

2

这些“大牌”背后有宁波制造

在众多“宁波总代理”成为海外消费品进入中国市场的首站之际，还有更多深耕细分行业的宁波制造，为进博会上积极拓展中国市场的海外汽车、服饰、机械、设备品牌，提供产业链上下游的配套服务。

今年的进博会上，一家名叫“德国卡赫”的全球清洁行业领军品牌格外引人注目，展位遍布消费品、技术装备、医疗器械及医疗保健这三大展区。它带来的AI智能感知清洁机器人，拥有3项全球冠军技术，成了重磅发布的新品。

鲜为人知的是，站在卡赫幕后的一家重要贸易伙伴，正是来自宁波的美联外贸服务有限公司。公司石经理告诉记者，美联与卡赫已合作多年，主要帮助对方在宁波及长三角一带采购零部件——

“宁波北仑是中国的铝压铸之乡，采购这类产品极具性价比，周围还有一些塑料模具也有着良好的口碑。可以说卡赫的清洁设备机械泵中的铝铸件，大多数由宁波制造。有了进博会的平台，能让更多人了解到这一家世界清洁行业巨头，以及作为现代工业之母的模具行业。”

据石经理了解，过去卡赫的经销渠道多以海外商超为主。近年来吸尘器、清洗机、净化器等产品在中国市场日益走俏，也让这些海外品牌看到了商机。无独有偶，1500平方米的“优衣库”展厅，是专业观众不容错过的场景。记者不仅在现场看到了“衣袂飘飘”的景象，还看到了许多研发的新品。

传统的羽绒衣物会在外层面料下面加入内胆，防止羽绒从衣物中溢出，因此显得有些厚重。如今，优衣库经过对外层面料的特别处理，密封了纤维之间的缝隙，让羽绒服变得轻盈不少，甚至能折叠起来装进手提包。

事实上，面料研发正是优衣库背后的纺织服装企业——宁波申洲国际的强项。公司在面料生产、成衣制作方面分别采取ODM、OEM的模式，是耐克、阿迪达斯、优衣库畅销全球的“幕后英雄”。公司专门设立申洲纺织研究院、实验室，不断进行面料以及生产设备的科技突破。

类似的案例不胜枚举。在进博会的汽车展厅，特斯拉无疑是全场“最靓的仔”之一，而宁波旭升股份正是其一级供应商。今年上半年，该公司对特斯拉的销售额高达3.26亿元，同比增幅高达25.14%；瑞典家居品牌——宜家的华东制造中心，与位于镇海的宁波家联科技合作，推出环保可降解的相关产品；还有舜宇光学的车载镜头、均胜电子的安全系统，都是国际大厂背后的“名配角”。

3

“名配角”何时才能“C位”出道？

诚然，宁波以其雄厚的制造实力和广阔的海外渠道，成为进博会上海外大牌的坚实合作伙伴。然而，在这个“酒香也怕巷子深”的时代，没有站在台前的“C位”，就没有被更多人看到的可能，不失为一种遗憾。

来自全球的专业观众，可能只看见了屏幕上巨大的优衣库LOGO，却不知道申洲国际是一家怎样的公司；可能只记住了三养火鸡面的“变态辣”，却没注意到宁兴优贝是一家宁波企业；可能只感受到明治厨具传达的生活理念，却忘了同样的榨汁机、电饭煲、空气炸锅，余姚慈溪的小家电厂商也能研发生产……

某种程度上，进博会也反映了全球价值链分工的现状：拥有品牌溢价的全球500强龙头企业，是舞台上举世瞩目的“明星”，但处于微笑曲线中间段的宁波制造乃至中国制造，恐怕正是千千万万默默无闻的“幕后英雄”。

当然，也有声音认为，这是社会分工使然，宁波企业只需踏实本分地做好基础性工作，把剩下的价值链交给更专业的人。然而，一旦掌握更多议价权的一方选择中断提供的价值链，比如寻找替代商、开始做自营、或是采取种种方式遏制“茁壮成长”，宁波的企业能够确保不被“卡脖子”吗？

正因如此，向来习惯低调的宁波企业，要想从幕后走向台前，就要不断延伸价值链，一边提升自身专业技术的“硬实力”，一边争取把品牌和渠道的“软实力”掌握在自己手中。

在提升“硬实力”方面，一些宁波制造企业已经抓住了进博会的商机。记者注意到，不少全球领先的智能制造企业都对宁波市场如数家珍。山崎马扎克（中国）有限公司营业部的智能制造销售经理索学斌告诉记者，作为全球销售领先的智能制造机床品牌，他们在宁波有不少“采购大户”——

“宁波的旭升股份、拓普集团连续几年都在采购我们的设备，每年采购量高达几十台。他们的订单量充足，迫切需要更换自动化设备以降低人力成本。我们也会根据他们的需求，提供定制化的方案。宁波的一些民营企业都有提前布局的意识，愿意投入几百万元购买车铣复合机床等多功能产品，为转型升级做准备。”

就拿“软实力”来说，宁兴优贝的做法也可圈可点，没有将渠道全权交给经销商，而是主动出击推广。在打响“火鸡面选三养”的招牌时，他们一边让产品进军家乐福、沃尔玛、711便利店等大型商超，一边邀请知名艺人郭麒麟代言，把产品送进李佳琦、薇娅等“顶流”的直播间。

“目前，公司的火鸡面有40%-50%的销售额来自经销商，而天猫超市等自营渠道则把握在自己手中，做到多条腿走路。明年，我们还将重点推广一款‘星思特’新西兰冰川饮用水，拓展公司的产品线。”翁骏涛说。

如今，宁波正在竭尽全力打造国际贸易中心城市，而这一命题的意义绝非被动等待货物如“酒肉穿肠过”，更需要承接进博会的溢出效益，提升宁波在研发、设计、生产、流通、消费等全产业链的话语权。正如一位专业人士所说，期待宁波企业未来从高端“爆品”的制造者、引进者，变成高端“爆品”的拥有者。



第三届进博会现场。记者 严谨 摄