

直接触达消费者,开创“客户主动找上门”的全新获客逻辑

借助海外社交媒体,这些制造业企业开辟第二增长曲线

本报记者 裴龙翔

6条几十秒的产品应用视频,在海外社交平台迅速收获超6000个“红心”和1800多名粉丝,其中一条短视频,浏览量突破了23万,后台还有来自尼日利亚、喀麦隆、俄罗斯等国家的客户询问,联系方式留了100多个。上海广付彩钢结构负责人李小虎本以为出海要跨过重重阻碍,没想到在专业机构的帮助下,一次低成本的尝试让他打开了新天地。

有了社交平台的东风,长三角制造业企业出海有了哪些新变化、新机遇?近日,《工人日报》记者进行了深入采访。

线上突围

地处浙江嘉兴的一家钢铁企业,在老一辈的操作下,已在薄钢研发、金属结构制造及彩钢板、卷板、镀锌板、冷轧板等领域有所积淀,在行业内崭露头角。可在更大的市场范围内,仍如晓者寥寥。去年,年轻二代尝试接班,很快就发现了问题所在,“传统线下获客渠道单一、客户覆盖范围有限,这是我们长期面临的瓶颈”。

破局的方法来自社交媒体的尝试,企业布局国内社交平台与海外TikTok等平台,通过差异化定位与运营策略打开局面。“在海外,我们主打源头工厂与产品创新,基于海外用户的关注特性,将薄钢产品应用以场景化、案例化方式呈现。”该企业负责人黄先生表示,“我们管这个叫‘线上突围’,通过专业内容输出和工厂实力展示赢得海外客户信任。”

第二十五届中国国际投资贸易洽谈会在厦门开幕

9月8日,第二十五届中国国际投资贸易洽谈会在福建厦门开幕,超过120个国家和地区的代表团参会。

作为我国唯一以投资为主题的国家级重大展会,大会以“携手中国 投资未来”为主题,展览总面积12万平方米,将举办投资促进活动超过百场,努力打造“投资中国”的标志性展会和双向投资促进的重要服务平台。

新华社记者 魏培全 摄

全国54个城市开通运营城市轨道交通线路331条

本报北京9月8日电(记者甘哲)记者从交通运输部获悉,今年8月,31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团共有54个城市开通运营城市轨道交通线路331条,运营里程11210.7公里,实际开行列车372万列次,完成客运量28.8亿人次,进站量17.1亿人次。

8月份,城市轨道交通客运量环比减少0.4亿人次,降低1.4%,同比增加0.7亿人次,增长2.6%。全国总运营里程的平均客运强度为0.831万人每次公里日,环比降低1.7%,同比降低4.9%。

其中,43个城市开通运营地铁、轻轨线路272条,运营里程9722公里,完成客运量27.9亿人次,进站量16.5亿人次;16个城市开通运营单轨、磁浮、市域快速轨道交通线路25条,运营里程970.7公里,完成客运量7995万人次,进站量5360万人次;18个城市开通运营有轨电车、自动导向轨道线路34条,运营里程518公里,完成客运量1025万人次,进站量970万人次。

8月新增运营里程63.9公里,新增运营线路1条,为宁波地铁7号线;新增运营区段1个,为南京地铁5号线北段。

阅读提示

互联网3.0时代,制造业出海的模式正在被颠覆。传统外贸企业获客依赖“企业主动找客户”的模式,通过国际展会、海外搜索引擎优化、外贸B2B平台等方式,成本高、周期长且精准度低。如今,越来越多的长三角制造业玩起了海外社交媒体,直接触达消费者,开创“客户主动找上门”的全新获客逻辑。

精细化运营、打造人设的理念也在社交媒体运营中逐渐融入企业的思维之中。在国内模式跑通后,江苏无锡的汉鼎不锈钢有限公司于今年6月同步启动海外社交媒体运营,依托成熟经验快速切入国际市场。

该企业负责人潘诚介绍,他们对内容进行了本地化适配:将国内爆款内容转化为多语言版本,针对东南亚市场突出“高性价比不锈钢建材解决方案”,着重宣传专业能力匹配国际客户兴趣点,取得了很好的效果。

实现“全球抢订单”

“路投社出海”负责人刘练表示,传统制造业企业在出海过程中面临获客渠道狭窄的难题,传统外贸依赖国际展会、B2B平台等主动开发模式,成本高、效率低。

如今,短视频+海外社媒营销依托TikTok、YouTube等平台的精准算法,可实现“客户主动找上门”的高效获客。刘练补充说:“最打动企业的一点在于,前端获客效率高,而后端接单流程、外贸结算等核心环节与传统外贸一致,成为企业出海重要的新选择。”

经验不能只是简单复制

今年4月,上海市经济和信息化委员会等

部门印发《上海市推动工业品跨境电商高质量发展行动方案(2025—2027年)》。其中提出,立足打造国内国际双循环的产业发展生态,聚焦重点产业及细分领域,到2027年,培育一批具备全球布局能力、成长性较强的工业品跨境电商重点企业。

对于已经出海的企业,他们的经验对后来者都尤为宝贵。“相较传统国内外展会、海外代理招商等高昂营销方式,通过发力社交媒体,可以大幅降低营销成本,精准触达国内外两端市场,拓宽销售半径,实现全球客户资源整合。”黄先生表示。

大宗商品往往被认为是最难被搬上互联网的,“汉鼎不锈钢有限公司的转型实践,印证了传统工业品企业通过‘内容专业化+运营精细化’实现线上增长的可行性。”潘诚还特别提到,如果对直接切入海外市场没有信心,可参考其“先国内后海外”的梯度拓展模式,探索尝试大宗商品企业的全球化布局。

上海广付彩钢结构集团公司选择了一站式托管解决方案,视频拍摄剪辑、后台运营维护不用操心,订单敲定后只要负责生产。李小虎认为,在此过程中最重要的是采取因地制宜的营销策略:无论是在国内市场还是海外市场,了解目标客户群体的需求特点、文化背景和市场趋势,制定营销策略,通过内容本地化适配以及精准广告投放,打开市场大门。企业在进行市场拓展时,必须充分考虑不同地区的差异,做到“入乡随俗”,才能提高营销效果和品牌影响力。

2024年我国对外直接投资增长8.4%

对共建“一带一路”国家直接投资增长22.9%

本报北京9月8日电(记者时斓娜)今天,商务部、国家统计局和国家外汇管理局联合发布《2024年度中国对外直接投资统计公报》(以下简称《公报》)。根据《公报》,2024年,中国投资规模继续保持世界前列,对外直接投资流量1922亿美元,比上年增长8.4%,占全球份额的11.9%,较上年提升0.5个百分点,连续13年列全球前三,连续9年占全球份额超过一成。2024年末,中国对外直接投资存量3.14万亿美元,连续8年排名全球前三。

《公报》显示,2024年,中国设立的境外企业覆盖全球超过80%的国家和地区,年度经营状况良好。截至2024年底,中国境内投资者共在全球190个国家和地区设立境外企业5.2万家,其中,在共建“一带一路”国家设立境外企业1.9万家。2024年,境外企业当年收益再投资778.9亿美元,占同期流量的40.5%,七成境外企业盈利或持平。

同时,中国对亚洲、拉丁美洲、欧洲和大洋洲的投资持续增长,对共建“一带一路”国家直接投资增长超两成。2024年,中国对外直接投资近八成流向亚洲,比上年增长8.5%,其中对东盟投资343.6亿美元,增长36.8%。对拉丁美洲、欧洲、大洋洲投资分别增长15.4%、25.3%和113.7%。2024年,对共建“一带一路”国家直接投资509.9亿美元,比上年增长22.9%,占当年对外直接投资流量的26.5%。

发展势头强劲,科技创新效能不断提升

报告显示2024年我国海洋发展稳中提质

本报北京9月8日电(记者杨召奎)今天,国家海洋信息中心和中国海洋发展研究会发布《2025中国海洋发展指数报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,2024年中国海洋发展指数为129.7,比上年增长2.9%,海洋发展稳中提质,海洋强国建设扎实推进,具体呈现六大亮点。

其中包括:海洋经济发展势头强劲,民生保障能力持续提高。2024年经济民生指数为133,比上年增长3.1%。2024年,全国海洋生产总值首次突破10万亿元,比上年增长5.9%,海洋经济稳中向好。海洋新兴产业和海洋制造业保持较快增长,产业结构持续优化。人均海洋水产品占有量比上年增长0.5千克,民生保障水平持续改善。

科技创新效能不断提升。2024年科技创新指数为135.2,比上年增长2.6%。2024年,海洋科技创新投入支撑有力,科技创新平台建设成效显著。海洋领域关键技术装备取得突破,国产首艘自主设计建造的大洋钻探船“梦想”号正式入列,深海重载作业采矿车“开拓二号”在西北太平洋完成4000米级海试。

同时,海洋生态环境状况持续改善,资源开发利用能力进一步提高,高水平对外开放取得新成效,海洋领域综合管理水平稳步提高。

据悉,中国海洋发展指数是对一定时期我国海洋领域经济民生、科技创新、生态环境、资源利用、开放水平、综合管理六个方面发展水平的量化评估,指数以2015年为基期,基期指数值为100。

10月1日起铁路客运将全面使用电子发票

本报北京9月8日电(记者刘静)记者从中国国家铁路集团有限公司(以下简称国铁集团)获悉,全国铁路旅客运输领域将全面使用电子发票,对10月1日起乘车的旅客,不再提供纸质报销凭证,继续提供“行程信息提示单”打印服务,同时增加线下电子发票申请渠道和购票(代办)人开具服务,为老年人、脱网人群等旅客获取电子发票提供便利,旅客购票出行将更加方便快捷。

国铁集团客运部负责人介绍,2024年11月1日起,铁路部门推广全面数字化的电子发票,并将2024年11月1日至2025年9月30日作为过渡期,过渡期内纸质报销凭证、电子发票并行使用。推广使用电子发票以来,系统运行良好,在方便旅客、节约成本、提高管理水平等方面取得积极成效,得到广大旅客认可。

该负责人介绍,按照国家税务总局、财政部、国铁集团联合发布的2024年第8号公告,2025年10月1日起全国铁路客运领域将全面使用电子发票,对10月1日起乘车的旅客不再提供纸质报销凭证,旅客本人在行程结束或者退票、改签业务办理之日起的180日内,可通过铁路12306或车站售票窗口、自动售票机申请开具电子发票。9月30日及以前乘车的旅客,仍可开具纸质报销凭证。纸质报销凭证停用后,铁路部门继续通过铁路12306客户端、手机短信等渠道,向旅客推送电子化行程信息,同时为有需求的旅客提供“行程信息提示单”打印服务,不会影响旅客出行。

我国外贸月度出口、进口连续3个月双增长

据新华社北京9月8日电(记者邹多为 黄翰铭)海关总署8日发布最新外贸数据,从月度走势看,8月份,我国货物贸易进出口总值3.87万亿元,同比增长3.5%,增速虽比7月下降3.2个百分点,但出口2.3万亿元、进口1.57万亿元,同比分别增长4.8%和1.7%,连续3个月实现双增长。

从累计数据看,前8个月,我国进出口29.57万亿元,同比增长3.5%,增速与前7个月增长水平保持一致,较上半年加快0.6个百分点。其中,出口17.61万亿元,增长6.9%,进口11.96万亿元,下降1.2%。

海关总署统计分析司司长吕大良表示,面对严峻复杂的外部环境,我国货物贸易延续平稳增长态势。广大外贸企业不断以高质量供给适应国际市场需求,单月出口连续6个月增长,国内生产消费回升向好带动累计进口增速逐月提高。

具体来看,有竞争力的先进制造产品为外贸稳定增长提供了有力支撑。前8个月,我国出口机电产品10.6万亿元,同比增长9.2%,占出口比重超六成。其中,集成电路和汽车出口增长明显,增速分别达到23.3%和11.9%。此外,前8个月,外贸第一大经营主体——

民营企业进出口16.89万亿元,同比增长7.4%,占我国进出口总值的57.1%,较去年同期提升2.1个百分点。随着民营企业创新活力不断增强,同期,民营企业出口高端装备、生物医药及医疗器械、电子信息产品分别增长25.8%、9.1%、7.7%。

“朋友圈”方面,东盟、欧盟、美国为我国前三大贸易伙伴,前8个月,我国与东盟贸易总值为4.93万亿元,同比增长9.7%,占我国外贸总值的16.7%,对欧盟、美国进出口分别为增长4.3%和下降13.5%。同期,我国对共建“一带一路”国家合计进出口15.3万亿元,增长5.4%。

依托平台企业,推出“跑路赔”解决方案以及“按次核销、剩余可退”的产品

杭州多举措为预付式消费构建“安全网”

本报讯(记者邹佩然 通讯员王智赞)“从前一直不敢报机构的课,害怕动不动就跑路,自己的钱也可能打水漂。现在选了‘安心学’的课程,就不用担心这个问题了,连上课不满意也可以退款。”近日,杭州消费者李女士说。

商家突然卷款跑路,投诉找不到人……因预付式消费“踩坑”的消费者不在少数,让“预付”逐渐与“风险”挂钩。尤其是在教育培训、健身、美容美发、休闲养生、亲子娱乐等领域,消费者预先支付的资金常常难以保障,一旦遭遇经营者失信,不仅经济受损,还严重打击了行业整体的消费信心。

疾正在迎来破解之道。近年来,杭州市大力推进预付式消费监管改革工作,不仅通过制度约束强化企业责任,还依托市场化产品创新提供资金保障,为消费者构建起一张“安全网”。

今年3月,最高人民法院发布审理“预付式消费”民事纠纷案件司法解释,就适用范围、责任主体认定、合同的解释、效力和解除、预付款的返还和赔偿责任、“卷款跑路”的责任,经营者提供其控制证据的责任等问题作出规定。该司法解释于5月1日正式实施。

在司法解释落地的同时,杭州始终坚持“政府+市场”同步推进的原则,推动支持在预

付式消费领域,发展平台经济新场景新模式。与“政府备案+银行存管”的传统模式相比,杭州鼓励相关平台企业主动承担社会责任,在“第三方支付+支付机构+银行信托”的市场调节模式下,纳管的经营主体更多,具有更强灵活性。经营者、消费者之间的每笔资金来去都可以通过平台实时监测和追溯,有效弥补政府监管不足。

今年6月,美团“安心乐生活计划”全国首启盛典在杭州市拱墅区举行,美团平台面向运动健身领域推出“灵活付费、门店跑路、平台赔付”的“跑路赔”解决方案。面向足疗、美发美容美甲以及亲子游乐等多个服务消费领域推出“按次核销、剩余可退”的次卡团购产

品,保障消费者资金安全。目前,杭州共有超6000家商家加入美团“安心乐生活计划”,覆盖率全国最高。

“这种思路就是把线上购物货到付款模式应用到线下预付式消费领域,依托平台和技术确保消费者资金安全。”杭州市市场监管综合检查中心相关负责人表示,杭州推动预付式消费治理,并不是简单地限制预付式消费,而是要在打击违法的同时,积极鼓励合规经营的企业做大做强。为支持商家发展,杭州联合平台为参与合作的商家,提供资源扶持、佣金优惠、专属门店标识以及平台补贴等政策,以此吸引更多消费者光顾门店,形成良性循环。



广州3813户家庭点亮“安居梦”

近日,由中铁城建承建的广州庆盛安置项目C、D地块顺利通过联合竣工验收,为3813户家庭点亮“安居梦”。庆盛安置项目C、D地块位于广州市南沙区,总建筑面积约61.9万平方米,是粤港澳大湾区的重点民生工程。

本报通讯员 何述东 摄