

温岭企业境外裂变 乘风出海点亮世界版图



本报记者 赵碧莹

随着国际市场竞争的加剧以及中国制造成本的不断上升，考虑到物流、贸易保护等原因，企业 走出去 是必然要考虑的选项。 经过 20 年的发展，利欧的海外市场网络已经覆盖全世界 140 多个国家和地区。 未来，我们所要考虑的就是如何提高海外市场的占有率，进一步打开自有品牌的知名度，在海外设立销售公司或者工厂，就是深入这些市场的一种方式。 利欧集团营销总监徐凯峰告诉记者，从 2015 年开始，利欧已经陆续在阿联酋、美国、泰国、孟加拉、印尼等多个国家设立了境外销售公司和工厂，最近还将目光投向了印度、巴西等市场。

不单单是利欧，这几年，温岭人越发明显地意识到脚下土地涌动的变化，眼前世界发生的变化，因此，越来越多的企业家走出温岭，通过并购带动、设立海外仓库等方式，不断点亮世界版图，将温岭话带到世界各个角落。截至目前，我市境外商业机构超 1000 家，其中经审批境外企业 189 家，分布在 38 个国家和地区，从业人数超 3 万人，累计批准中方投资额 3.2 亿美元。其中去年新增境外投资项目 8 个；中方投资总额 2457 万美元。

富岭自动化注塑车间。

敢做 出海者，以 走出去 带动 销出去

去年下半年，台州富岭塑胶有限公司开始在墨西哥蒙特莱市建立生产基地。董事长江桂兰对此表示，在墨西哥建厂，可以降低劳动力成本、运输成本，加快产品交付速度，而且《美国-墨西哥-加拿大协定》对符合条件的产品实施零关税。这和她 2014 年在美国宾夕法尼亚州 Allentown 市设立首个生产基地的目的如出一辙。

我们当时在美国设厂，还引起了不小的轰动。 富岭塑胶副总经理胡乾曾在接受采访时表示， 这几年，很多美国人已经不再办厂了，在我们身边就有很多客户以前是一边自己生产，一边采购销售的，如今已经不再自己生产，所以我们那时候办厂，他们都吓了一大跳。

而富岭塑胶之所以选择在美国办厂，主要是因为富岭出口美国的餐具套装、吸管等产品体积庞大，但销售价格不高，每年的运输成本又非常高，一个集装箱

运费就占了成本的 10%~30%，为了减少这一部分支出，因此决定在美国当地建生产分公司。 把一些制造环节转移到消费国，扩大生产规模和营销网络建设，让产品离市场更近，更贴近消费者，对于提升企业品牌效应，提高产品竞争力，有着深远的意义。

我们还有一个宏大的理想版图，在中国从事产品和自动化设备的研发、技术和管理人才的培养，把生产基地建到全世界有市场的国家和地区，只要条件成熟，还会建第二家、第三家工厂。 江桂兰称。

除了建生产工厂，这几年富岭塑胶还在美国高薪聘请业内优秀的销售人才，并先后设立了 3 家销售公司，同时在美国的新泽西州、洛杉矶和加拿大的温哥华、多伦多设立仓库，建立了完整的配送体系，将中国生产的产品直接销售给终端客户。

在国外设立加工厂或者海外

仓库，富岭塑胶不是温岭唯一一家企业。

大江实业于 2009 年在美国成立了一家子公司，主要经营气动工具、空压机、喷枪及类似器具等相关产品的贸易进出口。 以前，国际市场的品牌产品基本都被欧美国家把控，中国企业创造的自主品牌在这些市场上很难叫得响亮。 董事长杨明军说， 为了打开美国市场，我们直接在美国成立了这家公司，投入了几千万元，冒了很大风险，走过很多弯路，运营了 10 年，才把美国的公司规范了起来，被美国市场接受。

因为这 10 年努力，大江的品牌在其他高端品牌垄断的市场里走出了一条自己的路。 我们自主打造的 freeman、numax 两个品牌如今和沃尔玛、亚马逊还有行业内的多家知名公司都有合作。 杨明军骄傲地说，亚马逊上有 6.9 万多个同类产品在售，这其中包括全球各类知名品牌。

亚马逊的用户每个月都会有一个 TOP10 产品的评比，而每次大江实业都有 1~3 个产品名列其中。

利欧集团同样深耕有发展潜力的市场，在美国、俄罗斯、迪拜、印尼、泰国、匈牙利、孟加拉及中国香港等地设立子公司，辐射各国市场，构建全球化营销网络，2018 年公司实现出口额 9.97 亿元，同比增长 4.54%。

这几年，温岭不少企业都在依托制造业优势，通过境外营销网络建设，以 走出去 带动 销出去，充分发挥境外贸易公司、办事处等机构信息灵、市场熟、联系快的优势，架起产品进入国际市场的 跳板， 每年直接带动出口超 10 亿美元。 市商务局相关负责人告诉记者，截至目前，我市共批准设立境外营销机构 153 家，约占境外投资项目总数的 80.95%，初步建立起遍及世界各大洲及重要贸易地区的国际市场营销网络。



富岭塑胶董事长江桂兰（右二）陪同美国宾夕法尼亚州副州长 Mike Stack（左二）参观富岭美国宾州工厂。

遗失声明

以下原农村土地承包经营权证遗失，声明作废。

乡镇	村	组	原户主姓名	原农村土地承包经营权证号码	电话	备注
松门镇	小交陈	1	周富财	332623199383	13600586039	
	小交陈	2	赵春福	332623199402	13958698657	
	小交陈	2	江春玲	332623199415	13586278825	
	小交陈	3	曾志缘	332623199437	15967629564	
	小交陈	3	曾 雷	332623199440	18968577090	
	小交陈	4	曾春法	332623199460	15257608845	
	小交陈	4	曾福顺	332623199464	15157613445	
	小交陈	4	曾冬生	332623199466	13606679180	已故
	小交陈	4	曾青春	332623199467	13516864858	
	小交陈	5	徐军清	332623199480	13456411936	
	小交陈	5	潘玲根	332623199481	13106000177	
	小交陈	5	徐夏友	332623199489	15867051046	
	小交陈	6	翁夏明	332623199505	15857676599	
	小交陈	6	翁夏富	332623199506	15958648728	
	小交陈	8	江志根	332623199542	15825493439	
	小交陈	8	江志财	332623199543	13989646198	
	小交陈	9	朱玉琴	332623199579	18805688108	
	小交陈	12	张增福	332623199669	13736261182	
	小交陈	15	江新友	332623199728	13058710957	
	小交陈	15	江芒发	332623199730	13867680884	
箬横镇	小交陈	15	江金根	332623199732	13968446961	
	小交陈	15	江贤德	332623199734	/	已故
	小交陈	15	江夏平	332623199739	13738658778	
	小交陈	17	徐五头	332623199787	13606136443	已故
	大交陈	1	薛则林	332623196081	13858684824	
	大交陈	1	陈夫林	332623196092	13456433395	
	大交陈	1	林梅依	332623196080	15067630770	
	大交陈	2	林青富	332623196112	13777630870	
	大交陈	3	骆池方	332623196130	13958678382	
	大交陈	4	葛复生	332623196153	18258601873	
	大交陈	5	江国富	332623196181	13456631430	
	大交陈	5	江宝冬	332623196171	13122217152	
	大交陈	5	陈新荣	332623196188	15868630832	
	大交陈	6	林德生	332623196197	13858643969	
	大交陈	6	林大相	332623196196	17769957747	
	大交陈	6	江方云	332623196193	15558095817	
	大交陈	6	江方军	332623196202	13306563876	
	大交陈	6	林夫友	332623196195	18072576852	
	大交陈	9	林兴法	332623196257	15057265438	
	大交陈	9	张小生	332623196253	86651257	
	大交陈	9	王阿富	332623196250	15888539383	
	大交陈	9	张宝友	332623196261	13656590603	
	大交陈	13	莫小春	332623196310	13634096901	
	大交陈	13	莫福来	332623196318	13858637142	
	大交陈	13	陈小春	332623196304	13736279145	
	大交陈	13	莫崇福	332623196317	13967654633	
	大交陈	14	莫冬夫	332623196328	15867640657	
	大交陈	15	李春法	332623196358	13175393853	
	大交陈	15	江阿春	332623196334	18697164596	
	大交陈	15	李春荣	332623196346	13086293429	
	大交陈	16	江小生	332623196380	15068603181	
	大交陈	16	郑定洪	332623196384	13456446801	
	大交陈	17	江富生	332623196387	13736696962	
	大交陈	18	莫国松	332623196401	15167619131	
	大交陈	20	潘正法	332623196436	15988943540	
箬横镇	湾张存	/	张文辉	D3310810012728	13958616353	

正实现跨国收购欧洲企业的第一家。

此后，万邦德、新界等一批行业龙头企业纷纷跟进。万邦德医疗科技有限公司在南非约翰内斯堡一次性投资 2381 万美元，并购成立南非安兰医疗有限公司；新界泵业集团股份有限公司投资 862.5 万美元，并购了德国知名水泵家族企业 WITA。

在国际水泵行业，德国的 WITA 公司颇有名气，它拥有近 55 年的技术沉淀和先进制造经验，有着全球顶尖的循环泵核心零部件制造工艺和生产经验，其循环泵以可靠、静音、高品质立足全球高端水泵研发和制造领域。WITA 在欧洲销售的产品及定价与欧美其他一流品牌处于同一水平线，在德国和波兰均有较好的市场口碑。

新界泵业集团股份有限公司

相关负责人表示，收购 WITA 后，公司就可以从市场开发、新产品开发两个方面同时发力，借助德国这个作为面向欧美发达国家的服务窗口，充分利用其销售网络和品牌的竞争优势，加快推进新界品牌国际化战略步伐，进一步拓展欧洲及全球市场，为公司开拓新的利润增长点。

而万邦德在非洲市场的布局故事也是值得津津乐道的。

在国际收购市场上，钱并不是万能的。万邦德董事长赵守明对此感触颇深，他最开始与企业进行收购谈判的时候，对方总是戴着有色眼镜看中国企业。 其中一个老总 28 年前曾在西门子中国当过 3 年销售负责人，对中国的印象就一直停留在 28 年前。 赵守明说， 你们把技术拿走了怎么办？ 未来打算怎么发展？ 第一轮谈判时，问完这两个问题，

对方就高傲地离开了谈判桌，几乎不愿意给中国企业机会。他们总觉得我们只是有钱，等买了技术就会拍拍屁股走人。

如何改变这种刻板印象呢？眼见为实！第一轮谈判刚结束，赵守明便邀请他们到中国看看。在一个星期时间里，他们从上海到温岭再到北京。 当他们看到，我们这么一家在小城市落脚的企业也拥有全新的自动化装备时，他们的观念马上就变了。 赵守明说，离开中国前，那位前西门子中国销售负责人更是屡屡竖起大拇指感叹：中国真了不起！

在这以后，谈判桌上的进度像是按下了快进键。 他们相信中国企业有实力，也有未来。世人对中国观念的改变，是通过一个个中国人的 走出去 和一家家中国企业的 乘风出海，逐步实现的。

引进技术品牌， 反哺 企业促裂变

中国高端骨科植入器械市场长期被进口产品垄断的局面将被打破，国产的人工关节替代进口的，患者的负担将得到减轻。

不仅将项目 引进来，更多的温岭企业通过并购等方式，将技术和品牌 引进来， 反哺 自身，从而大大提高企业在国际市场的竞争力。

2018 年年初，浙江洛森压缩机有限公司并购多年代工的合作伙伴德国 IDE 压缩机有限公司，希望通过收购 IDE 商标，快速提升国际市场占有率。 我们的市场大多在国内，这几年开始筹谋产品出口，但是我们的品牌在国际市场上竞争力比较弱，所以我们想到了收购海外公司。 洛森压缩机相关负责人告诉记者，他们想要借助享有 德国制造商认证 的 IDE

在压缩机行业 老字号 的地位，以提升浙江洛森压缩机有限公司的知名度，拓展欧洲市场，实现浙江洛森压缩机的 跳级。

而北平机床更是在 2008 年就动起了通过并购提升技术的脑筋。

那时候，董事长虞荣华得知成立于 1919 年的施耐亚机床有限公司（以下简称 施耐亚）有较强的科研团队，磨床制造水平在装备制造业技术较高的德国处于前列，而其管理者面临无人接替的现状。 我就想着与其千方百计与欧美公司合作，学习先进技术，不如直接当他们的老板。 随后，虞荣华多次赴德国进行并购谈判， 因为我们两家公司的发展理念比较接近，再加上我们公司此前在市场上打出的

知名度，让施耐亚对我们比较信任，最后成功达成并购意向。

2014 年，北平机床开始准备收购施耐亚，北平将这场收购解释为双向选择， 我们看中了德国企业先进的技术和严谨的管理制度，他们看中了我们的创新能力、中国的市场需求和北平的品牌知名度。

在收购的过程中，施耐亚在国际市场上的品牌优势以及管理经验 and 先进设备，让北平机床快速成长了起来。这些年，北平机床每年都会投入产值的 10% 去研发新产品，使得技术接近德国等先进制造业国家的水平。如今，北平机床的产品在市场上能卖到 100 万元~200 万元一台。 之所以能卖到这么高的价格，就是因为高端技术带动了高附加值。 虞荣华说。

记者手记

升级出海模式，融入全球市场

本报记者 赵碧莹

民营经济是温岭最大的发展底牌，活力是温岭经济最亮的发展特色。在波澜壮阔的现代化进程中，温岭一直是公认的 改革模范生。36 年前，温岭成立全国第一家股份合作制企业，这一 敢为天下先 的举动，拉开了温岭融入全球经济体系的历史大幕。30 多年来，温岭在股份合作制的基础上不断激发市场活力，引领民营经济实现跨越式发展，见证了钱江摩托、利欧、新界、大元等一批企业不断升级出海模式，加快对接配置全球高端资源，在深化、开拓领域中积极寻找国际合作的优势结合点，打通中外企业对接合作的快速通道。

尤其是随着加入全球化大潮的企业越来越多，全球竞争愈趋激烈，如何深挖红利、抢占先机成为温岭企业这几年一直在思考的重要命题。而温岭制造也用务实的行动给出了解题新思路。

面对全球新一轮技术革命的兴起，面对国际大环境不确定因素的增多，面对各类风险的加剧，温岭企业家以挑战为机遇，通过勤修内功、持续创新，不断实现自我核心竞争力的升级，提升面对国际竞争的底气 和抗压性。就拿跨国并购来说，从当年的 追逐者 变为如今的 买主，这样的逆袭这几年在温岭多家企业不断上演。而一家家民企 走出

去，带回来的不仅是海外市场，还有观念、技术、管理方式等对自身的不断 反哺，这些都是温岭企业推动全球合作质量、效率双优化的创新之举。

温岭企业家是大胆的，同时也是理性的。 越是压力大，越不能着急，越不能盲目，越要理性分析到底该去哪里，该怎么去。 有企业家如是对记者说。在跨国投资的计划里，他小心翼翼，汇总多路信息，在不少企业都选择东南亚等国家进行投资时，他清醒地知道，国内依然是最适合发展制造业的地方。 在东南亚国家，配套产业链不齐全的因素一定会大大影响投资于当地的企业的发展，会让企业跟不上市场的反应速度。同时，当地人工虽便宜，可工作效率还是比不过中国的工人，生产成本未必会低。

就像这位企业家一样，对于每一家企业而言，一旦决策便是真金白银的投资，一旦决定走出去，那便是关乎生死存亡的抉择。在采访中，我们欣喜地看到，经历了全球市场的锤炼，温岭不少企业家都已然成为优秀的政策解读者，对国际局势洞若观火，开始主动适应各国法律法规与风俗人情，分析和规避各种可能的风险。理性成为了温岭企业家 走出去 闯荡过后收获的馈赠，而同时不畏风险的韧性和依然澎湃的创新活力则成了他们借力全球创新资源迈向 质造的底气所在。