



【新闻提示】

“出海”已成为中国企业转型升级和全球化发展的方向。近年来，沿着西部陆海新通道，黔西南州围绕立足贵州面向东南亚、南亚对外开放节点城市的定位，以开放促改革、促发展，凭借通道优势赋能外贸发展。从茶叶到苗药，从稀有金属到新材料，黔西南的“新丝绸之路”正在延展，让深山的馈赠触达世界，让世界的目光看见贵州。本报记者深入黔西南各地，透过一个个生产现场、一张张产品订单，感受外贸蓬勃而上的步伐，探寻逆风稳舵的密码。



贵州苗药出口产品“纳络贴”。贵州日报天眼新闻记者 祝庆庆 摄

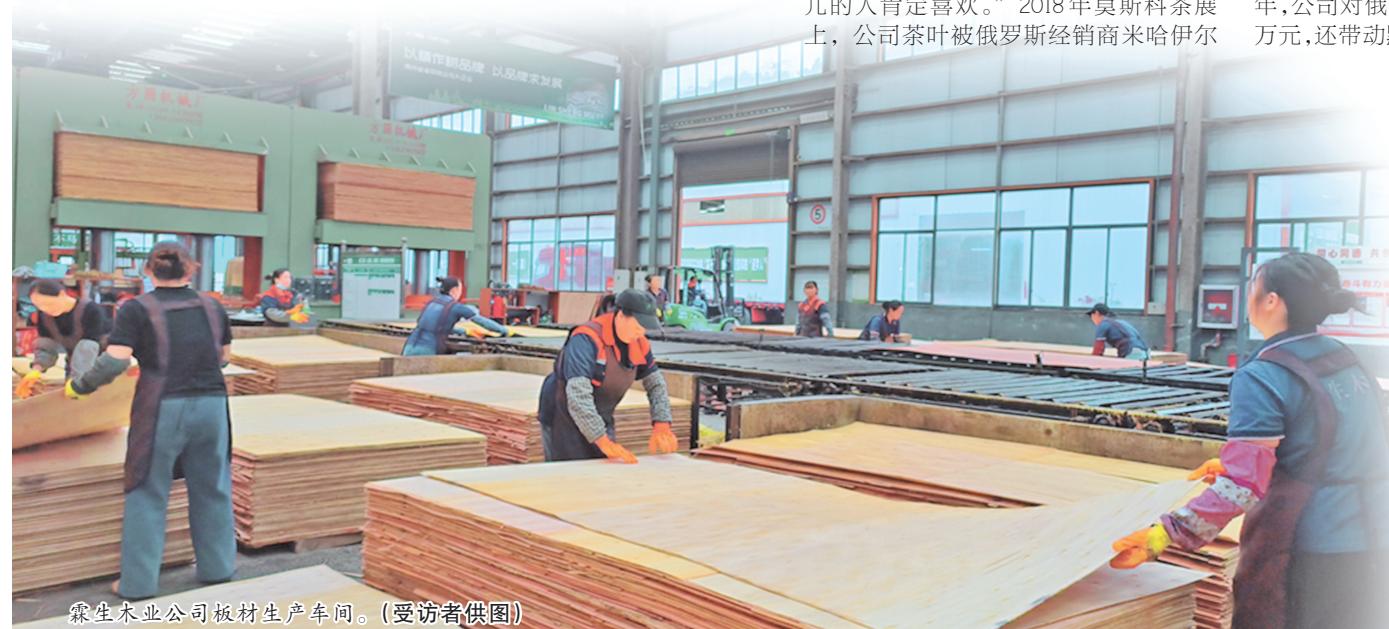
“今年收成不错，8亩地估计能收2000斤左右。”11月中旬，黔西南州兴仁市大普村，农户冉廷武手起镰落，成捆的薏仁米被整齐码放，几小时后，这些带着露珠的谷物出现在1公里外的加工车间。

“早上收割，下午进厂。”贵州兴仁薏仁米产业有限公司总经理刘玉亮道出锁鲜秘诀：第一时间采收，24小时内送达工厂，仿生态物理烘干，60多道工序以药品级标准生产薏仁米食品。公司建立5G智能化管控平台，随时查看种植销售各项指标数据。2024年，公司薏苡种植还获得GMP认证，全链条保障产品品质。

凭借深加工，兴仁薏仁米走向全国乃至国际市场，身价一路攀升。公司质量首席官周佩文介绍，兴仁薏仁米远销韩国、日本、英国等国家。11月5日出口40吨薏仁米至日本，11月底前还有100多吨正在排单生产。

作为全球最大的薏仁米集散中心，兴仁市构建起“原料进口—精深加工—产品输出”的产业链布局，薏仁米产量、销售额、贸易量等均居全国第一，占据全球70%以上的市场份额。当地162家薏仁米加工企业，突破技术瓶颈，开发出固体饮料、药膳包、化妆品等系列产品，不断填补市场空白。

“兴仁正打造国家级现代农业产业园，未来出口产品更加利好。”刘玉亮表示，公司将持续推动产品提质、品牌提升，让薏仁米产品走向“世界餐桌”。



霖生木业公司板材生产车间。(受访者供图)

「黔西南制造」的出海拼图



精加工木纹石跨境热销

贵州日报天眼新闻记者 方林

11月13日，黔西南州安龙石材产业园区，贵州木纹石材开发公司生产车间，工人正加紧对石材荒料进行加工。灯光下，刚刚打磨好的木纹石板散发出细腻光泽，其纹理如溪流蜿蜒。

“这批货这几天将陆续装车发运，通过厦门的港口中转发往迪拜。”公司市场营销部副主任陈松介绍，该批石材订单量达1万余平方米，主要用于高端住宅的外墙装饰。

“以前卖荒料按吨卖，现在精加工后按平方米卖。”陈松说，通过跨境电商平台，公司直接对接海外设计师，开拓更多外贸市场。公司的白木纹、灰木纹、水墨云辉等产品很受海外客户欢迎，产品销

售覆盖欧美、中东、东南亚等地区，公司今年产值预计可达2500万元。

作为全球木纹石主产地，安龙县木纹石探明储量超1亿立方米，占世界总储量的80%以上，是我国出口量最大的石材单品。安龙7家规上石材企业所生产的大板、规格板、马赛克、文化石等产品，远销北美洲、大洋洲、欧洲、中东、日本、韩国等20多个国家和地区。

“我们将积极参与国际展会，拓展国际市场。”陈松说，目前，公司主要通过跨境电商平台进行海外合作，往后将加强外贸人才培养、丰富石材产品形态、提升服务质量等方式扩大海外市场贸易规模。

创新箱包拿国际奖项揽外商订单

贵州日报天眼新闻记者 唐波

11月14日，黔西南州普安县才华实业有限公司生产车间，机器嗡声与针线穿过布料的沙沙声交织作响，一个个时尚箱包在上百名工人的手中诞生。再过几天，这批箱包产品将乘坐远洋货轮，中欧班列，出现在美国、英国、韩国等10多个国家的货架上。

“目前，我们在黔西南8个县（市）建立了12个就业车间，有12条箱包生产线，月产能拉杆箱和双肩包、休闲包几万个，出口贸易占比50%。”该公司生产经理李琴介绍，每款产品均由东莞研发部提供精准样板和色卡，从原料检测到成品出厂，历经30多道工序。再加上班长长实时指导，质检员流动巡检、专业团队二次抽检的多重把关，让深

山制造拥有了比肩国际的过硬品质。

严格的品控换来了市场认可。2015年，公司产品通过美国Target公司严苛质检，成为其主要供货商之一。如今，雅诗诗兰黛旗下品牌、星巴克、施华洛世奇等10多个国际知名品牌纷纷抛来橄榄枝。

该公司组建专业研发团队，陆续投产指纹解锁公文包、光伏充电背包等产品，以持续创新筑牢产品竞争力。值得一提的是，指纹解锁公文包凭借亮眼设计斩获2025年德国iF设计奖，从72个国家的超7000件作品里脱颖而出。

李琴说，今年公司发展势头强劲，前三季度净利润同比增长3194%，订单也排到了年底。该公司2024年生产手袋520万个，实现产值1.56亿元，出口创汇8800万元。

小包装茶香飘俄罗斯

贵州日报天眼新闻记者 唐波

11月14日，贵州习普生物科技有限公司生产车间，工人们正将小包装茶叶装入印着俄文的包装盒。这些带着异域风情的小包装茶，已成俄罗斯市场热销品。

2017年，深耕茶叶进出口贸易20多年的湖南人唐春萍，带着团队在普安县成立习普生物公司。她说：“这么好的茶，不能只‘闷’在大山里，得让外面的人也尝尝咱普安的味道。”

企业刚扎根，机遇也悄然降临。“这茶味道纯，有股天然清香，我们那儿的人肯定喜欢。”2018年莫斯科茶展上，公司茶叶被俄罗斯经销商米哈伊尔

一眼相中，就此打开俄罗斯销路。

为贴合俄罗斯消费者口味，公司特意研发奶香乌龙茶，采用便携小包装设计。“俄罗斯人爱喝带奶香的茶，小包装也适合日常携带。”公司技术负责人刘小清说，通过分拣机精准分离枝丫杂物，再人工二次筛选，确保每一片都达标。

随着市场深耕，普安茶在俄罗斯的销路愈发宽广。线上入驻当地主流电商平台，线下闯进连锁超市，5530个销售网点遍布俄罗斯16个百万人口城市。去年，公司对俄出口茶叶483吨，创汇3939万元，还带动黔西南多家茶企一起出海。

品牌板材打入东南亚市场

贵州日报天眼新闻记者 杨诗雨

11月13日，黔西南州兴义市，贵州省霖生木业有限公司生产车间，一批印着“霖之星”的板材装车完毕，将沿西部陆海新通道运往越南海防港，开启跨越山海之旅。

一年前，该公司还在为外贸发愁。“紧跟市场快速调整策略，才能抓住机遇。”公司董事长桂保益告诉记者，立足自然资源和区位优势，公司将目光瞄准越南、泰国等东南亚市

稀有金属炼成“冠军单品”

贵州日报天眼新闻记者 支太霖

11月13日，稀美资源（贵州）科技有限公司生产车间内设备高效运转，高纯钽铌、超导铌铌、钽条等产品经过精密加工后，从这里走向全国乃至世界。

“车间24小时满负荷运转，订单已排到2个月以后。”公司总经理兰玮峰介绍，公司的钽、铌产品包括10余个大类100多个细分牌号，是超导材料、半导体靶材、军工合金等高端领域重要材料。

2020年9月，该公司在安龙县投资建设以来，以技术创新为引擎，在新材料产业链赛道上跑出加速度，成为国内最大的超导铌铌产品生产商。今年1月至10月，公司已生产粗金属203.16吨、铌金属92568吨，产能分别居全球第一、第二。

公司拥有33项国内先进钽、铌冶炼工艺的知识产权和生产技术，兰玮峰说：“今年以来，公司还投入3000万元打造8个科技创新项目，推动铌镁合金、低氧铌粉等产品走在行业前列。”

凭借技术优势与产能扩张，该公司“以销定产”模式以快速响应能力和定制化服务赢得市场认可，产品远销欧美、日本、印度等国家和地区。

今年，公司钽、铌金属产能预计可达1135吨、产值10亿元，其中出口额达26亿元，占总营收的25%。兰玮峰说：“明年新的生产线建成投产后，年产能将提升至1200吨，年产值预计13亿元。”

轮毂出口额逐年增长

贵州日报天眼新闻记者 方林

巨大的机械臂将银亮的铝合金轮毂毛坯轻放在旋压机上，2分钟后，一只坚固轻便的汽车轮毂便被旋压成型……11月14日，位于兴仁巴铃重工区的贵州龙凯科技有限公司生产车间内一片火热。

“这批货是发往乌兹别克斯坦的。”公司销售部经理梁松指着一辆从车间外驶过的运输车说，公司海外市场包括美国、南非、中东、东南亚等20多个国家和地区，仅南非市场每年销量就有约3万只。

作为省级专精特新中小企业，该公司持续加大技术创新投入力度，生产的轮毂广受海外客户好评。去年，公司成功将重力风冷模具改造为重力水冷模具，极大缩短了轮毂制作周期，在提高生产效率的同时，也保证了产品质量。公司技术总工蒋迎春表示：“产品效率和品质双提升，帮助企业海外市场中站稳了脚跟。”

数据显示，该公司2023年出口轮毂7万余只，出口额超2100万元；2024年出口轮毂11万只，出口额超3000万元。逐年增长的出口额，来源于公司多年在海外市场的耕耘。梁松告诉记者，今年上半年公司已销售轮毂近30万只，产值约7000万元，其中外贸业务占比约20%。

“随着生产线的升级，相信明年在海外市场上一定会有更多突破。”梁松说，公司将继续聚集专精特新品牌建设，结合客户反馈，升级生产工艺、提升车间自动化水平，进一步提升产品精度。

4成苗药“贴”海外

贵州日报天眼新闻记者 祝庆庆

11月15日，黔西南州兴义市，贵州苗药药业有限公司生产车间内，姜黄、艾草等草本的醇厚药香漫过流水线，工人指尖流转间，药材便化作片片精致的“纳络贴”，随即打包等待出海。

“今年以来，公司出口创汇超过1000万元，6个产品远销俄罗斯、英国等国家。”该公司副总经理陈世忠介绍，2008年，公司研发的远红外腰痛贴进入北京市场后迅速赢得消费者青睐，也吸引了英国品牌H&B的关注并达成合作。双方随后在俄罗斯开展“纳络贴”的临床试验，2009年取得俄罗斯注册批件并上市，进入俄罗斯95%的药店。

自开启出海征程以来，贵州苗药“纳

络贴”累计出口量稳居贵州省苗药膏贴剂出口创汇企业的龙头。

产品远销海外源于品质。作为集苗药药材种植、研发、生产、销售、体验于一体的全产业链企业，苗药药业加码研发投入，继出口“纳络贴”后，又针对海外市场，结合苗药传统技术，研发出“纳络膏”。2024年3月首批“纳络膏”正式投向国外，当年共投向国外市场约10万支。

“北美、东南亚等市场的开拓工作正稳步推进。”陈世忠说，目前公司出口业务占比30%至40%，在稳固俄罗斯、英国等现有市场的同时，企业的“国际朋友圈”仍在不断扩大。

持，让企业自主品牌“霖之星”打入东南亚市场。今年3月31日，霖生木业与越南Panex公司举行战略合作签约仪式，在越南定制家居市场开展深度合作。

“此次签约是开拓东南亚市场的重要转折点。”桂保益说，产品已得到东南亚多家建材商长期采购。

目前，公司将进一步把产品线拓展至面纸、封条等配套产品，为东南亚消费者提供全方位服务。公司正通过与国内外重点企业合作，建立“东盟基地+大湾区中心·黔货出山”供应链，争取年输送10万立方米以上杉木板材。