



农行广州分行持续赋能 “珠江”老字号焕新出海

广货行天下,金融助远航。新快报联合中国农业银行广州分行重磅推出“广货行天下”系列深度报道,走进广州制造企业生产一线,回顾企业奋进之路,记录农行以信贷供给和综合金融服务相伴护航,助力一件件广货从珠江之畔破浪扬帆、奔赴世界舞台的生动故事。本期聚焦广州本土老字号企业,介绍农行广州分行持续赋能,助力实体企业在智能制造升级与全球化拓市的浪潮中焕发全新生机。

走进广州珠江塑料智造大厦,智能化产线高速运转,机械臂起落精准,有序完成注塑、塑形、仓储全流程作业。这座智能工厂,是这家有着65年历史的国货老字号蝶变新生的最好见证。而在“珠江”牌逐浪出海的每一个关键节点,农行广州分行以精准的金融政策、专业的跨境服务持续赋能,助力这张广货名片立足国内、行遍天下。



■在广州珠江塑料智造大厦,农行广州分行工作人员深入智能化产线,了解企业研发生产情况及出海金融需求,提供专业跨境金融服务。

守正创新

广货老字号焕新逐浪出海

1961年,“珠江”牌在广州诞生。凭借用料扎实、经久耐用的品质,“一凳传三代,人走凳还在”成为深入人心的民间口碑。“用好料、做扎实,这就是我们的立身之本。”广州市塑料工业集团有限公司副总经理杨树坤表示,过硬品质,就是最硬核的竞争力。

光守老本不行,还得跟着市场走。近年来,“珠江”牌在保留经典款的同时,不断拓宽产品线,推出食品级塑料容器、物流托盘、家居收纳等新品。企业现已拥有8项发明专利、50项实用新型专利、17项外观专利,依托成熟的研发体系实现产品稳步迭代。

2026年1月,投资1.25亿元的珠江塑料智造大厦落成投产。注塑设备、仓储物流全线升级,智能产线集聚、研产空

间整合、老旧产能迭代——这座高标准智能化生产基地,标志着企业从传统制造迈向智能绿色制造。

企业加速升级的背后,金融支持早已提前布局。杨树坤介绍,2019年,企业选择农行作为国际业务核心合作银行,看中的是农行在跨境结算、贸易融资领域的综合服务实力——本地跨境业务布局完善,外汇政策解读专业,合规申报严谨,能有效帮助企业规避汇率波动和外管合规风险。“大行风控稳健,深度理解我们品牌出海的经营节奏,这一点我们非常认可。”

七年同行,银企合作维度也不断升级——从最初的收付汇、信用证基础结算业务,逐步拓展至供应链融资、汇率避险、跨境资金统筹等一体化综合金融服务。



金融护航

破解汇率波动“拦路虎”

如今,“珠江”牌产品远销东亚、东南亚、中欧、非洲等地。今年1-7月,企业出口金额超6亿元,同比增长30%。

然而出海之路并非坦途,汇率波动是制造业企业普遍面临的“拦路虎”。对此,农行广州分行提供汇率风险管理机制参考,帮助企业完善内部锁汇制度;日常推送锁汇报价,解读市场行情;结合订单周期定制套保方案。目前,企业已通过远期结售汇锁定汇兑成本。“农行给了锁汇的优惠汇率,让我们从‘不敢做、不会做’到‘放心做、熟练做’。”杨树坤说。

2026年上半年,农行广州海珠支行建立专属实时对接机制,为企业提供贸易高水平便利化服务,单证审核流程大幅优化;配套多元融资产品,实现国际用信超百万元;通过外汇衍生套保为企业

开展风险中性管理,帮助企业按月连续锁汇、降低汇率波动对主营业务的影响。

站在新的起点,“珠江”牌正积极调研海外建厂、跨境并购业务,谋划搭建跨境资金统筹管理体系。对于未来银企协同出海,杨树坤充满期待:“农行拥有完善的全球分支机构和代理行网络,越南、新加坡等境外网点布局,给了我们开拓海外市场十足的信心,期待后续依托农行全球链路,获得全方位接力式金融支撑。”

从一把“省凳”到一座智造大厦,从广州街坊的集体记忆到全球40多个国家的贸易伙伴,“珠江”牌用65年书写了一部老广货的进化史。农行广州分行相伴护航,以金融活水浇灌实业之根,助力老字号在“行天下”的征途上行稳致远。这,正是金融与制造双向奔赴的最好注脚。

(文/范昊怡 王洁芬 谢妍)

农行广州分行： 金融赋能新广货 名创优品“IP”行天下

广货行天下,金融助远航。新快报联合中国农业银行广州分行重磅推出“广货行天下”系列深度报道,走进广州制造企业生产一线,回顾企业奋进之路,记录农行以信贷供给和综合金融服务相伴护航,助力一件件广货从珠江之畔破浪扬帆、奔赴世界舞台的生动故事。本期聚焦中国品牌出海标杆——名创优品(广州)有限责任公司,展现农行广州分行以全周期金融服务赋能实体,实现金融活水与民族品牌的双向奔赴。

2013年,名创优品创立于广州,2015年启动全球化探索。截至2026年6月底,集团全球门店达8674家,进入全球113个国家和地区,名创优品完成了从“中国品牌”到“全球品牌”的身份跃迁。这期间,农行广州分行以信贷资金、国际结算服务等全方位金融支撑,始终陪伴左右。

从“跑马圈地” 到“开好店、开大店”

名创优品的全球化并非简单复制中国门店模型。创始人叶国富将2013年至2023年定义为“性价比消费”的出海1.0时代——依托中国供应链优势,通过代理、贸易等方式快速进入海外市场。

2023年起,名创优品提出全球化品牌战略升级,从“产品出海”走向“品牌出海”。“开好店、开大店”策略随之落地,2023年5月名创优品成为首个进驻纽约时代广场的中国品牌;2024年6月旗舰店落地巴黎香榭丽舍大街,毗邻LV旗舰店。近一年来,名创优品推进“乐园系”店态创新,如MINISO LAND广州壹号店(正佳广场店)面积超1100平方米,IP产品占比超90%。截至今年8月,全国乐园系门店已突破100家。

门店扩张与品牌升级的背后,金

融力量始终同行。农行广州分行与名创优品建立深度合作,在企业从本土做强到出海布局的不同阶段,围绕经营全链条匹配综合金融服务方案,做到“企业发展到哪里,金融服务就跟进到哪里”。

从“联名集合店” 到“全球IP运营平台”

2020年,名创优品率先提出“兴趣消费”概念,IP正是连接这些“小共识”的核心纽带,并宣布推动“未来10年带领100个中国IP走向世界”。

如今,名创优品已与迪士尼、三丽鸥、Chiikawa等全球超180个顶级IP达成深度合作,同时成功孵化YOYO、CHOUCHOU、墩DUN、PENPEN等自有IP。自有IP YOYO上线不到一年即走入全球53个国家和地区,2026年前三季度GMV突破10亿元。

在企业推进品牌战略升级、供应链优化的关键阶段,农行广州分行的综合授信精准对接其发展需求。农行构建多维综合评价体系:看重国内主业经营稳健度、品牌市场竞争力、供应链管控能力;重点研判出海业务质量,关注海外市场布局合理性;与门店经营现金流;同时兼顾企业并购扩张、全球化布局的战略逻辑,结合治理水平、履约记录、跨境合规风控能力综合

研判。这种评价体系,让名创优品的“IP实力”与“出海潜力”转化为实实在在的融资底气。

从“产品出海” 到“品牌出海”

目前,名创优品已进入全球113个国家和地区,海外门店超3600家。跨境资金调拨、多币种汇率风险管理成为日常经营的核心痛点。

针对这些痛点,农行广州分行以FTN账户为企业提本外币一体化管理,适用离岸汇率,企业可择优选在岸或离岸汇率,有效降低汇兑成本;提供资金划转便利化服务,一线划转凭指令办理即可,保障全球门店供应链资金高效运转;配套掉期、远期、期权等定制化避险工具,帮助企业有效规避汇率风险。这种“全周期陪伴”式服务,让品牌“走出去”之后还能“站得住、经营好”。

一路走来,农行广州分行的金融服务覆盖了名创优品发展的多个关键节点。未来,该行将持续做强综合授信服务体系,为消费品牌、新零售企业打造“信贷业务+跨境金融”一体化综合服务包;深化跨境金融产品创新,升级FT账户、跨境资金池服务,迭代汇率避险产品,完善跨境结算链条;发挥全球经营与跨境资源优势,重点支持广东本土新零售、日用消费、轻工品牌,陪伴更多“广货”品牌走向国门、走向世界。

(文/陆妍思 王洁芬 郑淳莹)

■农行广州分行工作人员实地走访名创优品“乐园系”店铺,结合企业经营情况与出海计划定制“信贷业务+跨境金融”一体化综合服务包。

