

五金产业转型升级进行时

永康企业赴宁波探寻出海新打法
聚焦 三大主题 拓展国际视野

日前,永康企业国际化能力提升高级研修班第8次课程在宁波举行。本次课程聚焦澳大利亚市场机遇、AI技术赋能与全链条服务出海三大主题,40余位来自五金材料、电动工具、门业等五金产业的企业家和高管参与。

两天时间里,学员走进宁波这座拥有世界级港口和完备外贸生态的开放前沿城市,通过课堂授课、实地参访和互动交流,享受了一场关于国际化路径与数字化转型的知识盛宴。



学员们走进中基惠通

从 要不要用到 怎么用好

研修班第二日,阿里巴巴国际站金华特区负责人马骏锋带来《AI时代下外贸企业的机遇挑战和破局之道》的前沿分享。这堂课的核心观点是 AI不是选择题,而是必答题。当AI智能体能够自主完成从搜索、对比、筛选到询价的全链路采购流程时,外贸竞争的底层逻辑正在被彻底改写。

马骏锋指出,未来的竞争不再是广告投了多少,而是商品信息能不能被AI读懂、被选中。商品数据的完整度和结构化程度,将成为最核心的竞争要素。他将AI对外贸的赋能分解为五大场景:地推从盲目扫街变为精准狙击;展前自动扫描商圈背景获取情报;展中实时提供报价、认证文件秒级检索;线上B2B运营从人工发品升级为智能发布;社媒营销由AI批量生成多语言内容矩阵,B2C零售实现从选品、视觉到复购的全链路自动化。每个场景都配有具体工具和操作路径。

马骏锋特别强调了AI赋能与AI原生存在本质区别。前者只是在现有流程上嫁接AI工具,效率提升有限;后者则是从组织底层以AI为核心重新设计决策链路,效率可实现5至10倍跃升。他以Anthropic(美国头部人工智能企业)为例,1200人之所以能够创造140亿美元市值,正是因为每一个工作流程都围绕AI原生设计。

传统外贸面临的五大挑战:流量成本攀升、询盘响应速度、人才瓶颈、信息质量和竞争升维,每一个都能通过AI找到破解方案,关键在于企业要迈出数据化的第一步。未来企业的竞争,本质上将是组织进化速度的竞争。

马骏锋在课上给出了使用AI的具体路径:中小外贸企业优先选择国产垂直代理工具,开箱即用,兼顾便利性、效果、安全与性价比,先免费试用跑通核心场景,再逐步扩容。

浙江合达铝业有限公司总经理吴斌说:课程收获很大,首先是明确AI运用的必要性。老师讲的其实不是在考虑它能不能用、要不要用,而是一定要,以及怎么用、如何用好它。吴斌的感想带着企业家特有的务实:AI会使公司管理和销售效率指数级提高,原来10个人才能做的事,现在可能只要一个人就能做好,有些人甚至能创造出百倍千倍的价值。

澳洲市场的 真机遇 与 高门槛

研修班首日,ABS澳大利亚商业服务机构CEO、大洋洲工商业委员会(OBAI)商业服务分会秘书长赵松亮带来《永康五金产业进入澳大利亚市场的机遇与路径》专题授课。这堂课的含金量在于,它既讲清为什么是澳洲,更剖析了为什么很多企业进不去澳洲。

赵松亮从人均GDP、时薪水平和消费结构等维度,勾勒出澳洲“三高”社会的轮廓:高收入、高物价、高消费。数据显示,2025年澳洲人均GDP远超欧洲多数国家,居民消费力强劲。与此同时,联邦政府120万套住宅建造计划、2420亿澳元公共基础设施管道以及能源转型与绿色建造政策,为永康的五金建材、电动工具和防盗门等产品打开了需求窗口。叠加《中澳自由贸易协定》对相关产品实施零关税、澳洲电商市场年增12%、DIY文化全球领先,这些利好因素叠

加,让澳洲成为永康企业出海不可忽视的战略要地。

但机遇的另一面是高门槛。赵松亮将准入难点归纳为认证合规天堑、渠道高度垄断、法律责任无底洞、代工思维脱节四大挑战。CE认证在澳洲完全无效,所有电器产品必须走AS/NZS独立认证体系并完成RCM注册;Bunnings(澳大利亚五金建材家居零售巨头)占据DIY渠道约7成份额,新供应商审核周期长达半年至一年,首批铺货压货需15万澳元至50万澳元,且60天至90天账期、滞销品全额回购等条款极为严苛;澳洲消费者法极强保护,一旦出现质量瑕疵,零售商可将损失100%反扣厂家。这些“看不见的墙”,恰恰是很多企业出海折戟的根本原因。

更需要警醒的是认证背后的隐形风险。单一型号认证费虽在几千元至

几万澳元不等,但SKU乘数效应使品类铺开后的费用成倍翻滚,测试不通过则需整改后重新排队再测;RCM证书必须挂在澳洲本地实体名下,若由经销商代持,一旦渠道更换证书即告作废。赵松亮建议自建澳洲私人有限公司,成本仅需两三千澳元,却能永久持有认证主权和品牌资产,避免被渠道绑架。

浙江煌泰厨具有限公司总经理应铭对此感受尤为真切。该公司2016年开始开拓海外市场,产品远销欧美、澳大利亚和东南亚等地。虽然目前市场仍集中在美国和欧洲,但该公司发现澳洲市场的增长潜力不容忽视。当地烤盘市场预计以7.1%的年复合增长率增长,增速相当可观。听完课程后,应铭有了清晰的思路:继续深耕澳洲市场的话,我们应该去搭建一个独立站,做出自己的自有品牌,而不是继续走贴牌之路。

从 单打独斗 到 生态协同

第一天的课程解决的是“去哪里”和“怎么合规”的问题,实地参访则回答了“怎么借力”。

学员们首先走进宁波中基惠通集团股份有限公司。这家综合型外贸服务企业依托集团近40年外贸经验,服务客户超1万家、合作工厂超7万家,2025年出口总额达19.23亿美元。总裁应秀珍被誉为“宁波外贸的常青树”,从业40余年间连续参加60多届广交会。她创立的“互联网+外贸+物流+金融+跨境电商+海外仓”一体化平台,让中小微企业能通过共享方式获得通关、物流、金融和海外营销等专业服务。

分享环节,应秀珍以《平台创造价值 打造多方共赢生态圈》为主题,用大量实操案例展示了平台如何赋能中小企业降本增效。她特别强调,外贸综合服务平台的核心价值不只是“省

事”,更是“避险”。合规审查、汇率波动和客户信用风险等,都能通过平台的专业运作得到有效管控。对永康大量中小企业而言,与其自己摸索海外建仓、本地客服等高成本环节,不如借助成熟平台的通道先“走出去”,再“走稳”。多位企业家在现场就海外仓共享和融资服务等与中基团队展开深入交流。

如果说中基惠通解决的是“服务”问题,那么浙江省海港投资运营集团有限公司和宁波舟山港梅山港区解决的则是“通道”与“效率”问题。

在浙江省海港集团总部,学员们参观了展厅和生产调度中心,了解到宁波舟山港2025年完成货物吞吐量14.32亿吨,连续17年位居全球第一;完成集装箱吞吐量4387.2万标箱,稳居全球第三;航线超300条,辐射全球200多个国家和地区,700多

个港口。这座世界级大港,不仅是物流枢纽,更是浙江制造走向全球的关键节点。

在梅山港区,学员们登上观光平台俯瞰自动化码头作业,远控桥吊和龙门吊高效运转的景象令人印象深刻。港区以“一脑统领、一网覆盖、一链作业、一管治控”的创新模式推进智慧化升级。2025年,梅山港区集装箱吞吐量达1319.7万标箱,成为集团第二个“千万箱级”单体码头。这种以数字化重塑传统作业流程的思路,与永康五金产业正在经历的智能制造转型异曲同工,都是通过技术手段打破效率天花板,用系统思维替代碎片化改进。

永康企业家们深受启发:在推进生产端精益制造的同时,也要关注供应链端的数字化协同,思考如何利用数据和算法优化排产、库存和交付。

