



B
新经济蓬勃兴起

“传统企业要转型，有两点很关键，一是要有差异化的产品，要有技术创新，有差异化才有市场定价权；二是营销端要有内容创新，要有一个好的品牌、好的品类，能引起消费者的兴趣。”宁波洒哇地咔电器有限公司创始人俞少蔚总结道。



第二张照片，我还是要聊聊消费品工业，这是一张企业的品牌总监不愿意让我发表的照片。

照片上有8个大字——“电动擦地，洒哇地咔”。这家企业的名字就叫洒哇地咔，产品是电动擦地机。如果说，雅戈尔的变化是老牌服装帝国的涅槃，那么这家企业或许就代表着宁波慈余小家电在新时代的觉醒。

去年初秋，我应一个朋友的邀请走访了这家位于余姚老方桥工业区的企业。插一句闲话，这位朋友原本在一家P2P公司做公共关系总监，后来因为众所周知的原因到了这家工厂，中国经济的“脱虚向实”，也推动了人才的“脱虚向实”。

回到正题，先看一下这家企业周边的公司，黎明轴承、阳花塑料、旺旭压铸、高波电子。当洒哇地咔的名字出现在这里时，我总觉得有种不可名状的诙谐。这种时空交错的既视感，背后就是第二次国货浪潮的巨大引力。

这家企业有几个过人之处——

首先就是照片上的那8个字：电动擦地，洒哇地咔，公司的野心“昭然若揭”——就是要在电动擦地机做市场占有率NO.1。一句标语，能看出这家企业在品牌营销上下足了功夫。

其次，洒哇地咔的打法是目前宁波消费品工业中最具开拓意识的。

先是在2016年，洒哇地咔试着在京东平台发起众筹活动，销售额竟达200多万元，受到著名机构海泉基金的关注，天使轮投资360万元。在海泉基金的带动下，京东金融、小米纷纷跟投。如今，该公司已获得7家投资机构的青睐，完成了天使轮、A轮融资，B轮融资也已启动。

在技术方面，公司引入长江学者、北京航空航天大学博士生导师、国家863机器人专家组组长王田苗担任首席技术顾问。

紧接着，洒哇地咔又加入了小米生态圈，再次借东风，进一步拓展渠道。去年7月份通过小米众筹上新的洗地机（地面清洁机），半个月众筹金额超过800万元；8月份通过小米众筹的新品擦地机器人，众筹金额突破千万元……

通过这一系列亮眼的操作，2016年到2018年，公司销售额每年以三四倍的速度快速增长，2018年销售额达1.5亿元，2019年统计还没出来，但超过2亿元是大概率事件。

回到开头的那个问题，为什么洒哇地咔的公共关系总监不愿意让我放这张照片？她告诉我，现在洒哇地咔是要打造时尚生活的品牌，不适合再出现这种工厂厂房。但是我还是用了，对此要道个歉，因为这么重视品牌传播的余姚小家电企业，是我之前从来没遇到过的。

洒哇地咔代表的是新经济、新制造的崛起，希望未来，我们能在慈溪、余姚——这个中国小家电之都看到更多这样的企业。宁波的短板在这里，宁波新的增长点或许也在这里。

（下转A06版）

