

“BIMI”复合体：新兴经济力量吸引全球目光

■ 周楚涵

随着新兴经济体在全球经济复苏和多边合作中的作用日益凸显，由巴西(Brazil)、印度(India)、墨西哥(Mexico)、印度尼西亚(Indonesia)四个发展中国家组成的“BIMI”复合体，正成为继中国之后最具潜力的新兴市场投资概念。根据国际货币基金组织(IMF)预测，2024年“BIMI”复合体的平均GDP增速将达到4.7%，远超全球平均水平(3.1%)。伦敦证券交易所集团旗下的投资机构FTSE Russell编制的BIMI投资指数(FTSE BIMI index)显示，自2018年以来，针对“BIMI”复合体的投资平均年化回报率高达8.2%，这一复合体的核心吸引力，在于地缘政治及经济转型的协同效应。

多层次的国内优势

“BIMI”复合体的主要优势之一在于庞大且年轻的人口结构，以及由此催生的消费市场潜力：印度作为全球人口第一大国(超14亿人口)，平均年龄仅28岁，中产阶级规模预计将在2030年达5.8亿人，消费市场规模将突破6万亿美元，其数字支付平台UPI月交易额达1800亿美元，推动金融科技企业如Paytm、PhonePe崛起。印度尼西亚全国2.7亿人口中60%为35岁以下，电商渗透率从2020年的20%跃升至2025年的40%，催生了超级应用GOTO(整合电商、出行、支付)，月活用户达1亿。巴西的城镇化率高达87%，有1.5亿互联网青年用户

正在推动“新零售”革命，2023年在线零售增长23%，数字银行Nubank用户超9000万，市值超越传统银行。墨西哥的Z世代占比达30%，社交媒体驱动的消费行为重塑快消品赛道，2023年对美出口增长14%，制造业占GDP的18%。这些国家的年轻人口不仅为劳动力市场注入活力，还通过消费升级推动内需扩张。例如，印度尼西亚电商平台Bukalapak和巴西即时支付系统Pix日均交易量达1.2亿笔，均体现了数字经济的爆发力。

巴西作为世界上最大的农产品净出口国，耕地后备资源也是世界上最丰富的。2000年至2023年，世界耕地面积增加了3.75亿亩，增幅不足2%，而巴西的耕地面积增加了1.53亿亩，增幅超过22%，极具发展潜力。在矿产资源方面，巴西铁矿储量大、品质好，是全球第二大铁矿砂出口国。巴西是全球第七大石油生产国，石油日产量约430万桶，盐下超深水油田的开发潜力巨大。2025年2月巴西加入“欧佩克+”，将进一步强化其国际能源话语权。

印度“贫油少矿”的困境十分突出，因而政府将资源开发重心放在了电子制造尤其是半导体产业上，20世纪60年代起印度就开始关注半导体制造。与此同时，印度国防部旗下的国有电子军工企业巴拉特电子有限公司(Bharat Electronics Ltd., BEL)掌握了制造半导体器件所需的锗和硅技术。在

全球半导体产业链格局中，印度凭借半导体设计领域的显著优势，成为半导体行业的重要参与者。

墨西哥拥有丰富的矿产资源，目前有超过15种矿产资源产量位列全球前10位，其中锂资源储量约为170万吨，位列全球第十位。墨西哥计划以锂资源为基础，吸引特斯拉等车企在索诺拉州建厂，目标是打造北美电动汽车制造中心。受益于“近岸外包”的地理优势，墨西哥大量承接美国订单，其产业发展与美国深度绑定。

印尼拥有全球最丰富的镍矿资源之一，凭借超过22%的全球储量，成为新能源电池产业争相布局的关键地区，成功吸引特斯拉、LG新能源和青山集团在印度尼西亚建厂。通过十年的发展，当前印尼的镍加工企业已经初具规模，实现了从单纯出口镍矿原料到出口高附加值镍加工产品的转变。从投资角度看，印尼镍矿供给释放速度正逐步放缓，成本支撑线预计也将有所提升。

持续释放发展潜力

基于各自国情，“BIMI”复合体不断通过结构性改革持续释放自身发展潜力。2023年卢拉总统再次执政后，巴西联邦政府积极推进“再工业化”政策，重点聚焦于芯片、汽车、飞机等高端制造业，石油、生物燃料、农业制造等传统制造业，以及健康、环保等新兴制造业，同时采取措施加强基础设施建设，大力推动税制改革，目前已取

得积极进展。

印度政府通过国家补贴大力推行“印度制造”政策，试图打造全球电子产品制造中心，减少对中国供应链的依赖。政府的生产挂钩激励计划投入了2300亿卢比补贴电子元器件进口关税，吸引苹果、三星扩大本土生产，并促使美光和鸿海科技集团在印度投资建设封测厂，聚焦半导体产业发展，推动印度从农业主导型经济向制造业、服务业及数字经济转型。

墨西哥依托地理优势构建区域化供应链，借助USMCA协定强化北美供应链，承接美国制造业转移。美国单方面要求在USMCA中加入的诸多条款虽然极大损害了墨西哥利益，但迫于经济与美国绑定的现实，墨西哥不得不接受该条款极其苛刻的要求。随着特朗普上台后美国大力推行贸易保护主义，USMCA也遭遇了极大的冲击，从长远的角度看，与美国的深度绑定恐怕并非墨西哥经济贸易发展的正途。

2020年起，印度尼西亚政府通过出口禁令，禁止镍、铜等原矿出口，强制外国企业在本土建设冶炼厂，促使中国青山集团在莫罗瓦利工业园构建“镍矿—镍铁—不锈钢”全产业链。在产业升级方面，政府还投资400亿美元建设石油储备设施、炼油厂和二甲醚(DME)生产基地，减少能源进口依赖，以期创造大量就业并提升矿产深加工能力。政府还与中国共建冶金工程技术实验室，引进技术并培养人

才，推动绿色能源与矿产深加工协同发展。

把握全球产供链新趋势

随着地缘冲突的不断加剧，全球供应链开始从“效率优先”走向“安全优先”，“BIMI”复合体凭借地缘优势和政策驱动，成为了供应链重组的核心受益者。以巴西大豆贸易为例，2024年巴西占中国大豆进口份额从2016年的46%跃升至76%，取代美国成为中国最大的大豆供应国，这一转变主要源于巴西大豆的价格优势和供应链稳定性。与此同时，许多企业将产能转移至墨西哥，邻近美国的蒙特雷工业园因距离美国边境仅2小时车程，吸引了海信、富士康等众多企业入驻，形成“短链供应”模式，降低物流中断风险并规避高关税壁垒。墨西哥制造业时薪(4.82美元)显著低于美国(15美元)和中国(6.5美元)，叠加IMMEX计划下的原材料进口免税政策，进一步压缩了生产成本。

印度基于其半导体产业积累和关税调整，吸引美光、鸿海等企业在印建设封测厂，本土企业如HCL集团聚焦芯片设计，推动电子制造业从组装向全产业链延伸，计划未来5年内跻身全球前五大半导体生产国，半导体市场规模预计从2023年的343亿美元增至2032年的1002亿美元。与此同时，印度作为全球第三大汽车消费市场，正推动新能源汽车产业链本土化，博世、国轩高科等零部件供应商已布

局生产。此外，印度能源巨头信实集团(Reliance Industries)投资建设的光伏超级工厂，目标覆盖光伏产品的全产业链，包括硅料、硅锭、硅片、电池、组件以及玻璃等。

印度尼西亚凭借其优质镍矿和相关产业基础，力争主导电动汽车全产业链。宁德时代、LG新能源和青山集团等企业在印度尼西亚合作建设电池材料工厂，特斯拉计划在莫罗瓦利工业园建立一体化电池产业链。2025年，印度尼西亚计划成为东南亚首个拥有完整电动汽车生态系统的国家，预计2030年电动汽车保有量达200万辆。在新能源产业方面，印尼地跨赤道，是世界上最大的群岛国家，海域面积广阔，太阳能资源丰富。印尼政府计划到2060年将太阳能发电发展成为清洁能源供电的最大支柱。中国与印尼能源合作空间巨大，由中企承建的芝拉塔漂浮光伏发电项目是迄今为止印尼乃至东南亚最大的漂浮光伏发电项目。

新兴经济体要想实现现代化产业体系升级，关键在于振兴制造业，尤其是重要基础零部件、新材料等关键领域产业链。印度聚焦半导体制造与新能源研发，印度尼西亚则依托矿产资源发展电动汽车全产业链。因此，两国虽同时面临基础设施不足与地缘风险挑战，但其产业发展策略仍值得投资者关注。

(作者为吉林外国语大学西方语学院葡萄牙语专业教师)

智能制造海外营销新机遇：领英助力中国企业全球化转型

■ 本报记者 何鸣



活动现场，蔡晓丹(中)在与参会嘉宾交流。活动主办方供图

近日，LinkedIn(领英)中国与深圳市国际商会在深圳联合主办智能制造海外营销新机遇分享会。此次活动汇聚了来自智能制造领域的企业高层、行业专家、学者，共同探讨中国智能制造企业如何在全球化浪潮中突破重围，并通过数智化转型与品牌建设等，提高在海外市场的竞争力。

作为活动的重要环节，领英现场发布了《B2B制造业买家洞察报告》，该报告通过精准的全球市场数据透视和深度案例解读，为中国制造企业绘制了一张智能化转型与品牌国际化的航海图，尤其在海外市场营销和品牌建设方面为企业提供了关键参考。

此次活动不仅为与会者提供了一个知识分享的平台，也为中国智能制造企业的出海战略提供了前瞻性的思路。分享会上，来自Geek+、皓丽、前海无形半导体、佳瑶智能家居等多家企业的代表分享了他们在智能制造领域的战略布局。

加强数字化转型和品牌建设

在全球智能制造行业中，数字化和智能化技术的迅猛发展正深刻影响着产业结构与竞争格局。领英中国营销解决方案事业部总经理蔡晓丹在活动中表示，数字化转型正成为中国制造企业走向全球的关键因素。随着全球制造业的数字化转型，企业不仅需要技术创新，还需要通过构建全球认可的品牌形

象来提升市场竞争力。

蔡晓丹表示，领英发布的《B2B制造业买家洞察报告》分析了2025年全球制造业供应链和采购行为的变革趋势。在报告中，78%的制造业买家表示，企业采购周期已比去年延长，且这一趋势将持续。同时全球范围内的采购决策变得更加复杂，涉及的决策者层级更多，企业必须在这一背景下优化其营销战略。报告也显示，60%的国际制造业买家愿意与新的供应商合作，然而超过50%的国际买家表示难以发现新的供应商，这对于中国智能制造企业而言，是提升品牌可见度和信任度的良好机会。

蔡晓丹强调，在复杂的采购决策过程中，品牌的差异化显得尤为重要。随着全球市场竞争加剧，品牌的认知度与信任度成为决定企业成败的关键因素。领英作为全球领先的职场社交平台，凭借其庞大的用户基础和精准的数据分析能力，为中国制造企业提供了全球化的营销平台，帮助企业有效触达全球潜在客户，提升品牌影响力。

深圳企业拓展全球市场

本次论坛邀请了多位成功的中国制造企业代表和专家分享他们在全球市场中的实践经验。深圳市贸促会贸易投资部副部长薛远鹏表示，深圳的制造企业在经历前所未有的挑战，特别是在全球供应链重构和新兴市场的激烈竞争中，企业如何

提升自己的灵活性与韧性成为当务之急。他介绍，深圳市贸促会定期举办关于国际市场合规性和法律风险的培训，帮助企业规避海外经营中的法律纠纷和合规风险。深圳市贸促会还通过与深圳、香港高端服务业机构的合作，推动企业与优质的商务、法律、财务资源对接，从而增强企业的国际竞争力。

在深圳市贸促会的支持下，多家深圳企业积极拓展海外市场，寻求更多国际合作机会。以深圳前海无形半导体科技有限公司为例，作为一家专注于智能眼镜制造的公司，他们积极参与海外展会，近年来在海外市场，尤其是西班牙市场，产品销售取得了显著增长。深圳市臻芯数字李生技术有限公司副总经理余信乐也在活动中透露，公司将继续与供应链伙伴合作，参与更多国际展会，进一步寻求国际合作机会，拓展海外市场。

品牌出海本土化战略

皓丽海外业务销售与市场负责人Ryan Yan分享了品牌在全球市场拓展的经验。他表示，成功的全球化品牌建设不仅仅是展示技术创新，更要尊重并融合当地文化，实现品牌的本土化运营。Ryan Yan表示，皓丽通过本地化的营销策略，紧密结合全球市场的需求，持续优化产品和品牌形象，从而实现品牌的全球化适配性。通过在领英等平台进行精准营销和实施本土化策略，皓丽成功扩

大了品牌的国际影响力，并不断开拓新的市场。

Geek+海外数字营销负责人Manas Medisetty也分享了该公司在全球市场营销的经验。他表示，Geek+的主要经验是要根据不同地区的需求定制品牌故事。在北美，关注的重点是劳动力短缺；在欧洲则强调能源效率；而在亚太地区，则注重空间优化。Geek+根据这些地区的不同优先级来定制品牌叙事。

深圳市佳瑶智能家居用品有限公司总经理李少艳也提到，品牌本土化运营是佳瑶智能家居成功的关键。李少艳说，公司通过理解中国与海外市场之间的文化差异，优化产品设计与包装，从而提升了产品在不同市场的适应性和吸引力。“每个国家的文化和消费需求不同，特别是在包装、审美等方面的差异，既是挑战，也是我们拓展市场的机会。”她表示。

领英助力中国企业走向全球

在活动现场，蔡晓丹分享了领英通过平台优势助力中国智能制造企业实现全球化战略的成功案例。例如，光伏逆变器企业固德威通过领英精准的营销工具，成功打入海外市场，取得了显著的业绩增长。在过去12个月内，固德威通过领英平台累计增长了22.5万粉丝，在目标市场的客户渗透率达到35%。蔡晓丹表示，领英不仅提供精准的大数据分析，还通过品牌建设和思想领导力的打造，帮助中国制造企业提升品牌影响力，推动全球化进程。

随着越来越多的中国企业通过领英加速全球化步伐，领英已经成为智能制造企业全球化战略的加速器。截至目前，已有70%的中国头部智能制造企业选择领英作为全球化合作伙伴，领英持续为这些企业提供数据驱动的营销支持，帮助它们在全球市场中获得更大的商业回报。此外，领英通过其全球职场社交平台的优势，为中国制造业企业提供了独特的全球营销解决方案，涵盖了从品牌认知到客户转化的全流程。“领英的营销平台帮助企业将技术优势转化为品牌影响力，并为出海企业创造出更大的市场空间。”蔡晓丹表示。



中外嘉宾正在交流。
图/半壁店村融媒体中心

菩提花开处 产业振兴时

■ 本报记者 万泽玮