市场的突围中,用户反馈也成为产品优化的核心依据。企业深度研读海量用户评论,对各类差评和消费痛点进行系统分类总结,还组建专项调研团队,对类目TOP100产品展开分析,找到市场突破口——相较于头部品牌每年仅推出三五款新品

的频率,深圳德赢将新品研发目标提升至“每年至少二三十款”,以高频迭代抢占市场先机。

凭借一款高端手托款键盘,深圳德赢仅用两三个月,便将这款爆款产品推至类目第七名,成功打开海外市场局面。

如今,随着企业在跨境电商C端消费市场和B端采购领域的运营经验不断成熟,东莞电子产业在全球迎来新的爆发。东莞市电子商务联合会常务副秘书长蒋庆贵表示,2025年1—10月,东莞外贸进出口总额12982.4亿元,同比增长14.7%,外贸规模居全国第五、全省第二。

“尤其B端市场潜力,契合本地制造特点。”蒋庆贵说。这也是东莞企业跨境出海的新密码。

跨境电商筑基 东莞制造向国际化品牌跃升

从昔日的制造工厂,到如今批量成长为国际化品牌企业,东莞产业带的企业正完成一场转型。

“亚马逊,是品牌叩开全球化大门的理想跳板。”台德Ikarao的CEO葛尧说。“我们现在已经成功进驻山姆、Costco等多家国际大型商超。而这些合作的契机,大多源于这些商超通过亚马逊关注到我们的品牌与产品,进而直接采购爆款单品。”他补充道,“可以说,亚马逊搭建的优质曝光矩阵,为品牌全球化建设注入了关键动能。”

这家扎根东莞的企业,不仅在亚马逊“200—600美元价位便携卡拉OK音箱”的细分市场占有了率稳居榜首,更凭借在亚马逊跨境电商平台积累的亮眼热销数据,构筑起入驻海外大型线下商

超的“信用背书”,顺利实现品牌出海、布局海外线下市场。

海外B端客户对产品稳定性、功能性、批量交付能力的高要求,正在倒逼东莞企业跳出“低成本竞争”思维。企业通过定制化产品设计、推出批量包装、完善售后体系等举措,不仅满足了B端商采需求,更推动自身形成标准化、高端化的规模化扩张,快速建立国际市场认知。

亚马逊企业购拥有800万+全球企业买家资源,让东莞企业快速触达全球终端企业客户,实现品牌曝光的规模化扩张,快速建立国际市场认知。

“FBA次日达服务提升客户体验,亚马逊的信任背书缩短高

客单价产品的决策链路、友好的退换货政策降低购买顾虑,这些都为东莞企业的高端化产品出海提供了坚实的信任支撑。”张明说,“对于亚马逊企业购,我们的建议是积极使用平台提供的各类工具。只要主动尝试,平台通常会给予相应扶持。企业可以借助这些资源,结合自身产品特点,逐步摸索出适合自己的增长路径。”

依托东莞电子信息产业带深厚的供应链基础,以及3C、智能硬件等优势产业的积淀,当地企业同步拓展B端批发与C端零售市场。而东莞电子信息产业带产业优势的释放,则离不开亚马逊的精准赋能。

2023年,亚马逊全球开店在中国推出“产业带启航十条”扶持计划,聚焦各产业带中有意向转

型跨境电商、打造全球品牌的企业,提供从转型初期的基础搭建到品牌后期的价值提升的全流程支持。该计划从商机拓展、品牌打造、本地化服务、人才培养、品牌标杆塑造五大核心维度发力,持续推动“跨境电商+产业带”深度融合,为产业带企业出海铺路搭桥。

亚马逊全球副总裁、亚马逊全球开店亚太区执行总裁Cindy Tai曾表示:“跨境电商不仅能帮助产业带企业拓宽销售渠道,搭建多元化的B端与C端业务模式,更能让企业直连终端消费者,精准捕捉市场需求变化,推动企业数字化转型升级,最终助力其打造真正扎根全球市场的国际化品牌。”

这正是中国制造业企业实现新跃升的绝佳契机。

近日,湖南怀化国际陆港多式联运中心正式启用,首列满载箱包、竹木制品等1300吨货物的国际班列,从该中心铁路专用线启程。该班列出发后将从广西北部湾港装船出口,直发泰国、越南、印度、沙特阿拉伯等国家。标志着怀化在构建“公铁水海”多式联运体系、深度融入西部陆海新通道建设方面迈出关键一步。

此次多式联运中心的启用,将进一步强化怀化作为西部陆海新通道东线重要节点的功能定位,预计可承接通道70%的南下中转货物,物流成本降低15%以上,货物周转效率提升5%以上。

作为国际陆港的“核心工程”与“智慧大脑”,该中心占地面积约19万平方米,集运营调度、仓储物流、海关监管、集装箱作业、辅助箱场五大功能于一体,具备国际货运单证办理、海关监管、货物查验、货物装卸、存储配送、信息管理及综合服务等功能。可实现公、铁、水等多式联运无缝衔接,形成“通道+枢纽+网络”的现代物流体系。

该中心设计年货物吞吐量达114万吨(约10万标箱),配备到发线1条、装卸线2条、龙门吊2台,仓储面积14万平方米,堆箱位1248个,可实现货物“零距离接驳、一站式配送”。开行中老、中越等国际班列,以及“怀化—北部湾”等铁海联运班列,服务湘、鄂、渝、黔、桂等周边省市企业“跨山出海”。

“过去,湘西企业出口货物,往往要先运到长沙、广州甚至上海,再集港出运,时间长、成本高。”湖南怀化远海新通道物流有限公司总经理周军表示,怀化国际陆港多式联运中心启用后,湘西企业出口货物在家门口就能“一站式”集拼、报关、发运,真正实现“产地即运港”。

长沙海关同步深化通关便利化改革,在中心全面推行“铁路快通”“直装直提”“附条件提离”等举措,实现“一次申报、一次查验、一次放行、快速通关”。目前,怀化已开通中老、中越等7条国际物流通道,形成“30小时通江达海、3天直达东盟”的高效物流网络,累计开行国际班列超2800列。

尤为引人注目的是,怀化国际陆港多式联运中心还同步推进“AI陆港”建设,在怀化国际陆港多式联运智能运营平台上,铁路、公路、港口、园区等要素动态呈现,全程物流路径可视化、可追踪、可调控。周军介绍:“平台整合铁路、公路、海关、港口、货代等多方数据,具备智能调度、路径优化、异常预警等功能,未来,货物从怀化出发,经铁路至广西北部湾,再转运至东南亚,全程可实现可视化、可追踪、可调控,为内陆企业‘出海’提供数字化支撑。”

未来,怀化将加快完善“1+2+N”陆港发展体系,扎实推进AI陆港建设与高能级开放平台申建,聚焦箱包皮具、绿色食品等特色产业集群,培育壮大临港产业集群。同时持续深化与东盟等RCEP成员国合作,以制度创新优化营商环境,推动通道优势向产业优势、发展优势转化,全力打造承东启西、连南接北的开放高地,为服务国内国际双循环注入强劲动力。

量质齐增促转型 广西邮政业 赋能地方经济发展

□ 全媒体记者 龙巍 通讯员 李建宗 韦陈彦

近日,记者从2026年全区邮政工作会议获悉,2025年,广西邮政行业保持较快增长态势,快递业务量完成24.83亿件,同比增长23.68%,投递量完成46.31亿件,同比增长12.85%。进出广西的快递比例为1.87:1,结构进一步优化,反映消费者对广西产品的青睐不减。

2025年,全区邮政行业骨干网络进一步完善,规模以上邮件快件分拨中心42个,干线日处理能力超4000万件。

邮政普遍服务稳定供给,建制村每周投递五班以上比例提升至92%,农村投递汽车化率提升至85%,邮件传递时效主要指标排名全国前列。

快递服务质量持续提升,时效性、准确性和稳定性不断增强,用户申诉率低于百万分之二十,申诉响应率、解决率超90%,公众满意度、72小时妥投率同比双提高。

产业支撑作用持续发挥,“快递+制造业”助力降本增效,纸制品、服装、螺蛳粉、小家电、汽配等年寄递量超4.7亿件。“快递+农业”助力广西农产品走向全国大市场,卖出好价格,年寄递量超2.2亿件。

行业绿色转型加快,快递包装绿色化、减量化、可循环化治理成效明显,全年回收复用瓦楞纸箱2633.53万个,使用可降解包装袋2.37亿个。邮件快件分拨中心光伏铺设面积13.62万平方米。

“十四五”时期,广西邮政业持续快速增长,年发出快递量从7.8亿件提升至24.8亿件,年均增速超26%。全区人均年使用快递服务从56件提升至141件。

基础设施不断完善,着力打造面向东盟的区域性国际邮政快递枢纽。新扩建一批具有综合功能的分拨中心,开通省际直达陆路线路超120条,国际货运航线15条、邮(快)件班列线路9条。布设邮政快递服务网点近1.5万处,投入智能快递箱格口数超35万个,普遍服务网络保持稳定,289个边境自然村全部直接通邮,快递服务持续向村一级延伸。

产业融合更加紧密,行业不断深化与广西农业、制造业、商贸业融合发展,助力商品物资有序集散、高效配置、价值增值。既满足了百姓消费升级需要,也带动各类广西好货加快走向全国大市场,卖出好价格。“邮政快递+农业”成为金字招牌,年寄递量超千万件、超五百万件的农产品种类分别达7个,广西水果快递让全国人民一年四季都有了甜蜜等待。培育快递服务制造业入库项目29个,其中年寄递量超亿件项目2个,超千万件项目3个。

服务能力不断提升,规模以上分拨中心基本实现自动化,移动互联、物联网、云计算、大数据等新技术广泛应用,无人仓、无人车、无人机加快推广,需求预测、路径规划、仓管调度、安全检查等场景加速AI化,行业加速从劳动密集型向技术密集型转变。持续深化绿色生产方式转型,电子运单和中转环节循环包装实现全覆盖,新能源和清洁能源车应用规模不断扩大。

行业改革纵深推进,新修订的《快递暂行条例》《快递市场管理办法》及安全应急、智慧绿色等标准全面落实。监管信息化水平持续提升,“高效办成一件事”深化落实。

“十五五”时期,广西邮政业将聚焦促进高质量发展和高效能治理,注重提升农村寄递、国际寄递和产业支撑等3个方面能力水平,进一步深化行业改革发展,更好地服务广西经济社会。

□ 全媒体记者 杨瑾 通讯员 李辉 曾蔚吾