



出品人|任天阳 总统筹|孙璇 策划|林洁 吴江 蒋铮 董柳 统筹|孙晶 林桂炎

产业共荣,广货扎根印尼潮涌东南亚

羊城晚报记者走进印尼,探寻广东企业
如何在新兴市场构建产业生态

羊城晚报记者 曾潇 赵鹏

“我相信中国的产品。”在前不久举办的印度尼西亚国际车展(GIASS)上,当地一名大学生在小鹏汽车展位前表达了他对广东新能源汽车品牌的喜爱和认可。

走进印尼,马路上随处可见的比亚迪、广汽埃安汽车,更直接地体现了当地民众对于广货的认可。

印尼,全球最大的群岛国家,东盟最大经济体,人口超过2.8亿,是全球第四人口大国。日前,羊城晚报“广货行天下·行天下看广货”跨国深调研团队在印尼走访了解到,凭借庞大的消费人口和优越的资源禀赋,印尼已成为广东企业出海的重要市场。同时,广东企业与印尼市场深度对接,建设广货进入东盟的新跳板,进一步助力产业升级。



▲OPPO印尼生产线
羊城晚报记者 温泽广 曾潇 摄

▼广东海大集团在印尼的
自排湾水产养殖模式示范基地
受访者供图



拥有70多年历史的印尼长友集团,是当地最大的零售企业之一。这家从贸易起家的公司如今拥有约500家门店,近4万名员工,均从中国进口约3000个集装箱的商品,其中超过50%来自广东。“广东供应链对我们的发展非常重要。我们可以把主要精力集中在本土市场开拓,产品开发与生产完全可以交给广东的合作伙伴。”长友集团采购总监朱志伟表示。

朱志伟举例说,印尼市场对家电功率有特殊要求,当地电压标准下产品功率尽量不要超过800瓦。而在中国市场,主流产品功率为1000瓦以上。广东供应商接到需求后迅速响应,从设计到出方案一气呵成,稳定供应符合当地市场需求的高质量产品。这种快速的研发与制造能力,让长友集团得以精准服务本地市场。

近年来,印尼大型政务活动和演艺活动数量明显增加,对相关设备的需求大幅提高。广东是全球最大的专业舞台灯光音响生产基地,仅广州番禺就聚集了600多家核心企业,为印尼大型活动提供了设备支撑。

总部位于雅加达的Q9 Production是一家演艺设备租赁商。2018年雅加达亚运会上,Q9 Production总监苏维迪亲眼见证了广东企业锐丰科技的产品实力。之后他决定全面采用广货,目前该公司是锐丰科技在当地的独家合作伙伴。苏维迪说:“当地演出订单持续增长,本地产品达不到商用标准,而广东产品不仅品质高,价格还实惠。”

在实际使用中,广东设备的稳定性让苏维迪印象深刻。“印尼湿热多雨,户外设备防潮要求极高。设备租赁还要频繁拆装搬运。锐丰产品故障率极低,拆装方便,非常适用于我们高强度的租赁业务。”更关键的是服务,与欧美品牌相比,广东企业提供从交付到售后的全套解决方案,沟通顺畅,流程简洁。

凭借专业优势,Q9 Production成为雅加达演艺设备中高端市场的主力。今年7月初,印度总理莫迪到访印尼时,Q9 Production承接了印尼政府的相关活动,“广货音响的身影”就出现在了印尼总统为印度总理举办的欢迎仪式上。

广货让印尼人用得放心

广东技术惠及印尼产业

可以稳定在6千瓦以上,增长了两三倍。”“这正是广东企业出海最容易被当地民众感知和认可的部分。在科技的支撑下,企业出海才能走得更稳更远。”暨南大学国际关系学院/华侨华人研究院副研究员兼印尼研究中心副主任潘玥实地考察邦加岛的养虾项目后评价,“这种‘授人以渔’式的投资,不是简单地把中国产品卖到印尼,而是把整套种苗研发、养殖技术和市场服务等全生命周期体系带到当地,实实在在地提高了印尼渔民的单产和收入。”

在新能源汽车领域,广东企业也拥有良好的发展势头。根据印尼汽车工业协会(Gaikindo)的数据,今年前8个月,共有12个中国汽车品牌实现印尼本土化生产,累计产量达87319辆,占印尼全国汽车总产量的10.16%。这意味着,印尼每生产10辆汽车就有1辆来自中国品牌。其中,广东企业比亚迪是目前印尼产量最高的中国车企,截至8月底累计产量24877辆。今年上半年,印尼纯电车辆销量前十品牌榜中,广东品牌独占3席。

从货架上琳琅满目的广东家电,到出现场的广货音响;从虾塘里自动化运转的现代化工厂养殖系统,到街头驶过的广东新能源汽车——“广货行天下,正在印尼书写一个个关于信任与共赢的生动故事。



印度尼西亚国际车展上,当地消费者在比亚迪展位参观咨询 羊城晚报记者 赵鹏 摄

印尼中国商会中爪哇分会会长吴磊: 助力中资企业在印尼行稳致远

【对话】

吴磊是印尼中国商会总会的创始人之一,目前担任印尼中国商会中爪哇分会会长。在印尼市场深耕几十年,他积累了丰富的企业出海经验。中国企业如何拓展印尼市场?吴磊在接受记者专访时分享了经验和看法。

问:商会在促进中国与印尼投资贸易往来方面开展了哪些工作?

答:我们商会成立于2005年,至今已逾20年,目前会员企业超过500家,主要负责是服务在印尼的中资企业,并搭建中国企业在印尼发展的综合性服务平台。

我们每年发布3份重要报告——《印尼营商环境报告》《中资企业在印尼履行企业社会责任报告》《赴印尼投资提示清单》。这些报告既向印尼政府及社会各界展示中资企业的贡献,也提醒企业注意潜在风险。

今年,印尼政府缩减煤矿开采配额,影响了中国企业的利益,出现“中资企业连夜撤回设备”的不实传闻。这在一定程度上对两国互信造成影响。我们对此进行了澄清:企业并未立即撤资,而是通过减缓新项目投资,对现有项目进行检修和减产等方式应对。在此过程中,我们于今年5月致函印尼政府反映企业困境,随后印尼投资部长、财政部长、能源矿产部长等多位高官出席召开会议,与30多家中资企业面对面交流。最终,印尼政府决定取消原计划上调资源税的政策,商会有效维护了中资企业的合法权益。

问:对于现阶段拟赴印尼开拓市场的中国企业,您认为需要注意什么?应该做好哪些准备?

答:首要注意许可管理,企业在注册后必须确保各类许可证不过期,建议建立清单机制,在到期前3个月自动提醒更新。其次,必须高度重视印尼的三项季度报告制度——投资部要求的投资完成报告、生产型企业需报送的工业信息系报告、经济特区企业需填报的报告,连续3次未报将导致执照被吊销。此外,安全合规是核心前提,尤其在环保、海关、税务及用工方面不能出现违规问题。

问:在项目落地过程中,您和团队遇到的最大困难是什么?

答:初期最大挑战是语言与文化障碍。为此,我们对中方员工开展集中培训,邀请专业人士讲授文化内容,尤其针对偏远园区员工的心理建设给予指导;推动印尼员工赴中国留学或到高校中文系学习,逐步实现人才本地化。

另一个关键问题是印尼工业体系不完整,供应链依赖进口,原料辅料多需外购,生产原料也无法本地消化,导致仓储需求大、物流压力大,若前期规划不足,极易影响运营效率。此外,印尼气候分为旱季与雨季,需要进行合理的建设工期规划。

【广东—印度尼西亚贸易基本盘】

2021年至2026年上半年,中国对印尼已实现的外商直接投资累计达**383亿美元**。

仅2026年上半年,中国对印尼投资约**39亿美元**,保持印尼最大外资来源地之一的地位。

2025年,印尼与广东的贸易额达到**224.9亿美元**,占印尼与华南地区贸易总额的**50%以上**,广东也成为中国对印尼投资的主要来源地之一。

广东与印尼贸易额约占中印尼贸易总额的**1/6**,比亚迪、美的、贝特瑞、OPPO等一批龙头企业率先布局,扎根运营,成为产业链务实合作的**典范**。

数据整理/陈泽云 孙绮曼

广汽埃安INDOMOBIL汽车销售(印尼)有限公司市场部负责人何如邦:

以“智造本地化”深耕印尼市场

这两年,广汽出海以高速增长态势,成为中国汽车品牌全球化的标尺。在印尼,广汽如何闯市场?日前,记者专访了广汽埃安INDOMOBIL汽车销售(印尼)有限公司市场部负责人何如邦。

问:请您介绍一下广汽落地印尼以来的整体发展布局?

答:自进入印尼市场以来,广汽落实全球化战略,坚持“在印尼为印尼、融入印尼、服务印尼、贡献印尼”,构建起“本地智造、本地产品、本地渠道、本地产业链”的本地化布局。

在制造层面,广汽印尼智慧工厂已正式投产,全面导入广汽新能源“灯塔工厂”先进制造体系,实现多车型的本地化组装。产品投放上,广汽以纯电车型为核心,覆盖家用紧凑型车、城市SUV等主流细分市场。产业链方面,广汽发挥“链主”作用,推进零部件本土化采购,带动国内优质供应链伙伴出海落地印尼。

渠道建设上,广汽目前已在雅加达、泗水、棉兰等核心城市拓展体验中心、销售展厅与服务网点。

广汽之所以选择深耕印尼,主要基于四大战略考量。第一,印尼是东盟第一大经济体、人口大国,新能源市场增长潜力非常大,也是东盟汽车产业枢纽;第二,印尼出台明确的新能源发展政策,积极推动电动汽车本土化生产;第三,印尼拥有丰富的动力电池上游矿产资源,可为构建新能源全产业链提供资源支撑;第四,广汽以印尼制造基地为支点,依托东盟自贸体系,可辐射马来西亚、泰国、新加坡等周边国家,把印尼打造成广汽在东南亚的新能源出口枢纽。

问:近年来,广汽新能源汽车在印尼销量大幅增长,深受当地消费者认可。您认为中国新能源汽车品牌的核心优势是什么?

答:中国新能源汽车品牌在印尼及整个东南亚市场的核心竞争力,体现在体系化能力上。首先,中国新能源汽车品牌大多拥有自主可控的完整技术体系,保证了产品安全和迭代能力。其次,中国新能源汽车品牌出海具备本地化产销闭环能力,例如广汽在当地建立了智慧工厂,能够有效对冲关税与物流成本,提升市场响应效率。再者,中国新能源汽车品牌在海外市场拥有成熟的本土合作模式,联合当地头部汽车集团共建销售服务体系,能快速理解并响应当地用户的需求。另外,中国新能源汽车品牌产品覆盖范围广,充分满足东南亚市场的多元化需求。

问:如何通过“广货出海”实现中印尼产业互利共赢?

答:“广货出海”实现互利共赢的路径很清晰。一方面,将广东成熟的新能源智造技术、产业链资源和整车产品带到印尼,带动相关产业升级。

在当地建设的智慧工厂能创造大量就业岗位,为当地培养本土技术工人、管理与营销人才,还能带动国内零部件配套企业赴印尼投资布局,带动印尼本土厂商参与新能源汽车供应链建设,推动相关产业转型。同时,把中国成熟的新能源整车制造标准、质量管控体系引入印尼,能联动推进充电网络普及。

另一方面,依托印尼的区位优势 and 矿产资源,打造面向东盟的新能源制造基地。通过双向产业联动,推动广东先进制造优势与印尼市场、资源优势互补,持续深化中印尼经贸与产业合作,实现两国企业、民众双向受益。

羊城晚报记者 赵鹏 曾潇

广东与印尼经贸关系从“货物流动”走向“产业互嵌”
携手把产业网络织紧织密

【观察】

印度尼西亚雅加达中央公园购物中心,名创优品全球最大门店开业首日,年轻消费者手手捧着刚抢到的盲盒和毛绒玩偶排队结账。当天,即使30台收银机同时开工,有的人结账也要等上3个小时。

这家门店上架3000个IP产品,超过1万个SKU,三丽鸥、迪士尼、哈利·波特各有专区,像一座建在商场里的主题乐园。2024年10月,哈利·波特联名在这里首发,6小时打破名创优品全球单日业绩纪录,首周末卖出308万元人民币。

这是广东与印尼经贸新图景的火热一幕。当前,广货已经深深融入印尼人的生产生活,成为一种日常。印尼也正发挥资源优势,在开拓展布局新项目、开设新工厂,实现产业升级的结构性互补。双方的经贸关系正从“货物流动”走向“产业互嵌”,通过制造节点、采购节点、供应节点、服务节点等,各自嵌进对方的产业网络。

产业端的落地形态更丰富。印尼力宝集团把粤港澳大湾区当作区域服务网络的一个枢纽进行经营,与招商局集团联手打造的深圳招商力宝太子湾医院已在前海蛇口自贸片区开业,规划床位230余张。

印尼金光集团在华南布局核心食品生产基地,旗下金光农业资源有限公司在韶关建厂7年,目标是把韶关工厂做成金光食品的旗舰生产基地。印尼苏钢集团2025年5月在佛山西樵设立佛山分公司,组建本地化团队负责供应链管理;此前还与广东粤海集团联合投资西樵听音湖文旅项目,与瀚蓝环境股份有限公司在绿色能源领域达成战略合作。

产业结构互补双向共赢

广东企业走出去,印尼企业走进来,双方落点的形态不同,背后的逻辑却一致:利用产业优势,形成互补。

广东拥有31个制造业大类、10个万亿级产业集群,佛山、东莞在新能源、电子信息、智能家电领域产业链完整;印尼锚定“黄金印尼2045”国家愿景,依托东盟第一大经济体和全球第四人口大国的体量,内需扩容与产业升级“双轮并行”。

一端是先进制造供给和先进技术探索,一端是转型升级催生的市场空间,“双向奔赴”的故事拥有了更多场景。印尼驻广州总领事馆披露的数据显示,2025年,印尼与广东贸易额为224.9亿美元,占印尼与华南地区贸易总额50%以上,广东已成为中国对印尼投资的主要来源地之一。领事馆用“独木不成林,单弦不成音”形容广东与印尼的合作,并点出智能制造、绿色能源和轻工业三大高潜力领域。

在资源型产业项目上,广东企业发挥新能源技术优势,让双方合作结出累累硕果。例如,广新控股2014年在印尼建设的广青项目总投资10.31亿美元,10年后合作建设的镍钴湿法冶炼项目总投资增至约2亿美元,新项目预计今年年底就能投产,产业链条进一步衍生到新能源电池材料领域。

更多中小企业也在探路。今年中国国际中小企业博览会上,印尼展区70余家企业带来端架、沉香、特色食品等品类,其中Nuciera Hitiro Indonesia首次参展,希望让更多中国采购商认识椰糖和椰子纤维产品;巴厘岛的水果品牌Oliver也是第一次试水广东市场,已经接触到多位潜在客户。

如今,在这条双向通道上,越来越多的企业互相抛出橄榄枝。广东和印尼的产业网络,已经互相嵌进了对方的社会日常运转里。

羊城晚报记者 陈泽云 孙绮曼

贸易是双向奔赴,合作能实现共赢。印尼企业在广东的布局也在不断

A4-A5