

## 多网融合破局盲区 特易通推动无线通信产业升级

■本报记者 李杨瑜 文/图

随着无线通信应用场景不断拓展,对讲机行业正从传统单一通信设备,向公网与专网融合、多技术集成的智能通信终端升级。在南安这一对讲机产业集聚区,泉州特易通电子有限公司(以下简称“特易通电子”)正围绕“融合通信”持续发力,将公网通信、专网通信与蓝牙、Wi-Fi、GPS等技术整合进对讲设备之中,并推出移动基站、中转台等多款融合型产品,逐步形成覆盖应急通信、森林巡检、行业调度等多场景的通信解决方案。此外,该公司通过在深圳建立研发团队,引入技术人才,加强产品研发能力,并不断推进核心器件国产化替代。

今年开春以来,特易通电子在稳工稳产的同时加大技术岗位招聘力度,持续完善员工服务体系,为新一轮产品研发和市场拓展积蓄力量,在无线通信产业升级中稳步前行。

### 从单一对讲到多网协同的升级

在无线通信设备行业,技术迭代的速度正在不断加快。过去,对讲机的核心功能仅仅是通过射频信号实现语音通信,如今,多种通信技术的融合已经成为行业发展的新趋势。近年来,特易通电子持续推进的“融合通信”战略,正是基于这样的行业变化。

“现在市场最需要的就是融合通信。我们希望借助运营商网络,把公网通信和传统专网通信结合起来,让通信不再受环境限制。”谈起企业近年来的发展方向,特易通电子研发总监陈桂林坦言,这种技术路径意味着,对讲机不再只是单一的无线设备,而是一种综合通信终端。

眼下,蓝牙、Wi-Fi、GPS等多种功能被逐渐整合进设备系统,使对讲机能够在更多复杂环境中发挥作用。“未来的调度、指挥系统都需要这些能力。以前的对讲机就是简单的射频发射和接收,现在我们把通信技术

都考虑进去,很多通信盲区也可以通过融合技术解决。”陈桂林补充道。

在这一理念指导下,特易通电子陆续推出多款融合型通信设备,包括中转台、基站台以及公网与专网融合的双模对讲终端。展厅内,陈桂林介绍起其中一款背负式中转设备的研发过程,成为该公司技术突破的重要案例。

“这款设备最初源于一次实际应用需求。”陈桂林回忆,当时有用户在森林巡查过程中遇到通信难题,山林里信号复杂,传统对讲机距离一远就无法稳定通信,了解到了客户的诉求,他们就开始思考生产研发一台便携式中转设备,提出了“单频中转”的设计思路。

与传统中转台需要发射和接收两个频率不同,该设备可在同一频率上实现中继功能。“普通中转台是一个频率发射、一个频率接收,而我们的设备可以实现单频点中转。两台对讲机近距离时可以直接通信,距离远的时候,中转设备又能自动发挥作用。”陈桂林表示,这种技术方案看似简单,但背后却经历了长时间的技术攻关。为了实现这个功能,他们耗了近两年时间研发。

在研发过程中,特易通电子也面临着另一个重要课题——国产化替代。“真正卡脖子的还是高端芯片!近年来,通信设备行业对核心器件自主化的需求不断提升。在产品阶段,我们便开始尝试提高国产化比例,预计未来三到五年,国产化替代会越来越成熟。”陈桂林告诉记者,尽管在部分高端芯片领域,企业仍面临技术瓶颈的制约,但目前他们使用的大部分器件均已开展国产化替代工作,国产化率基本已达98%。

### 双轮驱动构建企业发展新动能

技术创新离不开人才支撑。随着产品研发不断深入,特易通电子也在持续强化人才队伍建设,逐步形成“研发—制造—应用”协同发展的企业体系。

“除了扎根本土生产制造体系之外,我们还在深圳建立了团队,主要负

责产品设计和技术研发。”在陈桂林看来,深圳在电子信息领域的人才资源丰富,这种“双基地”模式,让企业能够同时发挥南安制造产业链优势。

人才的重要性不仅体现在研发端,在生产与技术管理岗位上同样关键。今年开春以来,特易通电子明显扩大了技术岗位的招聘规模。

“今年我们新增了30多个技术岗位,主要集中在生产操作、技术等岗位。为了补齐用工缺口,构建了‘线上+线下+跨区域协作’的多元招聘体系。”特易通电子生产总监陈炜雄介绍,这些新设岗位主要用于加强产品质量测试和生产技术优化,从而提高企业整体研发与制造能力。

走进该公司的员工食堂,整洁的环境与规范的管理成为员工日常生活的重要保障。“我们一直要求食堂把卫生做好,菜品也尽量丰富,让员工吃得安心,工作状态也会更好。”陈炜雄告诉记者,一直以来,他们都在不断地改善员工工作环境,希望通过优化生活服务体系稳定员工队伍,增强归属感。

与此同时,特易通电子也通过培训和团队关怀,帮助新员工尽快适应岗位。“新员工进来之后会有培训,各车间班组长也会进行指导,让他们尽快融入工作。”陈炜雄补充道。

稳定的人才队伍,使得特易通电子在今年开工之际,生产节奏快速恢复至正常水平。“现在部分车间甚至已经进入满负荷状态,全公司上下都全力冲刺第一季度‘开门红’。”陈炜雄表



特易通电子车间内,工人正忙碌着。

示,从订单情况来看,企业目前国内外市场各占一半。国内市场在年初通常进入采购旺季,因此订单量相对稳定。

“在市场拓展领域,我们也希望借助行业展会这一平台,持续深入洞察市场需求动态。很多专业人士会在展会上提出建议,比如未来通信设备需要解决哪些问题,这些对我们研究方向很有帮助。”陈桂林认为,展会不仅是产品展示平台,也是企业了解行业趋势的重要窗口。

随着行业应用场景持续拓展,对讲通信设备的应用范围已从传统专业领域延伸至民用领域。“过去,对讲机多用于专业场景,如今民间团体、活动组织等也纷纷采用,市场空间因此愈发广阔。我们期待通过技术创新,让产品更加稳定、智能。”面对新机遇,陈桂林称,公司的研发团队已制定明确的发展规划,将加强融合通信产品研发,坚定推进国产化技术路线,并加大人才引进与研发投入力度。

## 详解出海实战攻略 破解海外拓展难题 南安举办主题分享会

■本报记者 李杨瑜 见习记者 康露  
通讯员 郭雅蓉

为积极融入国家双循环发展战略,助力南安行业企业开拓海外市场版图,26日下午,一场以“抱团出海、共拓市场”为主题的分享会在南安市柳城商会举行。此次分享会直击企业出海过程中的痛点难点,深入剖析实战战略路径,犹如一场及时雨,吸引了众多南安本土企业家纷至沓来。

### 实战分享

#### 系统梳理出海路径

活动伊始,厦门汇英国际货运有限公司总经理陈燕萍结合自身18年的行业深耕经验,为在场企业家带来了一场干货满满的分享。“最早做石材的南安企业家,在菲律宾、马来西亚等地都有亲戚。抓住这个契机,我帮他们翻译了三年资料,才换来一个合作机会。”回忆起早期经历,她深深领悟到,出海之路绝无捷径可走,“深耕”二字才是打开成功之门的钥匙。

陈燕萍开门见山地指出企业出海的现实困境:国内环境太“卷”了,出海是为了寻求更好的机会。然而,她也强调,出海绝非易事,若没有做好充分准备就贸然行动,无异于在踩“天坑”。随后,她对企业常见的出海困境进行了系统总结,并给出了切实可行的破局思路。

团队建设作为出海征程中的第一道关卡,其重要性不言而喻。陈燕萍坦言,初入职场者倘若过于关注眼前利益,或者只一味做“老好人”,往往难以适应海外拓展的严峻挑战。在她看来,一名企业管理者,肩负着引导员工培养可迁移核心能力的重任,如沟通表达和持续学习能力等,要果断清除那些价值观不合的人员,以团队发展扫除障碍。

陈燕萍以在越南设立分公司的实战案例为切入点,深入剖析了出海前的战略规划与模式选择。“我们把客户

牢牢掌握在自己手里,用让利的方式换取时间和空间,大幅降低了初期的投入成本。”她指出,企业需要清晰梳理内部角色清单和外部资源清单,并且可以通过“功能型合作”的模式,借助当地合作伙伴的资源进行利润分成,用“金钱买时间”,从而实现快速落地,在海外市场站稳脚跟。

谈及厦门汇英国际货运有限公司能在海外市场站稳脚跟的关键因素,陈燕萍着重强调了“粮草先行”的重要性。她解释,“粮草”不仅涵盖资金,更包括四大物料:企业品牌展示物料、商务物料、公关物料以及软实力文化物料。她特别分享了公司的一系列成功经验,比如利用印有Logo的纸巾、集装箱模型、定制钛杯等小礼品,甚至在国外送出手写“福”字,巧妙地将企业元素植入客户心中。“礼物不在于多贵重,而在于是否用心,能否让客户在日常生活中不断想起你。”她补充道。

“我们可以选择在能辐射到像柬埔寨、老挝等周边国家的地区设立分公司,这样产业链更容易打通。而走出去的关键,就是‘找组织’。我们一到当地,第一件事就是加入中国商会、福建商会,快速向这些组织群体靠拢,才能快速了解当地信息,融入当地市场。”在海外分公司的落地执行上,陈燕萍建议企业要有清晰的战略布局。

“商业是我们与外部的联系,管理是我们与内部的关系。每天公司都有处理不完的事,像最近我们的客户有几十个柜子被船公司卸载在斯里兰卡在处理,我们能做的,就是不断帮客户写好评,让他一键转发。”陈燕萍坚信,只要在“人、事、物”上不断优化,每一家企业都能走出属于自己的一片广阔天地。

### 交流碰撞

#### 商会搭建赋能平台

在互动交流环节,现场气氛热烈非凡,与会企业家纷纷围绕自身在出

海过程中遭遇的困惑与难题踊跃发言。其中,陈燕萍和南安市日用轻工协会会长郑友套凭借丰富的经验,与企业家们进行了深入探讨。

郑友套结合自身近20年的出口经验,率先分享了务实心得。他感慨地表示,当年毅然从内销转向出口,正是源于国内市场“价格越拼越低,质量也跟着往下走”的困境。对于企业如何迈出出海第一步,郑友套给出了细致建议。他指出,企业首先要全面评估自身生产能力和管理水平,明确自身适合从事的业务方向。

“你想开拓哪个国家的市场,首先要买回当地的产品进行深入分析,了解其价格、包装、材料等方面的情况,这样才能判断你的产品是否具备竞争力。”郑友套着重强调,找准目标市场是出海成功的关键。此外,他还特别提醒企业要高度关注目标国家的法规和认证要求。他以印尼为例,坦言之前纸尿裤曾因保护本土企业被禁止进口,各类认证要求也极为严格。在他看来,如果产品在当地缺乏品牌影响力,散户是很难在当地市场立足的。

有从事卫浴行业的企业家提出,面对国内市场内卷严重的现状,自己虽有出口意向,但缺乏相关经验和资源,不知如何确定海外市场以及对渠道。针对这一问题,郑友套指出,商会正是要发挥这样的桥梁作用,鼓励会员企业充分利用商会平台抱团发展,实现资源共享。

当话题聚焦到企业如何切入海外市场时,陈燕萍给出了专业建议。她认为,企业首先要深入研究目标市场消费者的认知和偏好。她以东南亚市场为例,指出该地区消费者对“TOTO”等品牌的认知度很高,认为这些品牌“不容易坏”。基于此,她建议企业可以尝试与这些主流品牌的代理商或配套工厂进行合作,“先去结识当地相关人士,实地考察市场,了解你的产品是否适应当地的需求”。

针对电梯企业的疑问,陈燕萍从产品特性,尤其是电梯配件方面入手进行分析。她指出,在海外,设计师的话语权很大,他们的推荐往往决定了产品的使用。因此,她建议企业借助社交媒体平台,关注海外设计师群体,积极寻找合作机会。同时,她还提到菲律宾和马来西亚市场相对容易切入,并再次强调了商会资源的重要性。

现场,一家安徽凌生生产企业也提出了自己的堵点。该企业关注到蒙牛在印尼投资设厂的成功案例,但对食品出口的清真认证和物流运输问题感到十分棘手。“食品进到东南亚大部分都需要清真证明,而且运输过程中问题更多。就像蛋黄派,到了当地因为天气太热,集装箱里最高温度能达到七八十摄氏度,产品顶部直接融化了。”陈燕萍认真分析了食品出海的普遍难点,她认为,最好的方式不是把设备直接作为一般贸易出口,而是选择用租赁的方式出海。她解释道:“假如这些设备最后要转到其他国家或者运回来,租赁方式是不需要特别认证和检测证明的,可以直接运回来,简单方便很多。”她进一步建议,冰激凌企业可以考虑在当地寻找合作伙伴,采用设备租赁加本地生产的模式,“像蜜雪冰城、蒙牛他们最终选择的都是在当地投设备,当地生产、当地售卖。”

面对企业家们普遍存在的“如何走出第一步”的疑问,陈燕萍给出了全面且实用的建议:“要从身边的资源入手,比如寻找在海外有亲戚朋友的人脉,或者通过像今天这样的商会活动,主动走出去,带着空杯的心态去交流、去学习,这样才能在出海之路上迈出坚实的第一步。”

“好的客户能够成就你在当地的地位,所以企业在选择客户时一定要严格把关。”在合作伙伴选择方面,郑友套也分享了自己的独到见解。他认为,一个优质客户能够助力市场持续增长,而一个不良客户则可能让企业彻底退出市场。



## 闽商企业家财富学习论坛落幕

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 林佳琦)日前,由南安市装备制造业协会协办的第六届闽商企业家财富学习论坛圆满落幕。

本次论坛精准贴合闽商企业家的发展需求,围绕三大核心主题,为参会嘉宾带来了兼具前瞻性与实用性的深度分享。原东方财富常务副总裁刘琛深度解读国际经济形势,聚焦新质生产力发展的黄金赛道,为实体经济企业锚定发展方向;百年明德讲堂创始人高长勇为企业家指点发展布局,助力企业经营行稳致远;丰盈基金合伙人赖艺棠深度拆解地产、黄金、原油、贵金属等热门品类的投资趋势,分享合规稳健的财富管理策略,为企业家的财富长效增长保驾护航。

参会的会员企业代表纷纷表示,本次论坛干货满满,收获颇丰,从产业发展的宏观机遇把握,到企业经营的长远布局,再到家庭财富的科学规划,都获得了极具参考价值的思路与方法。

南安市装备制造业协会相关负责人表示,协会始终以服务企业企业、赋能会员企业发展为核心宗旨,以链接高端学习资源、拓宽发展视野的务实举措,通过多维度的内容分享,助力会员企业全方位提升核心竞争力。下一步,协会将继续发挥桥梁纽带作用,持续整合优质行业与圈层资源,策划更多贴合会员需求的学习、交流、对接活动,凝聚行业发展合力,助力会员企业提质升级,为南安市装备制造业高质量发展持续赋能。

## 新加坡南安会馆 开展“访百会叙乡谊”活动

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 薛文彬)近日,新加坡南安会馆会长梁佳吉一行16人组成的参访团,赴江苏、浙江、安徽、上海开展“访百会叙乡谊”活动。

活动期间,梁佳吉一行先后走访了南通南安商会、淮安市南安商会、徐州市南安商会等10家异地南安商会。每到一处,梁佳吉都详细介绍新加坡南安会馆的发展历史、会员规模及主要活动,重点分享了“植百树”“集百福”“全家福”“访百会”等一系列创新举措。他表示,此次“访百会、叙乡情”之行旨在宣传推广世青会,为即将到来的会馆百年庆典及会馆重建工作进行宣传造势,也进一步加强与各地乡亲的沟通交流与合作。

“此次活动的成功举办,充分展现了全球南安人血脉中蕴含的‘爱拼敢赢’的南商精神与‘情系桑梓’的家国情怀。”南安市委统战部相关负责人表示,去年,南安市委成立了“扬帆出海 再下南洋”指挥部,搭建起连接海内外南安人的桥梁,让资源在全球范围内流动起来,实现互利共赢。他希望海内外南安社团以情为桥,常来常往;以合为要,互促共进;以家为根,同心同行。

## 厦门市南安商会再获新荣誉

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 吴建东)近日,厦门市工商联(总商会)召开2025年度宣传信息调研工作会议。会上通报表彰了2025年度全市工商联系统宣传信息调研工作先进集体与先进个人。凭借完善的阵地建设、多元的传播载体、亮眼的宣传成效,厦门市南安商会获评2025年度全市工商联宣传阵地建设先进单位。

一直以来,厦门市南安商会始终以党建为核心筑牢宣传思想根基,构建“党建+商会+会员企业”三位一体学习体系,常态化开展主题教育、红色教育等活动,将党的创新理论、“十五五”规划精神以及各类惠企政策精准传递至每一位会员,以思想引领凝聚发展共识,为宣传工作把稳前行方向。

同时,商会不断夯实宣传阵地,整合公众号、视频号、微信群及线下活动平台,搭建起线上线下联动、内外协同发声的全媒体宣传矩阵。青委会、妇联、侨联打造特色宣传品牌,展现青年先锋、巾帼风采、侨界力量;各职能部门深入企业走访调研,传播产业政策、记录会员风采,助力纾困解难;聚焦新质生产力、绿色低碳发展,引导企业融入厦门现代产业布局,让宣传阵地更接地气、更具实效。

秉持“宣传即服务”理念,厦门市南安商会把宣传阵地打造为政策解读、资源对接、形象展示、维权保障的综合平台,以高质量宣传提升商会凝聚力与影响力,以优质品牌传播赋能会员企业提质增效,切实彰显南安商会的责任与担当。“荣誉催人奋进,使命激励前行。此次表彰是对商会宣传工作的充分肯定与有力鞭策。”该商会秘书长王旭升说,商会将以此次获奖为新起点,持续强化党建引领,不断优化宣传阵地、创新传播方式、提升服务效能,为推动厦南两地民营经济的高质量发展贡献南商力量。