

奋“甬”前行
开新局

宁波外贸小伙“勇闯”哈萨克斯坦 在异国他乡开玩具厂，实现跨国经营

在哈萨克斯坦第一大城市——阿拉木图郊外的15公里处，有一家中国人开设的玩具厂。白天，30多位工人勤勤恳恳地工作，投身于打样、缝纫、包装的繁忙流水线；傍晚，伴随凤凰传奇的歌声，中外员工一起放声高唱、翩翩起舞，笑声比晚霞还明媚。

这家玩具厂的老板是宁波甘奇贸易有限公司总经理、95后青年马千里。三年前，他从拖着行李箱做地推开始，掘金哈萨克斯坦的“蓝海”；如今，他让自主品牌“Shapalak”进入当地的商超专柜，还在阿拉木图办起了儿童玩具工厂，一年间营收增了4倍。

这位本可以在写字楼吹空调的“Z世代”青年，为何要白手起家闯世界？他如何让中国玩具“圈粉”中亚消费者？在一个风雨交加的台风天，他赶在赴哈萨克斯坦出差的前夕，和记者聊起了比风暴更跌宕的创业历程。



马千里(右)在展会上和哈萨克斯坦客户合影。受访对象供图

1 一次「头脑发热」的创业

马千里出生于1995年，老家在甘肃。从宁波工程学院毕业后，他留在这座外贸大市，从事专业对口的大宗商品贸易。然而，这份“两点一线”的工作，令热爱挑战的他感到枯燥乏味。2021年，他索性一脚油门从宁波“踩”到霍尔果斯，去祖国边境“看看更大的世界”。

正是这场自驾游，让马千里敏锐地捕获了商机。

当时他从新疆出发，来到对中国游客实行过境免签的哈萨克斯坦，发现这里的商超物价相对偏高，一些小玩具的标价是国内10倍；而餐厅里，一个家长带三四个小孩的现象十分普遍。在马千里看来，这表明当地新生人口数量大，正是做儿童玩具生意的“天选之国”。

“我是一个容易‘头脑发热’的人，想到什么就马上行动。”马千里说，他当即决定辞职创业，先从国内“代购”了一大批玩具装进行李箱，再“单枪匹马”到当地做地推，第一单生意只挣了500元。

“客户问，就这么点采购量，能发货吗？我说，行！就这样赚到了第一桶金。”马千里说。

但马千里同时也意识到，这种“小打小闹”的“代购”绝非长久之计。2022年，一位在银行工作的朋友提醒他“生意要做大，必须要合规”，唯有证照齐全、合规经营的企业，才能叩开哈萨克斯坦商超货架的大门。

“我们在宁波和哈萨克斯坦都注册了公司，每一笔订单从采购到运输、从报关到清关都走上正轨。尽管短期内付出很大成本，却让我们得到当地最大玩具批发商城的青睐，他们放心大胆地向我们下订单，雪球从此越滚越大。”马千里说，“做生意要有规矩”，正是宁波这片土壤给他上的第一课。

2 为产品添上「最炫民族风」

当越来越多商人蜂拥而至，哪怕再广袤的“蓝海”，也免不了越来越“卷”，这正是马千里近两年面对的新痛点。他心想，作为中小创业者，和“大厂”拼标准件必输无疑，唯有把本土化“卷”到极致，才能在“小而美”的赛道“出圈”。

“我们发现，哈萨克斯坦地处中亚‘心脏’，市面上的玩具以英文、中文、俄文为主，鲜有本地语言的产品。而当地正掀起民族文化复兴的浪潮，这正是我们的机会。”马千里说。

于是，他在哈萨克斯坦注册自主品牌“Shapalak”——这个词在当地语言中有“鼓掌”和“扇巴掌”双重含义。同时，他还招纳中国的哈萨克族人加入团队，并整合国内的设计师与工厂资源，一起把“最炫民族风”写进产品基因。

“我们做了一款羊拐骨玩具，它起源于游牧民族占卜的器具，可以激发天南地北哈萨克族人的童年记忆。来自美国和法国的哈萨克族客户纷纷下订单，更有哈萨克斯坦的航空公司将其视为文化伴手礼。再如哈萨克斯坦民族乐器冬不拉，我们也做过1:1的玩具，主打‘怀旧风’。”

马千里介绍，他们每年都会研发20多款“哈味”十足的新品，“爆款率”高达40%，秘诀就在于“接地气”的市场调研。“我们邀请哈萨克斯坦的幼儿园老师参与茶话会，分享孩子喜爱的动画片和游戏。在他们的建议下，我们推出带有当地元素的九九乘法表，寓教于乐。”马千里说。

为更贴近消费者，2024年，马千里决定在阿拉木图设厂——在离市区15公里处，以近60万元的租金“盘”下2000平方米的厂房。随后，他们在附近的村镇小卖部张贴“招工海报”，以高于当地平均线的时薪招募工人。

“我们的工厂是年初六开工的。天气冷，没空调，大家顶着帐篷开着加热器，吭哧吭哧地抢生产。”马千里回忆，“当时还有一段小插曲，按照阿拉木图的习俗，工厂开张要举办杀羊仪式，将羊肉分给街坊邻居。我们不知道分羊的惯例，被痛骂一顿后才吸取教训。”

马千里说，那年的春节是在当地过的，当时他非常想念故乡的亲人。

“我一个不爱吃饺子的人，竟然破天荒地让朋友给我寄速冻饺子。”马千里笑着说，但跨国经营也有许多乐趣，“到了古尔邦节，我们在厂房门口烹羊宰牛，载歌载舞，大家语言不同却踩着同一鼓点，这就是文化交流的魅力。”

3 从产品「出海」到文化「出海」

马千里的“出海”之路，正是中国制造向中亚延伸的缩影。

“据我们观察，哈萨克斯坦本地的轻工业并不发达，日用品工厂屈指可数，而中国企业在哈的投资项目，又以重工业和基建为主。”马千里说，“我们在阿拉木图开设的儿童玩具厂，不仅创造了30多个就业岗位，还填补了当地轻工业的空白。”

如今，“Shapalak”玩具已在哈萨克斯坦头部商超“Balbobek”拥有专柜，成为“低头不见抬头见”的当地国民品牌，令马千里深感自豪。他希望以哈萨克斯坦为桥头堡，让产品辐射至俄罗斯和其他中亚国家。

“今年，我们参加了宁波跨博会，结识了许多深耕俄罗斯市场的跨境电商卖家。”马千里介绍，“由于哈萨克斯坦和俄罗斯达成关税同盟，我们在阿拉木图生产的产品，在俄罗斯市场颇有竞争力。我们也将开拓俄语产品线，实现跨境‘出海’。”

展望未来，马千里还有更大的梦想——以玩具为载体，推动文化“出海”。“我们考虑将中国的十二生肖等元素融入玩具设计，并制作中哈文化交流的动画片。当海外的小朋友把‘中国故事’装进书包，中华文化将完成从‘出口’到‘入心’的旅程。”马千里说。

记者 严瑾



位于阿拉木图玩具厂的仓库。受访对象供图