



用自主设计提升产业链地位 用“互联网+”拓展品牌渠道

“童车安全座椅之都”的谋变创新之路

近日，装载 500 多台儿童汽车安全座椅的集装箱驶出宁波恒盾日用品制造有限公司的厂房，出口西班牙。这款由恒盾研发的创新产品具有防撞功能，其价格比普通产品贵了一倍，凸显出创新设计的价值。

自主设计和“互联网+”，是创新领域的两大热词。而作为“中国童车及安全座椅之都”，宁波的童车和安全座椅生产企业在并不乐观的外贸形势面前，创新谋变，寻找突围之路。

记者 杨江 通讯员 谢晓江 周哲



宁波妈咪宝婴童用品有限公司在香港展会上与采购商洽谈。(资料图片)

自主设计 努力提升产业链地位

与宁波的其他产业一样，宁波童车及安全座椅产业从一开始走的是代工之路，产品利润被严重挤压，大部分企业利润水平不到10%。但他们一直在朝着产业链的上游努力游去。

宁波恒盾日用品制造有限公司是一家儿童汽车安全座椅生产商，一直为欧美采购商做OEM。近几年，该公司强化自主设计，主打安装方便、安全防撞的汽车儿童座椅，成功研发出ES07安全座椅，并通过了世界儿童安全座椅最严格的测试机构——荷兰TNO的28项动态测试，是通过世界上最

多动态测试项目的儿童安全座椅之一。

“虽然，这款产品的成本上升了一倍，但价格也提上了一倍，而且这款产品是全国唯一的一款，夯实了恒盾的品牌实力。”恒盾总经理林锡雷介绍说。

在德国科隆K+J展会上，恒盾带着ES07参展，与全球24个国家的145家公司同台竞技，最终凭借ES07过硬的产品质量和设计理念，获得Vairo guard 0+1组（由Hauck全球代理）创新奖第二名，受到了全世界同行的关注。

成立于1992年的小星

车业有限公司，其产品远销美国、英国、澳大利亚、中东等40多个国家和地区。随着OEM外贸利润的不断降低，小星星车业强化自主设计，如今公司已拥有独立的研发中心，针对欧美市场设计出符合消费者需求的产品，如今的产品利润提升至两倍。小星星公司还在此基础上创立自主品牌——S·Z little Star，此品牌多次亮相于国际自行车商贸会上，去年小星星车业出口童车达200万辆。

宁波妈咪宝婴童用品有限公司是宁波市玩具和婴童用品行业协会的会长单位，主要生产制造婴儿游戏床、儿童推车、

儿童汽车安全座椅等。该公司从OEM起家，积累经验，培养设计和研发团队，至今已获得5项发明专利、100多项新型实用专利。其中，由公司董事长叶伟德主导设计的一款多功能游戏床的三面开合功能，填补了国内空白，在行业评比中多次获奖。

“整个世界版图有80%的国家和地区被我们婴童产品‘占领’了”，尽管2013年欧盟开始实施欧盟玩具安全新指令《被称为目前世界上最严苛的玩具安全技术法规，但强大的自主研发和设计能力让叶伟德仍对自己的外贸生意充满信心。

搭乘“互联网+”快车 拓展国内市场

除了拓展海外市场，面对国内婴童市场的爆发式增长，一批宁波婴童用品企业也凭借着创新产品，搭乘“互联网+”的快车，借用电子商务渠道拓展内销市场，实现两条腿走路。

麦克英孚（宁波）婴童用品有限公司是国内汽车儿童安全座椅领域的龙头企业。该公司去年以来加大了对国内市场的拓展力度，先后在天猫商城和京东商城开出了“宝贝第一”旗舰店。其中有一款名为“太空城堡”的创新产品配备了第三个固定点Top Tether（上拉带），可以加强座椅的稳

定性，受到了市场的欢迎。“太空城堡”上市9个月，已经卖出近2万台。与OEM产品相比，“太空城堡”不仅销量好，而且产品附加值比原来整整提高了三倍。“正因为‘太空城堡’的投入，让我们的品牌在国内市场站稳了脚跟。”麦克英孚总经理徐立宏说。

在线上拓展的同时，麦克英孚还强化线下体验店和售后服务网点的布局，以配合线上的销售。如今，“宝贝第一”售后网点已达到28个，遍布我国大中小城市，部分地区还可享受免费

上门安装服务。公司还与中国太平洋保险股份有限公司合作，为每台产品投保产品质量险。凭借新产品，麦克英孚去年国内销售额达1.8亿元。

“妈咪宝”也导入“互联网+”战略，不仅在电商渠道上创建内销品牌“帛琦”（POUCH品牌），还收集线上消费者的建议和用户体验，进行针对性的设计。目前，“帛琦”品牌系列产品包括了多款高档婴儿推车、婴儿床、餐椅、电动车等，并通过淘宝、天猫、京东、苏宁易购、1号店等第三方平台进行销售。去年“双11”，“帛琦”推车销售额达1500多万元，

名列同行业单品销售第一、综合销售第二。借助“互联网+”，妈咪宝的电商市场占国内销售额20%左右。

“公司‘触网’后，改变最大的是生产模式、管理体系和销售体系，我们开始关注成千上万用户体验，按照整合、梳理后的消费需求研发产品，以个性化、多样化的产品满足差异化需求，很大程度上摆脱了经销商对企业发展的掌控。”妈咪宝董事长叶伟德说。目前，妈咪宝正在研究根据线上需求的大数据分析进行定制化智能生产的流程设计，真正拥抱“互联网+”时代。

新闻背景

宁波是“中国童车和儿童汽车安全座椅之都” 产值占全省的70%以上，每年增速超过20%

经过20多年的发展，宁波的童车和儿童汽车安全座椅产业已初具规模，目前有相关生产企业近400多家（年产值5000万元以上的企业有38家），从业人员7万余人，产值占浙江省的70%以上，且以每年20%以上的速度高速发展。

宁波的童车和儿童汽车安全座椅产业具有外向度高、品种繁多、品牌效应明显、区域集聚效应和龙头企业带动作用凸现、具有较强的产品研发、创新能力和质量检测、检验能力的特点，同时拥有市场、交通等各方面优势。

2013年10月，中国玩具和婴童用品协会正式授予宁波为“中国童车和儿童汽车安全座椅之都”。

统计显示，去年我市童车和安全座椅出口货值分别为2.243亿美元和2.008亿美元，同比分别增长44.35%和1.8%。2014年度童车和安全

座椅工业总产值41.96亿元，利润总额2.9003亿元。今年前4个月，我市出口童车（含婴儿推车）2203批，金额达到6259.8万美元，占全国出口额的7.5%；出口儿童安全座椅949批，金额2874.7万美元，占到了全国出口额的22.4%。

点点手机 美容师上门服务 宁波本土企业试水美容业O2O

商报讯（记者 孙美星）下载一个手机APP，想要美容时只要点点手机，就能有美容师上门服务。随着“互联网+”和传统行业的不断融合，上门O2O美容服务成为流行。上周五，宁波一家企业推出互联网美容服务平台，通过这个平台，消费者可以选择让美疗师上门，也可以选择就近的门店到店接受专业服务。

“我们的平台能帮助消费者线上采购服务，线下体

验服务。”缔美诗集团创始人徐红意介绍，“来美美吧”APP分为三期，分别为美体上门、基础型美肤上门和科技美肤到店，让更多客户可以基于地理位置选择到最近的美容院接受服务。

据了解，美容业O2O平台虽然对宁波消费者来说比较陌生，但类似的上门服务品牌在北上广深等一线城市已经渐渐兴起，比较知名的有“小美到家”、“美道家”、“河狸家”等。

今年1~4月 宁波手机出口同比增三成

商报讯（记者 余婧婧 通讯员 任睿）近日，宁波萌恒进出口有限公司的一批手机向宁波口岸海关申报出口，经宁波海关放行，这批手机正顺利运往几内亚比绍地区。受3G、4G网络普及、手机功能不断强大、智能手机对其他产品功能不断融合、应用软件日趋丰富等

多重因素影响，同时受益于国产厂商提升产品技术水平和价格区间等利好因素，宁波市手机出口呈现快速增长的态势。据宁波海关统计，今年1~4月宁波市出口手机149.1万台，与去年同期相比增长34.6%；价值2.4亿元，同比增长49.3%；出口价格增长了10.9%。

利用保税货物抵押贷款 宁波关区审核通过第一票

商报讯（记者 余婧婧 通讯员 倪丹珏）近日，宁波海关审核通过关区某企业关于加工贸易料件用于金融机构抵押贷款的申请。此次作业为宁波关区首票关于准予加工贸易料件抵押贷款的审核事项，涉及料件货值238.78万美元，为企业成功融资逾千万元人民币。

宁波海关工作人员介绍，经审核符合加工贸易货物抵押条件的，经营企业在缴纳一定额度保证金或者银行、非银行金融机构保函后，主管海关准予其向境内银行办理加工贸易货物抵押，保证金或者保函按抵押加工贸易保税货物对应成品所使用全部保税料件应缴税款金额收取。

跨境电商论坛在甬举行

商报讯（记者 殷浩 通讯员 施晓路）5月22日，宁波市对外经济贸易企业协会联合《浙商》杂志举办2015浙商（宁波）跨境电商实战论坛，本次论坛邀请到亚马逊、Ebay跨境电商平台、跨境电商园区、第三方服务商等业内人士针对传统制造和外贸企业转型跨境电商电子商务最新案例进行解读和分析，为企业转型突破

困局提供突破点，针对如何利用跨境电子商务优化供应链提供实际案例。

此次论坛集结了媒体、协会、外贸企业和有关机构共同探讨如何推进宁波跨境电商的发展，帮助探索我市外贸的转型升级路径、培育我市外贸新优势，助力企业打开出口跨境电商的大门，推动宁波跨境电商的发展。