成都经济一线观察

崇州造 凭什么卖向全球

不沿边不靠海

当地时间10月30日，加拿大温哥华，中国驻温哥华总领事馆里，来自中国四川的省级非遗代表性项目崇州廖家木雕的展台前人头攒动，嘉宾们俯身细看木纹走势与刀法肌理，当天便签下100万元订单。

同样的时间，10月30日，成都崇州市，一支西班牙考察团走进崇州经开区，在全友家居的车间里近距离观摩绿色制造4.0全自动生产线；

再往前一个月，成都得一实业有限公司（以下简称得一家居）首柜定制家具从崇州启运，发往美国洛杉矶。

这些片段，连接着一组组跃升的数字：2025年，崇州净增外贸实绩企业8家，10万件“崇州造”家具规模化集中出海；今年10月，在第140届中国进出口商品交易会（广交会）一期、二期中，崇州企业累计对接意向客户超2000个，达成意向订单合计超4000万元，正式订单合计超1000万元。

10月28日，中国共产党崇州市第十五次代表大会开幕。大会将“开放发展能级更高，向西向南拓展实现新突破”写进今后五年的总体目标。

不沿边、不靠海的崇州，怎样答好这道开放题？答案，要先从“距离”说起。



9月28日，成都得一实业有限公司首柜定制家具从崇州启运，前往美国洛杉矶。

1 把心理之“远”变成开放之“近”

崇州不靠海，得一家居的首柜家具发出后，要50至60天才能抵达美国洛杉矶；道明竹编出海，要先运到香港，再经海运发往俄罗斯。

对于“距离”，崇州市第十五次党代会提供了新的解法：要善于以辩证分析的认识论“变远为近”，跳出成都看崇州，切换坐标系、调适参照系，将距离成都主城的心理之“远”转化为服务川藏协同发展大局的战略之“近”；主动谋划建设川藏多式联运枢纽，借势打造连接川藏腹地、衔接欧亚市场的开放型经济节点城市。

企业的感受与之相通。得一家居市场总监黄非说，出口比拼的不是物理距离的远近，也不是个别产品的成本价格，而是企业的综合实力和综合成本优势。崇州的综合实力，体现在产业上：电子信息产业形成300亿级产业集群，智能家居跻身国家级中小企业特色产业集群，两大优势产业正加快融入全球供应链。

这份实力，写在第140届广交会的订单中：一期，四川刚毅智能农机针对中南亚、非洲等地区小块坡地农业生产需求推出的简易版收割机，收获正式订单；二期，崇州7家企业设置9个展位，累计对接意向客户1023个，签定意向订单金额超3000万元，新拓展的客户来自德国、波兰、加拿大、美国、摩洛哥、沙特阿拉伯等国家，还与中东、中亚等地区采购商建立了联系。10月31日开幕的三期，崇州又有7家企业接力登场。

崇州内陆腹地的制造能力，正在接上更广阔的国际市场。



当地时间10月30日，省级非遗代表性项目崇州廖家木雕亮相加拿大温哥华，当天便签下100万元订单。

2 蹚出出海路 品牌、技术、文化一起远航

货卖出去只是第一步，怎样卖得更好、走得更稳，崇州企业各有门道。

第一条是品牌之路。成立于2000年的得一家居，过去集中做内销。今年，该公司在美国洛杉矶注册海外品牌，租用海外仓和办公场所，在当地组建本土化地推团队，把定价权和渠道主动权握在自己手中。9月28日启运的首柜货物价值约5万美元，抵达美国港口后的批发价值可翻倍，这中间的差价，正是品牌出海创造的增量利润。按计划，第二、第三柜将于11月发运，企业还将在美国拓展全屋定制业务。

第二条是技术之路。1996年落户崇州的美中美涂料，在今年上半年举行的第139届广交会上被东南亚客户相中，对方当场下单1吨产品做实地测试，7月正式敲定上百万元意向订单，8月27日首批货物发往东南亚。

“东南亚高温高湿，国内通用涂料出口会‘水土不服’，我们研发团队针对当地气候，反复调试附着力、耐高温等各项指标，试验了上百次，调整了十几版配方，经历了漫长的过程。”该企业营销总监文绍勇说，下一步，企业争取明年外贸业务规模达到千万级，家具漆、玻璃釉已纳入出海规划。

第三条是文化之路。10月30日，温哥华，廖家木雕代表省级非遗代表性项目参展，“崇州好礼”品牌国际化又迈出了一步。今年1月26日，270套货值近10万港元的道明竹编“竹编盖碗茶杯+平安扣”套装经香港海运发往俄罗斯，这是崇州首次批量出口道明竹编产品。第140届广交会二期上，首次参展的艺滋华公司把竹编技艺融入现代文创设计，竹编茶具收获订单。

一组餐桌椅、一桶工业漆、一只竹编茶杯，品类各不相同，路数却相通：先摸清海外市场要什么，再用产品去适配。“崇州造”的国际竞争力，就在这样的适配中一点点攒了起来。

3 把链条接起来 让企业“敢出海、会出海”

出海链路很长，涉及选品、生产制造、海运等多个环节。不少崇州本土制造企业坦言，此前因不熟悉政策流程，不敢出海、不会出海。

“企业在前方攻坚，管委会在后方搭桥。”崇州经开区管委会智能家居部部长杨也的这句话，道出了崇州的服务思路。美中美涂料初涉外贸时，对产品三检、海关检测、样品寄送、物流出海等流程并不熟悉，崇州经开区为企业配备专属服务专员，联合崇州市商务局围绕出口规范、出口退税面对面辅导，协助对接海关资源。经过几批次出口的实战积累，该企业已逐步摸索出一套成熟的出海工作方法。

一家企业的经验，正在变成更多企业可用的服务。10月20日，“崇州优品·首单出海”优势产业特色产品出海对接活动举行。活动先后走访健生堂农业、兴盛电器、西映智能家具3家“首单破零”培育企业，收集诉求，再把政策宣讲、平台赋能、物流护航、金融支持、供需撮合送到企业面前，海关、跨境平台、国际物流、银行等机构到场开展专题分享。“对接活动把从源头到出海串成一条线，能帮助企业解决‘到底要怎么做’的困惑。”崇州市家具行业商会秘书长魏榕城说。

今年以来，崇州持续整合海外仓、跨境物流、合规培训等资源，做实“产业带+跨境电商”模式。7月，亚嘉国际贸易与四通瑞坤、喔木居等8家企业达成直采合作，首批2000余件标准化家居产品发车出海。西班牙考察团到访期间，双方达成共识，将依托西班牙成熟的中小企业服务网络，为崇州企业提供欧洲市场准入规则、跨境合规标准等专项指导。

谋长远，崇州智能家居产业将强化公共品牌、跨境电商两个渠道平台，力争到2030年规上营收突破200亿元。崇州市第十五次党代会提出，将建实外贸、外资、外经、外事、外宣“五外联动网”，提升城市能级。做大规模化外贸、引聚高能级外资、推动多层次外经、拓展多领域外事、实施全方位外宣。未来，崇州的海外影响力还将持续提升。

华西都市报-封面新闻记者 罗田怡 图据今日崇州微信公众号

助力“双十一” 川渝黔开行150余列载客动车运输快件

华西都市报讯（记者 曹菲）一年一度的“双十一”电商大促开启，快递物流迎来全年运输高峰。11月4日，记者从中铁快运成都分公司获悉，该公司联合国铁成都局全面启动“双十一”网购高峰期快件运输服务，每日安排昆明至成都、成都至广元至贵阳间运行的整列高铁快件列车3列，约150列载客动车运输快件。

2023年“双十一”期间，昆明至成都首次开行整列高铁快件列车，目前已经开行4年。这趟列车在昆明市洛羊镇站与成都市双流西站间开行，每日两列。成都至昆明线快件类型以电子产品、食品、服装和工业产品为主，昆明至成都线则重点承载水果、鲜花和服装。今年“双十一”期间，成昆整列高铁快运列车每天呈满载状态，最高发货量为60吨左右、最高到达量为50吨左右。

除开行整列“动货”，铁路部门还在川渝黔安排150余列有富余空间或设置专门车厢的载客动车，6列高铁确认列车（每天清晨第一趟正式载客高铁列车开行之前，铁路部门在固定区间开行的一趟不载客、按运营标准运行的检测列车）运输快件。