

好产品到哪里都会有好市场 ——“打火机之乡”湖南邵东一线观察

每年生产打火机超过 150 亿只，产量占全球的 70%，产品远销 120 多个国家和地区——湖南邵阳邵东市素以“打火机之乡”闻名。面对外部环境变化带来的冲击，当地如何应对？

最近，记者来到邵东外贸企业的生产车间，看到这样一番景象：湖南东亿电气股份有限公司的打火机自动化生产线，以每分钟几百只的速度忙着生产来自全球的订单；湖南豪牌电气有限公司仓储区，一辆辆货车装满打火机，发往广东、江西等省份的零售渠道……

加强研发创新，深耕多元化市场，开拓国内渠道，邵东打火机在全球产业链供应链中寻找新锚点，推动产业加快转型升级，迈上高质量发展之路。

“不把鸡蛋放在同一个篮子里”

走进东亿电气生产车间，6 条自动化生产线同时运转，各类元件在机械臂操作下快速组装。注塑、焊接、充气、验火、质检、打包……每天，超百万只打火机从工厂发往全球。

“我们的订单排到了 10 月份。”东亿电气副总经理白家宝说，公司销售以外贸为主，出口占比超过 99%。去年，公司实现出口额近 3 亿美元，同比增长 5%，今年一季度保持同样的增长。

全球不确定性增加，“不把鸡蛋放在同一个篮子里”，是邵东外贸企业的应对之策。

“我们的客户来自 100 多个国家和地区，订单结构相对多元，抗风险能力比较强。”白家宝说，尤其是近年来，中东、东南亚等新兴市场的份额越来越高。

“没有哪个国家能阻挡全球化步伐。”邵东环兴打火机制造有限公司董事长、邵东市打火机行业协会会长吕省华说，公司的产品销往 80 多个国家和地区，有几百个稳定的采购商。近年来，邵东打火机企业积极开拓多元化市场，取得明显成效，保持强劲增长势头。

“我们前段时间从广交会回来，今年采购商比往届更多，我们充满信心。”白家宝说，“全球市场在任何时候都是风险与机遇并存，我们会以更积极的态度把握新机遇、开拓新市场。”

助力企业开拓新兴市场，相关部门多措并举。邵阳海关帮助企业应对技术性贸易措施，实施打火机批次检验等



·资料图片

改革措施，加强与商务、外汇、税务等部门数据共享，优化数据定制服务，定期开展分析研究，为产业发展提供决策参考，指导企业开发新兴市场。

据统计，一季度，邵阳对共建“一带一路”国家出口打火机及其零配件 4.8 亿元，增长 48.5%；对最不发达国家出口打火机 0.6 亿元，增长 13.3%。

“始终向创新要动力”

在环兴打火机公司的产品展示厅，8 大系列、200 多个种类的打火机产品让人目不暇接。从早期的 1 元砂轮打火机到 2 元电子打火机再到价格更高的防风打火机、点火枪、喷火枪，可以清晰地看到一条产品创新升级之路。

“这款最新的点火枪，成为近年来我们的一个增长亮点。”吕省华说，外贸产品要紧跟全球市场需求步伐，2023 年，公司对主要出口国市场开展深入调研后发现，随着露营、户外等需求不断增长，户外点火枪的需求快速上升。

“商机稍纵即逝，等不得慢不得。”吕省华说，拿到调研报告的第一时间，公司就果断投入资金并增加人员，研发了一款户外点火枪产品。

“我们精心筛选一些老客户，免费寄去新产品让对方试用，很快就获得大量新订单。”吕省华说，在公司参加的各大国际展会中，新款户外点火枪也成为采购商关注的焦点。去年，这款新产品带动公司点火枪类产品的整体增长超过两位数。

“始终向创新要动力，好产品到哪里都会有好市场。”吕省华说，在环兴打火机公司的出口订单中，中高端打火

机产品占比越来越高。

“月月有新品，年年有爆款”，是东亿电气研发团队的目标。目前，公司有专职研发人员 80 多人，研发投入每年超过 6000 万元，聚焦产品模具、产品结构、产品种类、产品功能等领域开展创新研发。

自动化、智能化升级，是研发创新的重要部分。“原来 200 人的车间，现在只要 40 人，产量还提高了 9 倍。”白家宝说，从 2016 年起，东亿电气每年投入 2000 万元，经过 4 年实现全环节自动化，不仅大幅降低了成本，还提高了产品质量的稳定性。

“邵东打火机能够快速地从实验室走上生产线，得益于产业链供应链的配套支持。”吕省华说，目前，邵东共有 114 家打火机生产厂家，其中 80 多家是配套企业，形成了独特的产业集群优势。在邵东，200 多种打火机零配件都能在本地配套，且配套企业都在 20 公里半径内。

支持企业创新，政策有所作为。据统计，邵东拥有 10 个国家级创新平台、35 个省级创新平台，企业拥有研发人员 3000 余人。去年，邵东全社会研发投入 19.88 亿元，技术成果交易额 55.4 亿元，研发投入强度 2.65%。

2024 年，《邵阳市打造“4×500”特色轻工产业五年行动方案（2024—2028 年）》发布，中高档打火机产品研发被提到了更加重要的位置，并计划在 2028 年实现打火机产值 300 亿元。

“国内大市场有着广阔的空间”

面对复杂严峻的国际形势，国内

市场是外贸企业的坚强后盾。不少邵东外贸企业布局内外贸一体化，积极构建内销渠道，拥抱国内大市场机遇。

“我们持续开拓国内市场，国内市场销售占比约七成。”湖南豪牌电气有限公司总经理刘汉江说，公司主打零售价 2 元到 5 元的中端打火机，每年推出 4—5 款新品，市场行情一直不错。去年，公司生产打火机超过 1 亿只。

做品牌、练内功、拓内需，给了刘汉江应对外部不确定性的底气。“国内大市场有着广阔的空间。”刘汉江说，“我们培养了一批稳定的国内客户，又打出了自己的品牌。实践证明，企业坚持做好自己的事，就能更好把握国内市场机遇。”

“我们制定了 2 年内将内贸销售占比逐步提升至 10% 的目标。”白家宝说，为此，东亿电气成立了十几人的国内渠道销售团队，专注于开拓国内市场。“从传统线下代理到新兴的线上渠道，我们都在积极尝试，正逐步收效。”

“开拓国内市场，要紧跟消费新趋势。”吕省华说，公司对国内消费市场的调研发现，融合了传统文化元素的打火机产品，可以得到年轻人的更多关注。未来，公司将聚焦年轻人的文化需求、情绪价值需求，在产品研发设计中融入动漫、“非遗”等元素，“争取把打火工具变成更多年轻人喜欢的工艺品。”

邵东市商务局相关负责人介绍，在促进企业内外贸一体化方面，将积极开展电子商务业务培训，争取年内培训 1000 人次，借助电商平台开拓国内市场。同时，集中省内各大采购商的采购需求，帮助外贸企业开展业务对接。

“推动内外贸一体化，有利于帮助企业利用超大规模市场优势，有效应对外部冲击，也有利于发挥外贸优品供给优势，助力提振消费。”商务部相关负责人表示，将通过举办“外贸优品中华行”等活动，推出一系列务实举措，培育内外贸一体化综合服务平台、在线下组织外贸优品进商超、在线上引导电商平台设立相关专区，帮助企业打通出口产品内销堵点，实现国内国际两个市场协调发展、顺畅切换、相互促进。

据《人民日报》

工商银行内蒙古分行全面开展 2025 年“普及金融知识万里行”活动

为深入贯彻落实中央金融工作会议精神，切实提升消费者金融知识水平和风险防范能力，根据内蒙古银行业协会和总行统一部署，工商银行内蒙古分行全面开展 2025 年“普及金融知识万里行”活动。

本次活动以“保障客户权

益，乐享安心生活”为口号，重点围绕“守护重点人群，筑牢金融防线；强化风险意识，保护财产安全；规范销售行为，恪守尽责底线；抵制不法中介，维护金融秩序；凝聚诚信力量，共建信用基石”5 大活动主题，积极开展形式多样的宣教活动，

进一步将金融知识送进社区、校园、农村牧区、商圈和企业，让金融安全的种子在祖国的土地上生根发芽。

活动期间，工商银行内蒙古分行各级消保委员会充分发挥统筹协调作用，主动将消保工作融入业务经营发展及产品服务各环

节，形成人人参与、人人尽责的工作格局，6 月 9—15 日全行线上线下累计开展宣传活动 962 次，覆盖群众超 1844 万人次。

未来，工商银行内蒙古分行将结合本地区业务实际，针对不同客户群体特点，在金融服务中切实满足人民日益增长

的金融需求，持续提升金融消费者的风险识别能力、自我保护意识和金融素养，有效防范化解金融风险，构建和谐金融环境。