

# 池店镇：以「数字化」为帆 加速「晋品出海」

当一双防滑拖鞋借数字东风单月海外订单突破5万双,当曾经困守孤岛的中小企业蜕变为跨境先锋——位于晋江市池店镇的SUBC星联中心以“数字枢纽”织就了货通全球45国的“出海”经纬,在晋江池店这片热土上,一场由政企共舞形成的“数字变革”正悄然重塑当地的产业基因:这里有“政策筑基、平台聚力、企业唱戏”的生态共荣,这里有“产业带聚合服务”托举的企业集群式出海,这里有一座小镇以数字化转型为帆加速“晋品出海”的生动叙事……这些故事的背后,是池店镇构建“买全球、卖全球”贸易新生态的战略实践。



▲主播正在直播。

▲星联中心数字展厅里,客户现场通过扫码即可清楚地了解产品详细信息。

▲企业工作人员在查看选品。

## 创业者的“池店机遇”：从困局到破局的蜕变

“如果没有星联中心,我们的跨境业务可能还在‘小打小闹’。入驻星联,是企业走向快速发展的契机。”星澜文化传媒负责人徐振威感慨道。2022年,他带着五六人的团队从东海万科ITC迁至星联中心时,跨境年销售额仅1000万元,增长乏力。当时团队面临多重困境:物流成本居高不下,供应链不稳定,SKU仅几百个,选品全靠自己跑工厂,市场选品缺乏灵活性,常因对海外市场需求判断不准导致备货积压,清关延迟更是家常便饭,曾有一批鞋服卡在海关,团队连续熬了三个通宵才解决,他一度想过放弃。转机源于2022年的一次考察。在朋友推荐下,徐振威抱着试试看的心态,参观了星联中心,详细了解星联中心的供应链资源、创业者扶持政策等,特别是“共同出资、风险共担”模式,平台可与创业者一起垫资、派人员到海外,盈利后按比例分润,彻底打消了他“想拓市却怕赔钱”的顾虑。入驻星联中心后,团队迎来脱胎换骨的变化。供应链极其丰富,星联选品平台线上“供应链数字展厅”有上千款产品,从晋江知名拖鞋、运动服到越南的kennyfa服装、sunhouse厨具,每款产品都有详细市场调研报告,无须再盲目选品。去年引入的一款晋江防滑拖鞋,凭借品质和平台提供的海外市场数据支持,在越南市场单月销量突破50000双,成为“强势爆款”。同时,物流成本大幅下

降,通过平台拼柜服务,每立方货物运费快速下降,有时拼柜甚至能享受“零成本”,半年光物流就省了近百万元。以前从晋江发到越南胡志明市要15天,现在7天就能送达,客户满意度从70%提升到95%,复购率显著上涨。2024年初,团队决定开拓越南市场,派驻人员、租办公场地、备货需投入上百万,星联中心创业者扶持政策入场,共同出资,同时快速链接当地资源,进行多方调研,如今,越南市场月销售额稳定在200万元以上,当地办公室从100平方米扩展到1800平方米。星联中心对于企业的赋能,在项目共创之外,还提供了人才孵化与输送板块。星联中心的校企合作机制为项目运营注入新鲜血液,平台和本地高校合作的实习基地送来5个实习生,其中3人成了团队骨干,分别负责越南市场运营、数据分析 and 供应链对接,解决了招聘难题,还节省了成本。截至目前,星联中心跨境产业聚集区、园区企业年跨境交易额2亿元以上,主要得益于像徐振威这样的跨境团队正在一个个崛起。“下一步,计划跟着星联中心开拓泰国、马来西亚市场,平台已对接好当地供应链和物流资源,年底有望落地。”谈及未来,徐振威信心满满地说,“有平台在,出海每一步都很踏实,相信三年内能突破年销售额2个亿。”

## 星联中心“池店基因”：数字平台激活产业势能

徐振威所在团队的成长,是星联中心深度融入池店镇发展脉络的缩影。这座被池店镇定位为“数字贸易核心载体”的平台,从诞生起就带着“政企协同”的基因。“池店镇的规划给了我们明确方向:聚焦产业带数字化出海,构建‘买全球、卖全球’的服务链。”星联城市产业创新平台负责人吴怀敏介绍,在池店镇全力构建“买全球、卖全球”贸易新生态的进程中,星联中心以独特的数字化赋能模式和全链条服务体系成为关键载体。作为聚焦产业带数字化出海的生态平台,它通过整合全球资源、深耕数字化转型,为当地外贸业态注入新活力。据悉,依托新星国际旗下企业构建的基础,星联中心形成全链路服务体系,打造的产业数字贸易生态圈,整合全球主流平台资源,通过三大亚太运营中心构建辐射45国的销售网络。当前,3.5万平方米的星联产业园包含多栋功能大楼,形成“线上数字化平台+线下实体空间”融合模式,已有1000家数字化合作工厂、4000家入驻工厂。不仅如此,星联中心仍以鞋服箱包为核心拓展多品类,通过“产业带聚合服务”推动企业集群式出海。吴怀敏告诉记者,他们聚焦产品品牌赋能,在深耕亚太市场的同时积极开拓中东及拉美新兴市场,借助集群效应让本地产业优势辐射全球。这一成果的取得,得益于创新打造产业带供应链数字选品展厅——该展厅结合AI选品技术与智能物流系统,助力企业实现精准决策。“我们会指导企业开展研发设计,根据海外市场反馈调整生产,还提供语言转换等服务

务,帮助他们真正融入全球市场。”此外,星联中心还将与多家商协会战略合作,通过“商协会+平台”模式复制成功经验,开展多方面培训,助力会员企业实现出海突破。同时,作为新外贸业态核心,星联中心还构建“线上线下一体化”创新模式。线上依托“多维码”“潮叔邦”等工具实现供应链管理和数字营销;线下打造“爆品快闪空间”和“数字展厅”,方便全球采购商交易。“我们的目标是从贸易数字化1.0升级到3.0,实现全球化资源联动。”吴怀敏说,这种升级的背后意味着星联中心不仅可以帮企业卖产品,还通过数据反馈指导生产、参与研发,提升产业带全球竞争力。截至目前,星联中心已链接众多企业,举办近1000场与全球TOP平台的联合活动,持续注入全球化视野。吴怀敏强调:“我们不是简单的‘开店平台’,而是产业价值链的赋能者,正通过数字化转型助力城市产业出海。”池店镇外贸业态正从传统“单一交易”向“生态化运营”升级,星联中心成为书写池店产业带全球化新篇章的重要一员。



▲工作人员正在制作产品网页。

## 池店镇“赋能哲学”：从筑巢引凤到生态共荣

在池店镇全力构建“买全球、卖全球”贸易新生态的进程中,SUBC星联中心的崛起并非偶然。这座聚焦产业带数字化出海的生态平台,能成为区域外贸转型的核心载体,离不开池店镇政府从政策到资源的全维度赋能,二者形成的“政企合力”正重塑当地外贸格局。池店镇以“组织+服务”双轮驱动为星联中心铺路,从成立党委书记、镇长任双组长的电子商务工作领导小组,到组建涵盖党建、税务等多部门的服务专班,为企业提供“一站式”保障。这为星联中心奠定了发展基石——初期规划便明确以“数字经济创新孵化”为核心,投入1.5亿元建设3.5万平方米载体,配套5G全覆盖、千兆入户等硬核设施,使其成为池店少有的高端商业楼宇。“池店镇要的不仅是一个产业园,更是福建首个数字贸易综合平台,通过供应链数字化、跨境贸易等多领域布局,让服务链深度赋能传统工厂。”池店镇镇长蔡清渠说。政策红利的持续注入,让星联中心快速形成产业集聚效应。当前,池店镇正通过精准招商,推动跨境类目海外抖音直播东南亚MCN第一名企业,安踏、特步电商板块运营商等10余家龙头企业入驻,虹吸效应带来的成果显著:累计新增出口超3000万美元,培育30余家跨境电商企业,本土货源采购占比超40%,区域产业结构正加速向数字化、高端化跃升。为深化这种集聚效应,池店镇仍以“活动+招商”模式,将星联中心的Bilibili年货节、亚马逊等多平台对接规模化,推动产业链上下游资源整合,让单个企业的优势转化为产业带的集体竞争力。在资源调配层面,池店镇始终与星联中心的数字化转型同频共振。据悉,池店镇结合数智转型攻坚行动,全力支持星联中心开发多维码、潮叔邦、星联E+等数字平台,从供应链管理到AI选品,再到网红直播场景打造,每一步都有政策资源的倾斜。这种支持让星联中心的服务能力持续升级,正如吴怀敏所言:“政府推动的数字转型方向,与我们的业务布局完全契合,比如本土货源采购占比超40%,很大程度上得益于镇里对零散资源的整合引导。”对于星联中心的长远发展,池店镇的赋能更具前瞻性。蔡清渠介绍说:“我们要把星联中心打造成‘晋品出海’的枢纽,一方面用好百捷国际中心等周边载体扩大电商集聚,另一方面整合赤塘、洋茂等村的零散资源,推动闲置厂房改造为电商云仓,为星联的供应链体系筑牢根基。”这种布局与星联中心的“数字贸易3.0”目标形成呼应。吴怀敏透露,中心已链接1000家数字化工厂,举办近1000场平台联合活动,这些都离不开镇里“人才+平台+业态”的战略引导,比如与高校合作的人才培训,直接为企业输送了数字化运营力量。如今,在池店镇的持续赋能下,星联中心已从单一产业园成长为区域经济升级的引擎。从政策保障到资源整合,池店镇所有举措都围绕一个目标——让星联中心真正成为“买全球、卖全球”的核心枢纽。政企协同的化学反应正在显现:星联中心的数字化服务辐射范围不断扩大,而池店镇的外贸业态也借此从传统“单一交易”向“生态化运营”跨越,一幅“政府搭台、平台唱戏、产业升级”的外贸新图景正愈发清晰。从创业者的“出海梦”到晋品的“全球路”,池店镇与星联中心的政企协同,正在书写一个更宏大的故事——当政策赋能、平台聚力、企业发力形成合力,“晋品出海”不再是遥不可及的目标,而是正在发生的生动实践。这片热土上,更多“徐振威”式的成长故事,正见证着晋江制造向全球价值链高端攀升的坚定步伐。

本报记者 蔡明宣 陈巧玲



▲星联中心