

从宁波到阿拉木图： 一口锅背后的出海密码

深一度 浙江新闻名专栏

“去年第一次去，感觉还可以，所以今年才会再去。”昨天，刚从哈萨克斯坦返回宁波的朱禹安语气十分笃定。他是余姚市恒锦贸易有限公司负责人，该公司主营锅具，此前一直做内销。上周，中国（宁波）国际消费品博览会哈萨克斯坦展在阿拉木图开幕，朱禹安带着他的锅，再次来到这个中亚城市。

不会俄语，不懂报关，甚至连展位图片都没留存一张，但这个看起来“什么都不懂”的老板，硬是把一批批货卖进了阿拉木图的批发市场。

“我们在义乌碰到过哈萨克斯坦客户，对他们那边的饮食习惯有了一些了解。”他说，就是这点“了解”，成了打开市场的钥匙。

记者 单玉紫薇



展会现场。（受访者供图）

一口锅里的“本地化”密码

哈萨克斯坦是共建“一带一路”倡议的首倡之地。2025年，宁波对哈萨克斯坦进出口额达5.2亿美元，同比增长35.1%。

8月6日至8日，中国（宁波）国际消费品博览会哈萨克斯坦展在阿拉木图举行。作为宁波境外自办展的重要一站，本次展览由市商务

局与哈萨克斯坦世界丝路有限公司主办，组织了34家宁波家电及日用消费品企业、37个展位集中亮相，带来2000多款高性价比产品。

展会现场，34家甬企各显神通。朱禹安发现，哈萨克斯坦家庭人口普遍较多，饮食以煮、炖、蒸为主，对锅具的需求和国内有明显

差异。“国内汤锅一般用24厘米、26厘米，他们那边都要30厘米左右，尺寸要大几个号。”

于是，恒锦公司在产品上做了针对性调整——加深锅身、加大容量。审美层面也有讲究：哈萨克斯坦批发商偏爱简洁实用的包装，不追求花哨的装饰。这些细节，朱禹

安一一记下，一一调整。

去年参展后，该公司与阿拉木图批发商建立了长期合作，意向订单达二三十万元。金额不大，但对一个外贸新手来说，这已经是零的突破。

“我们做外贸不多，只能坚持去展会，慢慢摸索。”朱禹安说。

一辆车里的“抢滩”学问

展会现场最火爆的展位之一，属于宁波恒芯电器有限公司。

“第一天就有客户来签意向单，首单下了500台。”公司负责人甘旭清告诉记者。恒芯电器主营车载吸尘器等小家电，此前一直以跨境电商为主，产品已在亚马逊、速卖通等平台上得到验证。这次参展，是该公司从线上走向线下的第一步。

为什么车载吸尘器能在哈萨克斯坦卖爆？恒芯电器有备而来。“我今年3月专程去当地考察过。一方面，哈萨克斯坦距离新疆霍尔果斯很近，中国出口的二手车和电动汽车数量在增加，汽车保有量在攀升；另一方面，当地男性对车内清洁比较看重，这是他们的消费习惯。”通过与翻译、当地华人、客商沟通，甘旭清确认了这个判断。

展会结束后，他没有回宁波，而是直接从阿拉木图飞往霍尔果斯。“展会上得到的信息让我对中亚生意有了新的理解。”他了解到，霍尔果斯设有中哈贸易试验区，每天有四五千名哈萨克斯坦人过境采购，所以他考虑在霍尔果斯设前置仓，货物存放在国内，风险更小，待市场成熟后再向前推进到阿拉木图甚至阿斯塔纳。“要先了解

这个国家的习惯，聆听当地经销商的声音，再做尝试。”甘旭清说。

恒芯电器的“小爆单”看似偶然，实则必然。从3月考察到8月参展，从线上验证到线下出击，从阿拉木图展位到霍尔果斯档口——每一步都是对中亚市场脉搏的精准把握。这与朱禹安钻研哈萨克斯坦主妇用锅尺寸的逻辑如出一辙：是“文化+”从表层走向深层的体现。

一场展里的“文化”进化

“文化不是展台上的装饰画，而是订单的催化剂。”宁波雅卓展览服务有限公司副总经理薛层有感而发。作为哈萨克斯坦展的组展方，雅卓公司以“千企文帆”“贯通全球”计划为牵引，已连续两年承接宁波在哈萨克斯坦的自办展。

去年首届展会，组展方在展馆入口做了“宁波门头”，摆上文创印章和书签，哈萨克斯坦客商排队盖章打卡。“那是1.0版本，我们把宁波元素‘搬’过去，让大家先认识宁波。”薛层说。

今年组展方推出2.0版本，展馆里没有专门的人文互动区，但“文化+”的回响，反而在更广阔的层面激荡开来。

中国驻阿拉木图总领事馆在官方网站发布展会消息；土耳其语新闻门户“全球视野”以《中国制造走向中亚》为题介绍了宁波展区；哈萨克斯坦当地电视台制作了3分50秒的视频新闻报道……外媒的镜头不再聚焦于展馆里的文化装饰，而是对准了宁波产品本身，以及产品背后所体现的对中亚消费者

生活习惯的深刻理解。

“正因为去年打下了‘文化+’的底子，今年我们才有底气让文化走深走实——从展台走进产品，从表面走进内核。”市商务局副局长陈浩说，“当企业开始研究当地人用什么锅、开什么车、喜欢什么颜色，生意本身就成了文化交流的载体。”

从展馆内的文化互动，到产品本身的文化融合，再到外国门户网站、电视台自发传播引发更大范围的共鸣——宁波的“文化+展会”

模式，正在完成一次静悄悄的升级。

市商务局数据显示，今年1月至5月，宁波与中亚五国进出口额达28.9亿元，同比增长21.6%。这条向上的曲线背后，是34家企业、37个展位，是一个个像朱禹安这样“敢飞”的宁波老板，是一口口根据哈萨克斯坦人生活习惯加深的锅，是一辆辆从霍尔果斯疾驰而过的装满宁波小家电的货车。

采访结束前，记者问朱禹安明年还来不来，他没有犹豫：“来。”

一座越瓷坊，盘活千年文脉

人文乡村行

记者 冯姝涵 实习生 张琦玥

在余姚市河姆渡镇芦山寺村，姚江岸畔，静静矗立着一座越瓷坊，它是余姚目前唯一生产越窑青瓷的工作室。

在越瓷坊不远处，便是河姆渡遗址博物馆。游客参观完博物馆，顺道便能来这里感受青瓷文化。

今年，随着河姆渡考古遗址公园开放，越来越多的游客走进芦山寺村，越瓷坊也变得更加热闹。

然而几年前，这里完全是另一番光景。守着河姆渡文化遗址这块金字招牌，芦山寺村本该拥有得天独厚的旅游资源，但游客看完文物便匆匆离去，村庄并未真正享受到文化遗产带来的红利。

如何让文化资源成为乡村发展的动力？芦山寺村党支部书记向国灿开始寻找答案：“既然游客来了没有地方去，那我们就给他们‘造’去处。”

芦山寺村从改造明清古村落浪墅桥村开始，争取资金按古村原貌修缮，同时巧设手工坊、茶香书屋等打卡点，还将在外发展的市非遗越窑青瓷烧制技艺代表性传承人范江明请回村创业。

在镇、村两级的大力扶持下，范江明在浪墅桥村打造了占地面积超2000平方米的越瓷坊。

对于范江明来说，这不仅是一次返乡创业，还藏着一份沉甸甸的使命感。“很多人不知道，余姚也是越窑青瓷的重要发源地。”范江明说。

然而，随着时代变迁，属于余姚的越窑青瓷技艺逐渐沉寂。“我



孩子们在越瓷坊研学。

（受访者供图）



范江明在制作瓷器。

希望越窑青瓷在余姚重新发展起来。”范江明的语气里带着坚定。

千年技艺的恢复并不容易，唐宋时期很多越窑青瓷的烧制方法已经失传，只能在不断实验中慢慢摸索。

从瓷土配比、釉料制作到烧制温度控制，每一个环节都需要反复尝试。为了找到合适的釉料，范江明曾尝试四明山上的各种草木灰。

“一方水土养一方瓷。”范江明认为，越窑青瓷的魅力，不只是温润的色泽和独特的造型，更在于它与土地之间的联系。因此，他坚持从当地寻找创作灵感，让青瓷带上河姆渡的文化印记。

这份执着很快便有了结果。依托河姆渡独特的文化底蕴，范江明创作的“河姆渡文化主题

杯”荣获2024“浙派好礼”非遗文创产品类金奖。

主题杯以河姆渡遗址出土文物圈足簋为造型原型，将“稻作农业”“干栏建筑”“划桨行舟”等河姆渡文化元素融入设计。更难得的是，作品采用四明山草木灰作为釉料，使得瓷器拥有天然的纹理感和色泽，每件作品都独一无二。

不仅文创产品破圈吸粉，前来越瓷坊研学的人也是络绎不绝。

在课程设计上，越瓷坊将河姆渡文化、青瓷文化和美丽乡村相结合，复刻河姆渡遗址出土的双鸟朝阳纹象牙蝶形器、猪纹陶钵上的经典纹样，同时制作干栏式建筑的木头模型，让孩子们在动手体验的过程中，了解背后的历史文化，真正做到可看、可玩、可学。

“我希望无论是文创产品，还是研学课程，都有自己的特点。”范江明说，只有这样，才能发挥越瓷坊独特的品牌效应。

目前，越瓷坊年接待游客上万人次，已经成为集青瓷展示、产品销售、旅游体验、研学教育于一体的综合性文化空间。

在这里，青瓷不再只是陈列在展柜里的展品，而成为可以触摸、体验、带回家的文化产品。

“非遗最好的传承方式，不只是保存技艺，更要让它进入今天的生活。”范江明感慨。

如今，行走在芦山寺村，越瓷坊与农耕文化印象馆、非遗展示馆、古法榨油坊等文化空间串联成线，将河姆渡文化的流量转化为乡村发展的留量，也让曾经沉寂的青瓷技艺，在余姚大地焕发新的生机。

宁海“厂房通” 让闲置厂房“活”起来

本报讯（记者孙吉晶 通讯员陈素霞 吴帅）近日，宁海“厂房通”平台工作人员小陈收到一家模具厂负责人发来的信息：“280平方米厂房已租出去了，太感谢了。二楼和四楼要是有人租，也帮我推推。”

今年4月，该模具厂负责人打来电话，称有三层共计1880平方米的闲置厂房要出租。小陈第一时间将房源上架至“厂房通”并持续跟进。上个月，创业者朱老板打来电话求助，表示急需租赁约300平方米厂房。小陈马上调出资源库进行匹配，经过系统筛选，将模具厂的其中一部分闲置厂房推荐给朱老板。朱老板看场地、洽谈、达成意向，仅用了4天时间。

一头是房东守着空置厂房，“望客兴叹”；另一头是创业者四处寻找创业场地——在宁海，“厂房通”的上线正逐步破解这一困局。

今年上半年，“厂房通”已完成32处、共计16.75万平方米闲置厂房的精准信息入库，成功为29家企业解决租赁需求，累计交易面积19.31万平方米，转换率为115.3%。

精准匹配，关键在“准”字上下功夫。“厂房通”依托13个实体化服务窗口全面排摸，归集形成闲置厂房数据库，对每一处

入库房源，从基础属性、场景适配等多维度进行“精准画像”，不仅标注地理位置、建筑规模等基础信息，还补充层高参数、消防等级等关键要素，便于系统快速筛选比对，从海量房源中锁定最匹配的选项进行推送。初次匹配不理想，可根据需求及时调用资源库进行二次筛选，直到供需双方都满意为止。

宁波某新能源有限公司主营新能源三电系统结构组件的研发、生产和销售，入驻宁海跃龙街道凤凰小微园后，订单逐月攀升，5000多平方米的厂房很快不够用，产能瓶颈成了制约发展的“拦路虎”。跃龙街道企服专员在走访中了解这一问题后，马上通过“厂房通”平台精准匹配，从资源库中筛选出3处现成标准厂房供企业比选。仅花了两个月时间，该企业就与其中一家达成租赁协议，顺利搬迁到雪坡工业园区。新厂区宽敞明亮，1.6万多平方米的生产场地，让企业彻底破解了产能瓶颈，为全年订单稳定交付提供保障。

一次次精准匹配，盘活闲置资产；一轮轮按需筛选，统筹空间资源与产业需求，实现场地供给与企业发展双向契合。“厂房通”平台依托扎实的数据底座、智能匹配功能和全流程贴心服务，让闲置厂房“活”了起来。“厂房通”成了闲置厂房租赁领域的“数字红娘”，受到租户点赞。

盘活闲置地为村集体增收 象山完成全市首宗 工业“集体土地”入市

本报讯（记者沈天舟 通讯员俞宇 林颖）近日，象山县大徐镇汤家店村与宁波赛科实效科技股份有限公司正式签署集体经营性建设用地使用权出让合同，标志着宁波市首宗工业用途农村集体经营性建设用地正式完成入市，也意味着象山深化集体经营性建设用地入市试点从商业领域迈向了工业领域。

据了解，此次出让地块面积8.124亩，长期处于低效闲置状态，年租金仅万余元。“这次一亩拍到50万元，不仅盘活了沉睡资源，还让村集体一下子进账400多万元。”该村党支部书记郑国宏难掩兴奋。这笔资金将部分用于改善村居环境，其余注入强村公司，通过项目分红和定向扶持，形成“以产兴村、以村促产”的良性循环。

对企业而言，这次签约恰逢其时。企业今年销售目标为1亿元，上半年已完成4200万元产值，但现有厂区为非标准化厂房，工序分散、物料迂回转运，导致成本居高不下，扩产迫在眉睫。

“硬件跟不上，大订单客户来考察时直摇头。”企业运营副总陈炳坦言，新地块紧邻现有厂区，投用后将实现全流程集中规

划，仅管理成本就可下降约2个百分点。

“这次‘拿地’，几乎全程由大徐镇人民政府及县资规部门代办，从政策宣讲到签约拿地，仅用时半年多。”陈炳说。

这还是一次深度的村企“绑定”。除提供就业岗位外，企业还将设置公益性岗位，租用村内闲置土地建设配套设施，并每年向村集体支付定向扶持资金。

“本次成交地块属存量集体建设用地，严格参照工业‘标准地’模式出让，是集体土地与国有土地‘同权同价同责’的完整实践。”象山县自然资源和规划局所有者权益与开发利用科科长孙汉耀介绍，签约后，土地所有权仍归村集体，但使用权人在抵押、转让、使用年限及违约责任承担上，与国有建设用地完全一致，既保障优质项目落地，也守住防止粗放用地的底线。

自2023年象山入选全国深化农村集体经营性建设用地入市试点以来，已摸排出全县334亩集体存量建设用地。“目前多个乡镇主动对接，我们将以汤家店村案例为样板，进一步挖掘适配地块，精准解决企业增资扩产‘最后一公里’问题，推动更多沉睡土地资源转化为高质量发展新动能。”象山县自然资源和规划局相关负责人说。

11秒08!刷新亚洲U20纪录 陈妤颀全锦赛百米决赛夺冠

本报讯（记者龚旭琪）昨天，在全国田径锦标赛女子100米决赛中，宁波小将陈妤颀跑出11秒08的成绩，夺得金牌并打破亚洲U20纪录。

作为国内规模最大、竞技水平最高的田径赛事，本届赛事共设10个竞赛单元、44个小项，吸引全国30多个代表队的1000余名优秀运动员参赛。据了解，本届赛事不仅是第十六届全国运动会新周期各省市主力阵容的首次集体亮相，更是国家选手备战爱知·名古屋亚运会的关键实战模拟平台。

本场比赛，年仅17岁的“小孩姐”陈妤颀是跑道上最受关注的存在。相比于预赛和复赛，陈妤颀在决赛中毫无保留，迅速来到领先地位。最终，陈妤颀率先冲过终点，以11秒08的成绩摘得金牌，同时打破亚洲U20纪录。

近期，陈妤颀一直跟着国家队备战亚运会。爱知·名古屋亚运会将于9月举行。陈妤颀说，希望接下来把状态调整到最好，在亚运会的赛场上“跑出自己的最好状态、最好成绩”。



陈妤颀刷新亚洲U20女子100米纪录。

（徐诚 摄）