

“高端装备，双循环，新消费” 宁波企业紧抓品牌建设三大机遇

记者 黎莉 史旻

核心提示

聚力双循环，引领新消费”。5月10日至12日，2021年中国品牌日重要活动之一的自主品牌博览会在上海展览中心举办。“华龙一号”“嫦娥五号”、中车智轨电车、首台氢能发动机……一大批国货精品集体亮相，点亮了中国自主品牌的高光时刻。在构建国内国际双循环的新发展格局下，宁波如何以自身外贸、制造双强的优势，抢抓机遇，迎难而上，把握主动权。在这届展会上，宁波的“自主品牌”们给出了响亮回答。

A.

高端装备制造 龙头自主品牌打破国外垄断

今年博览会宁波馆以“甬立潮头”为主题，除了在线上云展馆展示外，方太、金田铜业、乐歌、东方电缆等10家享誉海内外的知名自主品牌也集中“出镜”线下的博览会。在“精品甬城”“匠心甬城”“智造甬城”三大主题展区，一批新产品、新装备、新材料的登台，让与会嘉宾及众多参观者眼前一亮。

在东方电缆的展位上，记者看到了一组电缆样品，这其中就有目前全球最高电压等级的直流电力电缆，以及世界已投运的最高电压等级光电复合海底电缆。

众所周知，被誉为陆地与海洋互联“脉搏”的海底电缆，在促进海洋经济发展中有着举足轻重的地位。几年前，东方电缆打破垄断，生产出国内首条220kV海缆，跻身全球海底电缆最具竞争力企业十强。

去年以来，国际经济环境风云变化，这也给了像东方电缆这样极具竞争力的国内行业龙头一次挑战和机遇并存的在“发球机会”。东方电缆长三角示范区副总经理王方舒告诉记者，在海外需求和供应可能存在失衡的情况下，确实能给中国的优秀企业带来一些填补空位的机会。此时，优秀的能力和品牌影响力就能发挥出价值来。

除了东方电缆，记者注意到，在这届中国品牌日活动上，代表宁波“出征”的自主品牌，多是来自于高端装备、新材料、电子信息、关键基础件、智能家电、生物医药、文体用品、节能环保等“246”产业集群的企业，这也成为了今年宁波馆的亮点之一。



自主品牌博览会宁波馆。

B.

“双循环”新格局 宁波企业利用品牌赢得更多主动权

去年7月1日，海关总署决定在北京、杭州、宁波等地10个直属海关开展跨境电商B2B出口监管试点。宁波把握发展良机，依托“港口、产业、开放”等综合优势，全力推进跨境电商创新发展，打造外贸转型升级加速器。当天零时，乐歌股份拿下了全国首批、全省首单通过跨境电商出口海外仓（9810）监管方式出口的跨境电商B2B货物。

一方面是便利化的出口举措，为企业拓展市场赢得了先机，另一方面是企业主动寻找国内市场化危为机。作为一家国家高新技术企业，主营健康办公产品的乐歌股份在2020年疫情中，抓住了“宅经济”兴起的机遇，通过人体工学技术，为用户实现健康的办公方式和家居体验，经营业绩逆势爆发，实现营收19.41亿元，同比增长98.42%；归母净利润达2.17亿元，同比增幅高达244.7%。公司产品全球市场占有率名列前茅。

此外，依托于此前建立的多个海外仓，在海外疫情蔓延的情况下，乐歌的国内外生产基地保持正常生产经营，甚至在亚马逊FBA仓库停止收货的情况时，自有的海外仓仍然能为消费者提供顺畅的配送。

乐歌股份副总裁茅剑辉在接受采访时曾表示，乐歌正积极响应“健康中国2030”战略的号召，坚定不移地拓展国际、国内两个市场，尤其要在内销产品研发、品牌建设、渠道推广等方面下功夫——借力双循环发展格局，乐歌通过研发制造和外贸布局的双手抓，将主动权牢牢攥在自己手里。

C.

逐渐火爆的“新消费” 品牌创新发展内在驱动力

作为今年中国品牌日的主题之一，“新消费”也是近两年国内最火的经济概念之一。消费者潜在的需求被不断被挖掘，新的消费场景不断出现，使得新品类、新品牌不断涌现，而围绕品牌核心价值，打造打造与新需求相匹配的完整的产品、渠道、营销差异化闭环，也成了企业研究的新课题。

展会上，深兰科技带来的一台AI魔镜吸引了不少观展者的目光。企业相关负责人告诉记者，这款魔镜通过对使用者的采样进行AI数据分析，然后了解到人体的血糖、血压、血脂、总胆固醇等多项生理指标，准确率达到80%以上。

“随着生活品质的提升，越来越多人开始关注自己的健康。这个魔镜的研发，正式为了满足更多群体能随时又快捷地了解自身健康状况的需求。”

随着年轻一代消费群体的迅速崛起，新消费已成为自主品牌创新发展的内在驱动力，也为传统制造业企业的品牌转型的根本动力和方向指引。此外，宁波还将推动先进制造业和现代服务业深度融合发展，引导制造业与文化创意、研发设计、科技服务、“互联网+”等相融合。宁波企业在品牌建设上，也正在积极发挥行业领头作用，“以大带小”“以点及面”，面向消费升级新需求，畅通产业链供应链，创建生态闭环新模式，打造产业融合发展的新局面。