

经济新面孔

小镇走出的“出海样本”

——山东恒发的外贸突围之路

■ 本报记者 张彬

2025 年外贸出口额 2.6 亿元,今年一季
度外贸订单同比增长 35%,客户群
体遍及北美、南美、东南亚及非洲市场。
这组数据,来自临清市金郝庄镇的一
家卫生用品企业。在外部环境复杂严
峻、外贸承压前行的背景下,山东恒发卫
生用品有限公司如何稳扎稳打,实现逆
势突围?9 月 1 日,记者走进这家企业,
探寻其背后的增长逻辑。

五个月的“技术长跑”

9 月 1 日,两辆集装箱货柜装运完
毕,司机提交货运手续后,驾驶卡车缓缓
驶出恒发公司生产区。货柜里装运的是
由天津港发往北美市场的成人纸尿裤。
与普通日用品不同,这批产品的每一个
技术参数,都承载着严苛的履约承诺。

这批订单由公司外贸部刘之超具体
承揽。今年 4 月,他正式收到采购商的
确认订单。“我们的产品亮点是加了一块
弹力腰围,适用于美国 250 公斤左右的
大体型人群穿着。”刘之超告诉记者。然
而,订单的敲定并非一蹴而就,而是一场
长达五个月的“技术长跑”。“前后打样两

次。”刘之超说,“客户要求产品在吸收量
和反渗两个指标上达标——一分钟内
70 毫升生理盐水滴到同一个点,反渗值
不能超过一克。”

这个标准,关乎失禁人群的体面与
尊严,是产品竞争力的核心硬指标。为
了攻克这一技术关卡,恒发研发团队将
弹力腰围设计融入产品,精准适配北美
超大体型用户群体。这不仅是尺寸的放
大,更是对材料拉伸强度、芯体导流结构
的系统性重塑。“前前后后,研发这款产
品花了五个月,才进入批量生产。”刘之
超说。

事实上,恒发公司对研发的投入远
不止于此。公司高度重视技术创新,配
备了专业研发团队,持续投入资源进行
新技术、新工艺的攻关。截至目前,公司
已拥有发明专利 2 项、实用新型专利 23
项、外观专利 10 项。2023 年,公司联合
省内高校研发可降解卫生材料;2024 年
引入 AI 质检系统,良品率提升至
99.6%。今年 7 月,恒发与北京科技大学
共建的研究中心正式启动,构建起“企业
出题—高校解题—市场验题”的创新闭
环。持续的研发投入,正在将“聊城制
造”的技术含量转化为国际市场的议价

能力。

从代工起步到品牌出海

山东恒发成立之初主要为其他品牌
代工生产。正是这段“替别人做嫁衣”
的经历,让恒发在生产工艺、质量管控和
成本控制上积累了扎实的内功。但恒发并
没有止步于代工模式。公司先后创立了
“安可新”“纤纤爱”“棉之润”等自有品
牌。其中,“安可新”品牌创立于 2013
年,产品涵盖婴童用品、孕产妇用品、女
性护理用品、成人护理用品及纸制品等
全系卫生护理产品。从代工到品牌,从
“借船出海”到“造船远航”,恒发完成
了一次关键的转型升级。

如今,恒发产品线已涵盖孕产妇、婴
幼儿、成人护理等 6 大类上千个品种。
2025 年上半年,公司外贸出口额突破
1000 万美元,产品远销美国、俄罗斯、韩
国、马来西亚等十多个国家。其中,成
人护理用品占出口总量的 40%,宠物卫
生用品因契合全球“宠物经济”热潮,成
为新的增长引擎。

线下深耕与线上破局

外贸订单的增长,离不开市场开拓

的力度。今年以来,恒发公司参加了多
场国际展会。6 月在美国国际医疗设备
展上,公司当天即与客户签订了 5 个货
柜、货值约 10 万美元的订单。1 至 7 月,
公司外贸团队足迹遍及东京、首尔、洛
杉矶等国际都市,参加了 8 场行业顶级展
会。

除了传统的代工和大宗贸易,企业
还将目光投向了渠道端的数字化重构。
2017 年,恒发公司成立跨境电商部,通
过线上平台成功接待境外客户。2022
年,公司跨境电商销售额已达 6300 万
元。公司电商团队负责人李春霞介绍,
企业先后布局国内电商和跨境平台,国
内线上渠道全覆盖,海外重点开拓北美
市场,依托亚马逊、虾皮、速卖通等平
台组建跨境出口业务,覆盖北美、美西
区域。依靠双线电商渠道,打通内销外
销,持续拓宽市场销路。

恒发外贸部 10 人团队是这场“出海
战役”的核心力量,成员来自济南大学、
齐鲁工业大学等高校,专业覆盖工商管
理、国际贸易与金融,高学历人才占比
超过 80%。团队通过阿里巴巴国际站等
平台开展数字化营销,结合线下展会精
准拓客,将“山东制造”推向世界。

时政动态

聊城市第 26 个民族 团结进步宣传月启动

本报讯(记者 江平波 通讯员 杨冠军)9 月 2 日,聊城市第 26 个民族
团结进步宣传月在东阿县启动。市委常委、统战部部长马军权参加。

本次宣传月以“繁森故里石榴红·法治护航启新程”为主题,将宣传贯彻
民族团结进步促进法作为本次宣传月核心任务,集中一个月时间,通过多种
形式向机关、学校、社区、企业、乡村开展宣传,引导广大干部群众提高运用
法治思维和法治方式治理民族事务的能力。同时,深挖本地红色与优秀传
统文化资源,依托文化广场、实践教育基地,将民族团结宣传融入文化惠民、
研学实践,切实推动“三个离不开”“四个与共”“五个认同”深入人心,不断擦
亮“繁森故里石榴红”特色品牌。

新闻速览

聊城产业集群高质量发展 巡礼网络主题宣传活动启动

本报讯(石刚)为充分展现聊城市产业集群建设丰硕成果,讲好聊城
实体经济高质量发展故事,近日,“链上聊城·集群向新——聊城产业集群
高质量发展巡礼”网络主题宣传活动正式启动。

本次活动由市委网信办统筹组织,围绕轴承、化工新材料、生物医药/
大健康、高端装备制造四大主导产业集群,兼顾各县(市、区)特色细分产
业、组织网络媒体、新媒体达人深入企业生产一线,通过图文报道、短视频、
云探访直播等多种传播形式,全方位展现产业链上下游协同联动、企业技
术革新、产业提质升级的生动实践。

活动深挖链主企业、专精特新企业创新故事,既展现传统制造业迭代
升级的实践探索,又记录新业态赋能本土产业、群众兴业致富的民生图
景。依托网络传播优势,对内凝聚发展共识,对外推介聊城产业优势,吸引
更多人、资本汇聚水城,助力全市制造业高质量发展,为建设富强新聊城
注入强劲动力。

聊城产业基础雄厚,是全国重要的铜铝冶炼及深加工基地、全国最大
的钢管集散中心和生产基地,拥有国内最大的轴承贸易市场,是中国轴承
产业五大集聚区之一。化工新材料产业持续迭代升级,聊城以绿色化、高
端化为发展方向,持续延链补链,聚力发展精细化工、新型化工材料,着力
打造千亿级产业发展梯队。聊城生物医药与大健康产业依托阿胶传统优
势,深耕现代中药、健康食品、医疗器械等领域,推动传统中医药与现代生
物医药深度融合,培育壮大特色健康产业。冠县镀涂钢板制品、阳谷光缆
产业为国家级特色产业集群;莘县是全国规模最大的县域蔬菜生产基地;
茌平是江北最大的车用铝换热产品集散地、江北最大木地板生产基地;高
唐生产的光刻机底座占全国六成市场份额;高新区激光雕刻产业位居全国
前列。2025 年,我市规上工业总产值突破 5000 亿元,连续三年跻身“全国
先进制造业百强市”。2026 年上半年,全市规上工业企业营业收入、工业
利润均位列全省第 9 位,外贸出口额增速居全省首位,工业经济稳中向好、
活力充沛。

高唐县

纵深推进“助企攀登”专项行动

本报讯(记者 姬翔 通讯员 梁栋栋)高唐县纵深推进“助企攀登”
专项行动,以精准化的政务服务、全方位的要素保障、闭环式的纾困举
措,破除企业发展壁垒,推动重点项目快建设、快投产、快增效。

9 月 2 日,山东鑫鲁天线缆集团的智能化生产线上各道工序高效衔
接。企业落地初期,因中高压电缆生产许可证审批层级多、流程烦琐、办
理周期长,项目投产进度受阻。人和街道主动对接各级审批部门及省市
主管单位,全程协助企业梳理完善申报材料,紧盯审核核查全流程,提供
全周期保姆式代办服务。“我们实行一企一策、全程盯靠,帮助企业顺利
取得生产资质。”人和街道党工委书记卢双江介绍,项目从开工建设到正
式投产仅用时一年。

在破解审批难题的同时,人和街道精准对接企业生产刚需,全力夯
实要素保障。针对企业投产初期的用工缺口,该街道整合人社、辖区村
居、社区等多方资源,搭建线上线下一体化招工平台,补齐企业人力短
板。今年以来,高唐县始终将“助企攀登”作为激活产业活力、壮大工
业经济体的核心抓手,全县各部门、各镇街坚守“服务企业就是服务发展
大局”理念,常态化下沉企业一线,全方位摸排生产经营、项目建设、市场
拓展中的难题,建立台账、逐项攻坚、闭环落实,全力帮助企业稳生产、拓
市场、提效能。

为打通服务企业“最后一公里”,高唐县统筹各职能部门协同发力,
精准对接企业所需所盼。“专项行动开展以来,我们累计摸排企业发展诉
求 19 项,15 项已全部办结销号,剩余 4 项正在有序推进、限期落地。”高唐
县发展和改革局副局长王政说。

在此基础上,高唐县持续优化产业服务体系,梳理 240 余家企业的产
业资源清单,精准匹配供需,畅通产业循环,有效降低企业经营成本。同
时依托小微企业融资协调机制,联动金融机构制定差异化融资方案,精
准破解企业融资难题,统筹保障企业用地、用电、用能、用工等核心要素,
以全链条服务助力企业做大做强。



9 月 1 日,初秋时节,在蓝天白云的映衬下,东昌湖美景令人心旷神怡。聊城持续深入打好蓝天、碧水、净土保卫战,人民群众生态环
境获得感、幸福感、安全感不断增强。

■ 本报记者 许金松

战略叠加下,聊城当有更大作为



■ 苑莘

我市正处在一个前所未有的战略机
遇期。黄河重大国家战略、大运河文化
带建设、京津冀协同发展、中原城市群、
省会经济圈一体化……多项国家和省级
战略在此叠加,机遇可谓不多,政策不
可谓不厚。但战略机遇从来不是等来

的,也不是喊两句口号就能抓住的。对
聊城而言,关键在于“有多少战略”,而
在于“怎么用好战略”。

过去几年,我市最大的变化在交
通。济郑高铁开通,让聊城从普通时代
的“过路站”迈入高铁时代。京港高铁
商段即将通车,两条高铁在聊城组成“黄
金十字”,半小时到济南、一个半小时到
郑州、两小时到北京,让聊城从省际交界
的边缘地带一跃成为区域协同发展的枢
纽中心。交通格局的重塑,为聊城深度
参与区域协同发展搭建了核心平台。

但交通枢纽不等于发展枢纽。路通

了,车来了,人能不能留住、产业能不
能落地、要素能不能汇聚,才是真正的
考验。如果只是方便了更多人“走出去”,
那高铁就成了“加速外流”的通道;如
果能把过路的人流、信息流转化为发展的
增量,那高铁就是名副其实的“黄金通
道”。说到底,高铁只是引子,产业、环
境、服务才是正文。

近年来,我市明确了“打造山东服
务融入新发展格局的西部‘战略支点’、山
东绿色低碳高质量发展的‘两河明珠’城
市”两大定位,并锚定了“山东向西高水
平开放桥头堡、全国优质农产品重要供

给基地、冀鲁豫交界先进制造业基地、区
域性文旅康养目的地”四个坐标。这些
定位不是贴在墙上的标语,而是聊城在
区域格局中找准的“生态位”。向东融
入省会经济圈,向西对接中原经济区,向
北承接京津冀辐射,需要做的是在三大
板块中找到自己的不可替代性。

机遇就在眼前,挑战也摆在面前。
融入区域发展战略,不是等着政策“喂”
到嘴边,而是要主动伸出手去接、迈开步
子去追,去主动改善营商环境、提升城市
品质、对接项目和产业。战略叠加的窗
口期下,聊城当有更大作为。

开局“十五五” 奋斗正当时

干事创业 担当尽责 加快建设现代化“两河明珠”城市

阳谷县林下经济“点绿成金”

本报讯(记者 王培源)9 月 1 日,
记者从阳谷县了解到,近年来,该县创新
构建产权赋能、多元经营、立体增效“三
链协同”的林下经济发展体系,全县林下
经济年产值突破 6000 万元,年实现利润
约 2000 万元。

阳谷县全面梳理林地林木权属,对
未承包林地落实经营主体并签订承包合
同;对已承包林地核查、修订、完善原有
承包合同,清晰界定产权,稳定林地承包
经营关系,保障经营主体合法权益,增强
社会资本投入林业产业的信心。整合零
散林地资源集中连片开发,全面推广“企
业+基地+农户”利益联结经营机制,因

地制宜打造蟾蜍、蚯蚓、金蝉三大特色
产业集群,各业态错位发展、优势互补,
形成多点支撑、全域覆盖的产业发展格
局。

阳谷县依托国有赵王河林场打造
200 余亩中华大蟾蜍生态养殖示范基
地,创新推行“林一蛙一菜”养殖模式,构
建林间生态闭环发展体系。基地创新研
发旱地陆养核心技术,分阶段实施蝌蚪
水域培育、成蟾林间放养,蟾蜍野外自然
孵化率由 35% 提升至 70% 左右,成为全
省标杆生态循环种养示范点。创新多元
业态布局,同步培育有多品林下种养业
态,全域布局差异化产业板块。建成 3
处林下蚯蚓标准化养殖基地,发展林下

金蝉养殖 2300 余亩,林下鸡、鹅生态
禽养殖 1000 余亩。林下蟾蜍养殖亩均
年产值突破 3 万元,饲料成本降低 25%,
林地综合资源利用率提升 40%。创新产
学研深度融合,主动对接科研院校,建立
长期技术合作机制,定期邀请专家驻场
开展养殖技术指导、疫病防控、良种培
育攻关,推动林下蟾蜍养殖流程标准化、
规范化。基地产出的药材品质稳居行业
前列,先后与上海和黄药业、山东宏济堂
制药等龙头企业建立长期战略合作,对
接亳州、安国中药材集散市场,年度订单
总额稳定在 500 万元,蟾衣、蟾酥产品
综合开发利用率超 90%。

阳谷县统筹线上线下宣传资源,集
中打造“阳谷林下中药材、林下生态畜
禽”区域公共品牌,积极推广林下经济
发展经验。针对农村留守妇女、中老年
劳动力推出弹性“妈妈岗”,在养殖管
护、药材采收、基地建设等环节设置灵
活就业岗位。农户通过土地流转租金、
务工工资、产业分红三重渠道获利,深
度嵌入林下经济产业链条,累计带动
周边村民就业超 2000 人次。利用林
荫环境供蟾蜍栖息,通过蟾蜍捕杀害虫
、排泄肥田,并配套种植大豆和蔬
菜,以立体化林下种养模式持续改善
林地生态系统,形成林木、蟾蜍、农
作物互益共生的生态闭环。



9 月 2 日,山东龙普太阳能股份有限公司工人在生产太阳能偏热水箱。
近年来,聊城以创新驱动、以数智赋能,促进产业转型升级,持续激发新活
力、增强新动能。

■ 本报记者 许金松