



奋力打造武汉都市圈重要节点城市

睿智公司直播基地，主播正在直播带货。



持续推进产品创新 远销43个国家和地区 汉川童车 跑进出海快车道

文/图 湖北日报全媒体记者 张双双 通讯员 雷振林 李书畅

5月初举行的第135届广交会上，汉川13家童车企业抱团参展，斩获意向订单约1280万美元。

童车，汉川三大外贸支柱产业之一。历经30多年发展，汉川集聚了30余家童车企业，形成较完整的产业链，被誉为“华中童车之都”。

近年来，汉川童车深耕国内市场的同时，持续加大国际市场开拓力度，产品远销43个国家和地区。

去年，33家汉川童车企业出口额达4605万美元，同比增长18.5%。今年1月至4月，汉川童车出口额约2060万美元，同比增长35%。

年年都有爆款

简约时尚的敞篷造型，轻盈灵活的车身，航空铝合金材质，双向推行，四轮万向，这款睿智D9高景观手推车一问世，便成为网络爆款。

这是湖北天瑞天成工贸股份有限公司自主研发的新产品，耗时半年，投入研发资金100多万元。

天瑞天成公司总经理助理喻飞介绍，这款童车今年1月上市，每天售出200多台，主要面向国内和欧洲高端市场，供不应求。

持续推进产品创新，是汉川童车产业快速发展的动力源泉。

产业发展初期，为了赚快钱，汉川童车企业普遍重量轻质、重仿造轻创新，导致产品技术含量低、同质化严重，企业间相互打价格战，挤压生存空间。

“必须想办法做研发，否则只有死路一条。”喻飞介绍，经历市场阵痛之后，企业在童车产业最发达的广东中山建研发中心，高薪聘请专业技术团队，攻克车身重、操作不便等痛点问题。

“比如我们研发的这款D9高景观手推车，重量只有8公斤，车轮可以360度旋转，推拉丝滑，还能

一键收车，非常受消费者喜爱。”喻飞说，为了开发这款产品，公司对生产工艺进行了全面升级。

管材从铁管换成铝管，重量减轻、承重更强；D9亚麻布套为PU皮料，防水防污更耐磨；车轮升级最“硬核”，用时近3个月，最终设计出前轮转向、后轮自动定向的功能，既方便又安全。

近3年，天瑞天成公司投入800多万元，研发了近百款车型，从一家“小作坊”成长为省级专精特新“小巨人”企业。

“年年都有爆款，近期又有一款新品，通过了美国产品质量认证，即将在美国上市。”喻飞说，今年1月至4月，公司销量约1.8万台，销售额达2200万元，同比增长10%。

近年来，汉川大力支持企业开展科技创新，建立研发中心和工程部，配备专业设计人员，不断研发新品，产品由同质化竞争逐步向差异化发展转变。

截至目前，汉川童车产业现有高新技术企业10家，湖北省专精特新“小巨人”企业3个，湖北省支柱产业细分领域“隐形冠军”企业4个。

闯入高端市场

5月21日，在湖北逗哈哈科技有限公司车间，经过裁剪、喷漆、布套、组装、调试、检验等工序，一台宠物推车鱼贯下线。

逗哈哈公司成立于2014年，起初做婴儿推车，效益一般，后发现宠物用品在国外有很大市场，2017年便转向生产宠物推车。

日韩宠物推车市场需求大，是逗哈哈公司主攻的目标。“这两个国家对产品细节要求很高，一点线头和污渍都不接受。”逗哈哈公司副总经理欧阳文旭称，因品质跟不上，公司的产品多次被日韩市场“拒之门外”，每年亏损近百万元。

“低端市场挤破头，高端市场进不去。”汉川童车协会秘书长钟守城说，因为质量一般，过去汉川童车主要出口到发展中国家，以简易童车、方管车等低端产品为主，售价只有十几美元。

2017年，汉川全面开展童车质量提升行动，邀请专家进驻车间，指导企业开展质量管理培训，搭建产品质量检测平台，提升产品质量。

逗哈哈公司、天瑞天成、睿智等一批企业率先开展技改，改进生产工艺；8家童车企业建立产品质量检测实验室，严防“次品”流出车间。

2021年9月，汉川童车协会发布《汉川儿童推车评价规范》团体标准。当年底，全省质检部门抽检中，汉川童车产品合格率达到92.9%。

就在这一年，逗哈哈公司的宠物推车因做工精细、款式时尚、推拉方便，终于打开了日韩市场，实

现扭亏为盈。

品质提升了，逗哈哈顺势打造品牌。“旺猫”“BELLO”两个宠物推车品牌，分别受到国内外消费者的喜爱。

去年，逗哈哈公司生产宠物推车34万台，产值9000多万元。今年，企业又增加一条生产线，年产能将扩大到45万台。8月，“BELLO”牌宠物推车亮相美国拉斯维加斯宠物用品展，进军美国市场。

去年以来，汉川童车出口企业从27家增至33家，出口国家及地区突破40个。其中，14家企业通过欧盟、美国产品认证，13家企业分别在美国、欧盟、乌兹别克斯坦等国家和地区注册商标。



天瑞天成公司生产车间，工人正在组装童车。

跨境电商赋能

“这款Z6童车车身轻、颜色多、推拉方便，宝妈们可以放心入手。”5月21日下午，在湖北睿智儿童用品有限公司童车供应链直播基地，主播在镜头前滔滔不绝地带货“智儿乐”童车。

Z6高景观童车，是睿智公司的主打产品。起初，这款车只有黑、白、灰、红4个颜色，网友反馈希望颜色更多样。睿智公司立马追加投入，一口气上线极光灰、极光蓝等13个颜色，还新增一套自动喷漆设备，保证颜色均匀鲜亮。产品一上线，就成为爆款，日销200多台。

触网营销后，睿智公司格外“宠粉”。

网友说，车子买回来一堆零件，安装起来太麻烦。睿智公司迅速改进产品工艺，将车轮整装、布套封全，减少10多个安装步骤；

网友说，车子用了两年多，轮子磨坏了，还能不

能换？睿智公司立即寄去4个新车轮，还将质保期从1年改为3年。

“除了外贸，电商也是重要的销售渠道。”睿智公司副总经理邓方波介绍，公司成立30多人的电商团队，不断提高服务水平，增强用户体验，每月电商销量达6000多台，占总销量的三分之一。抖音电商直播童车销量排行榜上，“智儿乐”排名第二。

“今年前4个月公司销售额增长18%，订单都排到8月底。”邓方波介绍，今年产值有望超4亿元。

汉川市商务局、童车协会还积极组织跨境电商推介活动，邀请阿里巴巴国际站、全球速卖通、亚马逊等跨境电商平台来汉川指导企业设立店铺。目前，睿智等6家童车企业开展了跨境电商业务。其中，洋田塑料在美国设立“海外仓”，为3家企业开展境外仓储及配送服务。

5月23日，孝感户外热浪滚滚，华工高理电子有限公司生产车间里同样热火朝天。

“PTC加热器、温度传感器齐发力，畅销30多个国家，今年前5个月公司出口额同比增长近四成。”华工高理总经理助理沈超凡指着满负荷运转的生产线介绍，国外大客户采购量大增，正在全力赶订单。

成为日产PTC加热器 全球供应商

PTC加热器，主要为汽车提供乘用车舱加热和电池加热。

凭借多年PTC芯片技术的积累，去年华工高理推出1800V高压PTC芯片及800V平台加热器，支持电池快充速度提升4倍、零下40摄氏度环境下工作“不掉线”。

技术领先，产品畅销。华工高理PTC加热器年产能达900多万套，国内每10台新能源汽车中，有6台PTC加热器来自华工高理。

近年来，国外新能源汽车市场发展提速，华工高理迈上新征程——进军海外。

拿下国际名企是最佳路径。然而，为防控风险和保持产品性能稳定，国际大企业不会轻易选用新产品，更不会把鸡蛋放到一个篮子里。

作为华工高理传感器产品的“铁粉”，日产汽车成为首选目标。打“质量牌”“互信牌”，华工高理拿到日产中国区少量PTC加热器订单。

“东风日产不良率零、郑州日产不良率零……”凭借PTC加热器优异的产品表现，华工高理拿下一个又一个日产工厂，直至走出国门覆盖整个日产业亚太区。

高效解决问题，也是国际名企考核供应商的硬指标。

去年10月，日产本土工厂在整车调试时，车载软件与PTC加热器匹配时存在误差，需要现场调试。次日，华工高理就派人飞到日本解决问题。

“我们已成为日产PTC加热器全球供应商。”沈超凡兴奋地说，今年1月至5月，日产PTC加热器订单量翻倍，全年出口额有望突破1000万美元。

温度传感器 敲开博西华大门

温度传感器，华工高理的又一“出海利器”，占据全球白色家电市场70%的份额，贡献了华工高理过半的出口收入。

骄人的业绩来之不易。

“温度传感器是电器的核心部件，一旦损坏整个电器就得停摆，国际知名企业在选择供应商时，条件异常苛刻。”沈超凡忘不了牵手三星电子“十年磨一剑”的艰辛。

早在2008年，华工高理就联系上三星电子，将在国内“战绩辉煌”的温度传感器产品送去测试。

测试温度传感器质量，一项关键考题是，将样品放入高低温冲击试验箱中，看它在高低温多次冲击后能否保持最初的特性。

3000次、5000次、8000次……三星电子不断加大考题难度，华工高理迎难而上、闯关十年。2018年，双方终于签约。

“2019年开始为三星电子批量供货，如今年供应温度传感器400多万套。”沈超凡感叹，过程艰难，所幸结果很甜。

拿下欧洲电器标杆企业，成为华工高理的新目标。

博西华是博世—西门子集团的成员，是全球领先的高品质家用电器生产商，正是华工高理的理想客户。

没有门路，就先易后难。3年前，华工高理成为博西华江苏工厂洗衣机温度传感器供应商。双方合作良好，江苏工厂向总部引荐了华工高理。

送样品测试，来工厂审核……双方你来我往“热恋”三年，去年10月修成正果，签下了900多万套温度传感器的订单。

“牵手博西华，是标志性的胜利！”沈超凡说，博西华产品多、产量大，合作力度不断加大，更重要的是，通过它可以撬开更多企业的合作之门。

华工高理电子有限公司工作人员抓紧时间生产。



湖北英拓智能装备有限公司员工正在组装超高温灭菌机。

选好培优海外经销商 湖北英拓闯入北非市场

通讯员 程晓光 刘社
文图 湖北日报全媒体记者 方桐

安陆华美产业新城，一批科技型中小企业扎堆于此，湖北英拓智能装备有限公司是其中之一。

“这4台灭菌机明天将运往上海，再海运至越南。”5月22日，湖北英拓生产车间里，工程师王冰正指导工人组装超高温灭菌机。该设备灭菌温度可从65摄氏度调至140摄氏度，兼容性好，用途广泛，每年能出口五六万台。

湖北英拓主要生产食品、酒、饮料及茶生产专用设备，产品以出口为主，拥有10多项专利，去年成功申报国家高新技术企业。

正当该公司在东南亚、中亚、东欧等市场大展拳脚时，欧洲、中东接连爆发冲突，多笔海外订单告吹。英拓公司及时调整方向，加大越南等东南亚市场开拓力度，同时进军北非市场。

“要做大海外市场，关键是选好培优经销商。”湖北英拓负责人董家宝说，去年以来，该公司多次参加国外展会，宣传推介产品的同时物色海外合作伙伴，在越南、斯里兰卡、菲律宾、印度尼西亚、乌兹别克斯坦、阿尔及利亚增加或首签了一批经销商。

针对经销商对产品了解不透、营销技巧也不够的情况，英拓公司加大现场培训力度，一方面请经销商到公司来参观、培训；另一方面借出国参展之机为经销商“送课上门”。

上个月，英拓公司赴越南参展时带去了一台超高温灭菌机。

“做工、用材，客户一目了然，比以往拿模型宣传效果好多了，上周签了一笔8万美元的订单，还有多笔订单正在洽谈中。”董家宝高兴地说，今年以来，英拓公司已签订出口订单100多万美元，较去年同期增长了10%。



湖北盛旺服饰有限公司员工正在赶制出口订单。

直接对接国外进口商 盛旺服饰九成产品出口海外

通讯员 黄国诚 陈培
文图 湖北日报全媒体记者 方桐

裁剪、缝制、检验、包装……5月24日，位于孝感市孝南区肖港镇的湖北盛旺服饰有限公司里，公司负责人李连松正组织工人赶订单。

该公司主要加工各种运动类、休闲类、功能性帽子，年产400多万顶，九成以上出口，主打欧洲市场。

“也许你们买的F1赛车、巴萨等球队的帽子就产自这里。”产品展示台前，李连松笑着拿起一顶鸭舌帽说，这是F1赛车手领奖时戴的，正在赶做1万多顶，下月初将发往意大利。

国内帽子出口竞争激烈，还有来自东南亚、墨西哥等地厂家的竞争，想分一杯羹并非易事。

为打开国际市场，李连松自学英语、意大利语，争取自主经营进出口权，直接对接国外大的进口商，为客户提供专业、快速的服务。

采访中，一位意大利客户发来信息，急需加订576顶帽子，6月15日前要到货。按常规，临时加单得一个月到货，如今只剩20天，而且单子太小，利润低，接不接？

“满足客户需求才能满足自己需求。”李连松毅然接单，及时调整生产计划。

除了尊崇“利他思维”，李连松还善于紧跟碳减排趋势。

盛旺服饰通过了全球回收标准认证，逐年减少使用传统塑料材料，更多使用再生有机材料，实现环境友好型发展。这一改变，为公司带来了更多国外订单，也增加了产品利润。

“前5个月出口订单同比增两成，今年力争实现出口额800万美元。”李连松说，老厂产能不足，已在汉十工业园拿了22亩地，将建设1.5万平方米的新厂，争取产能翻倍。