

“邵阳制造”：小商品谋划全球版图

一次性打火机稳占全球七成份额，假发做成“头等生意”，“邵阳现象”引人注目

邵阳制造·关注

一次性气体打火机已稳占全球市场70%的份额；假发制品实现产值50亿元，跻身国内第二大发制品生产基地；服装皮具箱包出口至70多个国家和地区……

小商品不起眼，爆发力却不容小觑：正是他们，帮邵阳圈出“全球制造”的版图，让“邵阳现象”受世人瞩目。

■记者 杨田风 实习生 刘倩 通讯员 李娟 钱雄亮

数据 “邵阳造”小商品全球称雄

2015年全省外经贸外经工作现场座谈会近日在邵阳市召开，副省长何报翔参加了会议。

为何会选择在邵阳？省商务厅发布的一份“三外”数据通报也许是最好的答案：今年上半年，邵阳市主要经济指标增幅全部高于全省平均水平，10大指标增幅有9项排在全省前五名，中西部地区排名全部进入前三。

另一组数据或许更能体现“邵阳制造”的全球称雄。

2014年，邵阳一次性气体打火机已稳占全球市场70%的份额，实现出口1.4亿美元；发制品实现产值50亿元，出口1.56亿美元，总量位居邵阳第一。其中，阳光发品有限公司生产规模跻身国内行业第二位，成为世界行业龙头企业的金牌供应商；邵东县40多家服装皮具箱包出口企业产品已瞄准俄罗斯、巴基斯坦、墨西哥、意大利、以色列、泰国等70多个国家和地区。

行动 “里应外合”促成全球版图

邵阳产品全球商业版图的划圈，显然不是一蹴而就的。

刘纯鹰是邵东箱包服装进出口协会的会长。他说，三年前，他陪一位阿联酋客商来邵东考察，当对方看到企业家庭作坊式的生产场地，第二天就取消了一笔上千万元的订单。

这种尴尬和无奈有望得到扭转。在“三外”会议期间，记者随同与会人员参观考察了邵东隆源中小企业创业中心，“这里总规划500亩，力争2015年底全部竣工，将在5年内安排150家左右企业入驻

园区。”刘纯鹰表示。

刘纯鹰同时还是泰国湖南商会的会长，他牵头建立了泰国湖南工业园，“中国直接出口到印度的皮具箱包产品，关税是47%，但通过泰国等境外地区转出口可以享受零关税，“入园的企业生产产品时，只要在泰国开具原材料证明，再出口到和泰国签订了自由贸易协定的国家，就可享受零关税，这样能减少企业成本，增加产品的市场竞争力。”刘纯鹰介绍，下一步还将准备在马来西亚、澳大利亚、巴西、墨西哥、南非等国建立一个销售网络。

观察 外向经济中的“邵阳现象”受世人关注

10大指标增幅有9项排在全省前五名，全部排在中西部地区前三名。数据的直观排名，让邵阳的“三外”发展新格局立现。“邵阳现象”也再一次被社会所关注。

全省人口第一、面积第二的大市，是地理版图，“我们更看重的是经济版图，县域经济强不了，老百姓就富不起来。”在全省“三外”经济工作会议上，一位副市长如此表达他的感受。

从地理版图到经济版图，虽两字之差，但有千钧之力。

一路风雨走来，邵阳企业正以更加开放的姿态续写传奇：小小的注塑打火机形成了产业集群，产品占全球一次性打火机市场70%的份

额；融入海外市场的邵阳人生意做得有声有色，在东盟地区投资兴业的邵东人就超过了8万人，遍布东盟十国；更令邵阳人自豪的是，泰国、老挝、越南湖南工业园区都是邵阳企业牵头，实现了湖南省境外工业园区零的突破。

“虽然是个小窗口，但我们主动融入国际网络。”邵阳政府相关负责人表示，到目前为止，当地企业在境外设立的销售批发中心超过了110个，零售店铺达3680个，在墨西哥、阿联酋、印尼、南非、泰国等26个国家设有营销中心，同时大力支持本土企业到境外产业园区投资，以资源反哺国内，多重并举，以邵阳为中心的开放型经济磁场就此形成。



邵东阳光发品生产车间，工人正在制作假发(左)；邵东东亿电气生产厂房，工人在制作打火机。记者 杨田风 摄

数据

【总额】 今年上半年，全省进出口实现139亿美元，增幅10%，居全国第6位，出口增幅第4位。

【利用外资】 完成合同利用外资56.4亿美元，增长19%，实际使用外资60.9亿美元，增长13.6%，增幅居中部地区第2位。

【对外投资】 对外直接投资额9.76亿美元，增长130.5%，总量居全国第9位。

■据省商务厅

记者手记

从减法到加法，转型升级势不可挡

8年前，邵阳打火机靠低廉价格占据低端市场，邵阳仿造一度在国外“声名鹊起”。

“尽管我们的市场做到了足够大，但如果我们没有自己的品牌，没有核心技术，即便是在低端市场靠量赚钱，也并不牢靠。”多名企业负责人不约而同地提到了企业最大的短板。

而在采访中，记者讶异于邵阳发制品竟然完全走的是高端路线，“向高端要利润，向高端要效益。”似乎也成了企业老板的口头禅。“邵阳发制品起步较晚，船小好调头，转型升级也来得更简单容易一些。”有业内人士指出。

从减法到加法，从邵阳仿造，到邵阳制造，再到邵阳创造，我们很欣喜地看到，“邵阳造”正以前所未有的节奏和高姿态走进人们的生活，走向世界舞台。

产业聚焦

假发做成“头等生意” 邵阳成为国内第二大发制品生产基地

在有些人看来，剪掉废弃的人发一文不值，却已成为邵阳人眼中的“软黄金”。

省商务厅提供的数据显示，2014年，邵阳发制品产业总产值50亿元，销售收入42亿元，进出口总额1.56亿美元，总量位居邵阳市进出口第一。

一根头发丝拉出来的产业

“跟黄金一样，头发也是以克来称量，目前的收购价格已到了2000多元/公斤了。”2004年成立的宏泰工艺是邵阳第一家发制品生产企业，公司法人代表黎更强对发制品行业了如指掌，“光邵阳人从事头发收购、走南闯北的流动群体，保守估计就有十万大军。”

邵阳发制品行业协会会长黄永祥表示，在中国出口行业当中，发制品是绝对垄断的行业。一方面是中国人人口多，劳动力富余，更重要的是亚洲人口的发质适合做假发，其中尤以“直接从头上剪下来的头发为高档原材料”。

得益于庞大的人发收购流动群体，邵阳成为国内发制品企

业的唯一高端原材料来源，也成为全国人发原材料集散中心。

记者了解到，目前邵阳已成为仅次于河南许昌的国内第二大发制品生产基地，拥有发制品企业130家，从业人员20万人。

黑人是最大的消费群体

每个周二或周三都是阳光发品发货的日子，“出货很稳定，几乎每星期都要发一两个集装箱。”阳光发品公司董事唐泳告诉记者，公司产品只做外贸出口，销往美国、欧洲、非洲等地。

唐泳说，其实假发最大的消费去处是黑人群体，占比达到70%，这与黑人的体质有关，“黑人几乎不长头发，但光着头又极不合礼仪，这一点就决定了他们的消费观，发饰就如同服饰，是每日生活的必需品，尤其是上班族，每个人至少拥有三四顶假发。”非洲也因此成为全球发制品需求最大、增长最快的市场，“中国在尼日利亚注册的假发贸易公司不低于200家。”唐泳介绍。

挑战

贴牌销售八成利润流失

前景充满了期待，但一个不容回避的事实是，邵阳发制品的年加工能力约3000吨，原材料耗用量仅为供应量的10%，其余90%全部销往河南、山东等地，“光利用原材料我们就还有90%的发展空间。”黄永祥表示。

市场的残酷同样也制约着邵阳发制品行业的发展。“我们绝大部分产品是销往美国，但都是贴牌销售，80%的利润是被品牌商拿走了。”唐泳表示，目

前，只有销往非洲的产品是自有品牌，仅占生产总量的10%。宏泰工艺情况稍微好一点，自有品牌销售也只占到30%。

黄永祥表示，行业也正在协商考虑是否可以统一物流、统一运输调配，最大限度地控制成本。此外，不少企业也开始酝酿着跨境电商的计划，“争取年内，就要在沿海搭建电商平台，组建跨境电商销售队伍。”宏泰工艺黎更强透露。