

聚焦临沂商城国际化

临沂“两元店”出海模式火爆

在近40个国家落地200多家门店

□ 见习记者 王楠
本报通讯员 孙磊

9月1日，在加纳共和国街头，一家开业不久的“两元店”内人头攒动。货架上来自山东临沂的服饰、文具、日用百货等小商品，以惊人的速度被抢购一空。这批“中国制造”来自万里之外的山东好多宝供应链有限公司（以下简称“好多宝”）。

四天前，加纳境内由好多宝供应货源的第9家“两元店”开业。“我们运往该门店5柜商品，共计30多万件，三天就售完一柜。”好多宝总经理耿延周给记者算了一笔账，开业前三天，销售额达到54万加纳塞地，折合人民币30多万元。

生意火爆，得益于好多宝的“整店输出”模式。“整店输出”就是利用好多宝自身成熟的开店经验，和国外合作商一起将“均一价小商品集合”推介出去，快速复制和拓展门店，让小商品顺利出口的同时，帮助国外合作商快速卖货。“合作商只需要准备一块场地，门店设计、物流等都由我们负责。从选址到开店营业，仅需一个月。”耿延周说。这种模式，横跨亚非，已在越南、老挝、加纳等近40个国家成功落地200多家门店及特许经营点，海外伙伴超4000家。

不只是开店，好多宝还在加快布局海外供应链。“我们计划在安哥拉建设仓储展一体化的海外仓，共计3000多平方米。”耿延周介绍，该海外仓将在前端设计1000多平方米的展示区，后端设置2000平方米的仓储区。自5月在青岛港装货后，第一批小商品已漂洋过海到达安哥拉。

除安哥拉外，好多宝已在越南建设海外仓，乌兹别克斯坦等国家的海外仓建设

项目也在稳步推进中。依托自建的“云商链系统”，好多宝的配货精准率较以往提升三分之一，耿延周表示，未来也会更多聚焦海外市场，将临沂小商品卖向全球。

作为一家“产、销、供”全链条服务的新零售企业联合体，好多宝以自主品牌运营13大类3万多种小商品，业务覆盖仓储配送、全链条管理、数字化平台等多个领域。提起未来，耿延周的眼神中不乏期待。

模式创新，驱动商贸“跨海突围”

沂河观澜

□ 王楠

当加纳街头的“两元店”生意火爆，当哈萨克斯坦的海外仓里临沂文具热卖，我们看到的不仅是小商品的热销，更看到了临沂商贸以模式创新为核心的“跨海突围”。临沂的企业用实实在在的探索，为大量中小制造企业走出一条“轻量、精准、可复制”的出海之路。

好多宝的“整店输出”模式，让企业跳

出单一供货角色，转变为“一站式开店解决方案”的提供者。从选址、设计、配货到运营支持，全部打包输出。这种模式极大地降低了海外合作商的创业门槛，也让临沂小商品以品牌化、集合化的形式高效抵达终端市场。配合海外仓，好多宝不仅是在卖货，更是在铺设一张响应敏捷的供应链网络。这意味着，“中国制造”不再遥远，它就在街头，就在身边，真正实现了“卖全球”到“驻全球”的转变。

河东跨境电商产业园以产购直连，破解小微企业“不敢出海、不会出海”的痛点。“一测一推”机制，以大数据调研和小批量试销降低市场风险，用“一件代发+售

好多宝正筹划建设“好多宝产业园”，规划建设国际贸易运营中心、互联网电商发展中心和大宗商品集散物流中心三大枢纽，带动更多中小企业“组团出海”。

“我们要让全球消费者用上性价比高的中国小商品。”耿延周说。从临沂到加纳，从亚洲到非洲，两元小商品正成为“中国制造”连接全球市场的一个生动注脚。

后托管”减轻资金和运营压力。这种包容性的服务体系，让小微企业专注生产的同时也能轻松融入全球竞争。

两种模式路径虽异，却共同凸显出临沂商贸出海的转变：从输出产品，转向输出系统、输出标准、输出服务。临沂的实践充分说明，中小企业出海未必需要巨资金投入或依赖传统外贸渠道。通过模式创新，同样能够实现突围，走向世界。



◀ 扫描查看视频

□ 大众新闻记者 杜辉升 刘元迪
本报通讯员 孙磊

走进临沂耀琪商贸有限公司，货架上密密麻麻陈列着保温杯、咖啡壶等各类杯壶产品，上万款单品琳琅满目，令人目不暇接。

总经理李梅的手机响个不停。她一边快速回复信息，一边略带歉意地向记者解释：“电话一个接着一个，都是客户来询价、催单的。”耀琪商贸成立于2004年，最初从事流通批发，后转型电商，并于2019年起大力发展外贸业务。公司不仅自主研发生产杯壶产品，还为多家知名品牌做代理。如今，企业海外业务占比已超过50%，产品远

销中东、东南亚、日韩等多个国家和地区。

“刚开始做外贸真是两眼一抹黑。”李梅坦言，“连集装箱的大柜、小柜都分不清，英语更是一窍不通。”转机出现在她儿子郝家耀大学毕业后加入公司。这位“厂二代”不仅带来了外语能力，更引入了跨境电商和展会拓客的新模式。“他脑子活，上手快，带我们做平台、跑展会，出海之路就这样一步步走通了。”

这种代际合作，体现了传统制造业的传承与创新——老一辈企业家拥有丰富的行业经验和资源，年轻一代则带来国际视野和数字化运营能力，二者结合为企业注入了新活力。

交流中，记者注意到，郝家耀对各类杯

壶产品的材质、市场定位和客户偏好都如数家珍。他随手拿起一款新推出的蓝色桌面壶介绍：“这是1升容量、带纹路的外贸壶，在东南亚市场非常畅销，上市不到两个月已卖出9万余个。”他又指向一款小巧精致的保温杯：“这类产品在日韩市场很受欢迎，成本才10元左右，不少咖啡店用它作为促销礼品，顾客买咖啡就送。”

在中东专区，清一色的金色、银色保温壶格外醒目。“中东客户偏好大气、豪华，尤其喜欢金色元素，容量也要大。”最出人意料的是非洲市场，郝家耀笑着说：“很多人以为非洲热，用不上暖水壶，其实他们可以用来保冷，大热天装冰水、冰块，非常实用。”

展会成为开拓国际市场的重要桥梁。

“参展是最直接的获客方式，面对面交流，客户能实地看样，信任感更容易建立。”郝家耀说，近年来，耀琪商贸频繁参加各类国际采购商大会和境外展会，结识了大量优质客户。今年10月，他们还将远赴非洲参加“2025第二届中国（临沂）—肯尼亚国际商品展”。目前，机票已订好，展品也已提前发运。

外贸持续增长，企业产能却逐渐跟不上订单速度。李梅透露，公司计划新建一个规模比现址大5倍的智能化工厂，引进自动化流水线，目标年产值上亿元，海外业务占比提升至70%。“外贸增速快，成倍翻涨，我们必须抓住这个机会。”

采访结束时，李梅的手机再次响起。她笑着说：“每天都这样，忙，但心里充实。”



兰田集团：从市场运营迈向外贸服务

□ 见习记者 周浩达
本报通讯员 臧德三

“我们还没正式开业，就有一位来自几内亚的外商签署了十辆汽车的采购订单。”近日，在临沂市兰田北方国际汽车城客户厅内，兰田北方国际汽车城经理吴兰周向记者介绍运营情况。十多年前的兰田二手车市场，曾是露天经营的传统市场。去年，兰田集团将金兰物流迁出，并在原址新建了兰田北方国际汽车城。新建的汽车城不再是单纯的二手车交易市场，而是整合了

车辆购买、检测、审批、报关物流等业务，成为一站式汽车服务平台。

兰田北方国际汽车城的转变，是兰田集团从“市场运营”转变为“外贸服务”的一个生动缩影。近年来，随着临沂商城国际化的发展，商户出海的意愿也越来越强烈。如何将手头的“存量”转化为服务商户的“增量”，成为兰田集团面临的新课题。2014年，兰田国际贸易公司成立。通过多年贸易工作，兰田集团在物流、采购商等多方面积累了优质资源。通过走出去办展、引进来采购，让越来越多的商户接触到海外资源，实

现了从“不会做外贸”到“主动走出去”的转变。今年5月，企业参加了中国临沂（塔什干）经贸对接洽谈会，并成功与塔什干专业电缆贸易公司签订意向合作协议，为商户开拓海外市场搭建了桥梁。

作为转型的关键支撑，兰田集团不断加强与国际市场的对接能力。通过优化跨境物流通道，搭建海外仓等方式，全面提升商户的海外拓展能力和抗风险能力。“4月份出访中东时，我们与阿联酋山东总商会成立合资公司，双方确定在迪拜设立‘中国兰田（迪拜）海外仓’。”吴兰周介绍，目前，

兰田集团已邀请了20多家优质商户进驻海外仓平台，成功组织小家电、办公用品、劳保用品等展示样品发往迪拜海外仓。

为了更好地提升兰田外贸综合服务水平，兰田集团还组建了25人的专业服务团队，学习借鉴浙江等地数字化外贸综合服务平台经验，以“队伍优势”夯实公司“业务优势”。“下一步，我们将通过整合临沂商城地产品、跨境电商、国际物流、境外终端采购商等资源，让更多的市场商户放心大胆地从事国际贸易、享受平台红利。”吴兰周说。

件代发、退换货处理等服务；“销”是开展本地化电商运营，线下展销、私域流量转化等；“展”指仓库设有常态化展厅，支持采购商实地验货与订单洽谈。“我们会派驻专业运营团队进驻海外仓，负责市场调研、客户对接、活动策划等，实时反馈当地消费需求。同时也通过海外仓‘前仓后店’模式，吸引采购商到仓交易，缩短交易供应链。”

目前，河东跨境电商产业园已经与10余个国家和地区的电商平台建立合作，并在哈萨克斯坦阿拉木图、马来西亚吉隆坡等目标市场布局仓储展一体化中心，产地与采购两方精准对接，用需求驱动供给，让临沂小微企业“出海”无忧。

火海救人显担当

舍身忘我谱赞歌

□ 见习记者 周浩达
本报通讯员 刘雨軒

在苏州一个普通居民小区里，保安蔡忠民每天都会穿梭在楼宇间巡逻。这位来自临沂兰陵的汉子，两次奋不顾身火海救援，在平凡的岗位上谱写了英雄的赞歌。

2021年1月7日，一阵急促的呼喊声打破了小区的平静：“失火了，失火了！”正在巡逻的蔡忠民循声望去，一栋楼的窗户正向外喷涌滚滚浓烟。

“救人要紧！”蔡忠民没有丝毫犹豫，拿起值班室的灭火器就冲进了浓烟笼罩的楼道。浓烟呛得他睁不开眼，呼吸困难，但他心中只想着救人。当他用灭火器压制火焰时，一阵痛苦的呻吟声传入耳中。循着声音，他终于找到一名被困的老人。蔡忠民迅速将老人背起，顶着浓烟冲下楼。在群众的接应下，老人被顺利送到安全地带，而蔡忠民却因吸入大量有毒浓烟，刚放下老人便吐出一大口鲜血。

事后，老人的子女前来致谢，蔡忠民说：“真的没有什么，这些都是我应该做的。”质朴的话语中尽显英雄本色。

一个月后，蔡忠民再次发现一住户家中冒出火光。这一次，他仍没有丝毫犹豫，一边拨打119报警，一边迅速取来灭火器，与同事第一时间开展灭火行动。随后，消防队员和社区辅警赶到，众人合力将大火扑灭，并成功将家中两名被困老人救出。大火扑灭后，蔡忠民主动留在周边巡逻看守，防止未烧毁的财物丢失，直到当晚住户家人赶到后才默默离开。

临沂展览业综合指数

居全国地级市第二

□记者 杜辉升 报道

本报临沂讯 8月25日，记者从临沂市政府新闻办举行的发布会获悉，在中国会展经济研究会发布的《2024年度中国展览数据统计报告》展览业综合指数榜单中，临沂取得了全国地级市第二位的好成绩。

临沂市商务局党组成员、商务发展服务中心主任姚运宝介绍，2025年1-7月全市累计举办各类会展活动101场。其中，专业展览活动54场，总展览面积99.8万平方米，参展企业1.5万家，展会接待观众134.4万人次。主要做了以下工作：立足产业优势和经营主体，今年展会题材涵盖了五金、建材、家装、医药、食品等优势产业，本地参展企业达6000余家，小商品博览会、全屋定制展、不锈钢博览会等多个专业展会在展会规模和成效上均实现了新的突破。

木业是临沂优势产业，而木博会正是临沂市以木业产业为基础打造的品牌展会活动，自2024年起，木博会由政府主办转为市场化运作，通过广泛宣传、精准邀约、优化服务等途径，现已打造成全省市场化转型最成功的展会之一。结合“两新政策”落地，今年已举办3场家博会、5场车展等消费类展会，为居民消费提供了更丰富的场景。

围绕推动商城国际化，加大对境外采购商的邀约力度，截至7月底邀约境外采购商参展参会人数达到2400余人次，较去年同期增长180%。

创新融合模式，制订出台了《临沂市“展文旅”融合发展方案》，在首届山东绿色蔬菜产业博览会、第四届RCEP博览会等重要展会活动期间，通过推出景区优惠、策划文旅线路、美食线路，推动展商变游客，今年以来通过展会活动拉动文旅消费超过12亿元。

下一步，临沂市将举办第74届秋季全国五金商品交易会等重点展会活动，全年计划举办会展活动超过150场次，展览面积突破160万平方米。

临沂亚马逊云科技

出海创新中心项目签约

□见习记者 王楠 通讯员 姚文君 报道

本报临沂讯 近日，临沂亚马逊云科技出海创新中心项目签约暨跨境出海峰会在临沂沂河新区天河产业园举办。

临沂市积极融入新发展格局，大力发展跨境电商，推动外贸转型升级，持续优化营商环境，加速从“传统商城”向“数字商城”、“国际商城”跃升。临沂亚马逊云科技出海创新中心是亚马逊在中国北方设立的首个创新中心，将为区域提供强大的云计算技术、数字化解决方案和完善的出海生态支持。

作为临沂对外开放的“桥头堡”，沂河新区已引进一批高质量项目，形成“平台引领、企业孵化、物流畅通”的跨境电商生态体系，打造“数智赋能”新引擎，优化“一站式”跨境服务体系，构建“多维联动”出海生态，为临沂高水平开放和高质量发展注入新动能。

亚马逊是全球领先的科技企业，临沂是著名的“中国物流之都”和商贸名城，双方合作将深度融合亚马逊的云基础设施、出海实战经验与临沂的制造、物流优势，为企业打造“技术赋能+生态链接+渠道拓展”的全链条出海支持体系，加速龙头企业全球孵化，构建产业生态集群，强化人才队伍建设，共同构建开放、共赢、可持续的跨境出海模式，为北方外贸升级增添新引擎。此次峰会将推动数智赋能临沂科技创新和人才开发在数字化转型中“数”起“云”涌，进一步使资源临沂、产业临沂向数字临沂、智慧临沂转变和跃升。

临沭县“四好农村路”

铺就乡村振兴坦途

□记者 王思晴 通讯员 刘淑艳 报道

本报临沭讯 从“晴天一身土、雨天一身泥”到“路畅、景美、人和”，临沭县以“四好农村路”建设为笔，在沂蒙大地上书写着乡村振兴的交通答卷。

临沭县以“建好、管好、护好、运营好”为目标推进“四好农村路”建设。近三年来，累计投资4亿多元，新建改建农村公路550公里，实施路面状况改善工程330公里，实施惠及40余个村居的农村通户道路硬化工程80余万平方米，改造中小桥梁17座，建制村通硬化路率达100%，县乡级以上公路占比超63.6%。

道路交通“三分建七分养”，临沭县构建“县有路政员、镇有监管员、村有护路员”三级管护体系，创新推行“路长制”——设公示牌明确“路长、管养单位、责任人”六项清单，安全隐患整治率达100%。

临沭县推动“四好农村路”与城乡客运、农村物流、乡村旅游深度融合，让“路”真正成为“富民通道”。全县已建成县级物流园2个、乡镇分拨中心9个、村级快递网点220余个，实现“县镇村三级覆盖”。