

三年计划正式“出炉” 四大行动全力撬动 宁波工业企业“电商换市”迎来黄金时代

近年来，随着电子商务的快速发展，我市服装、家电等行业一部分工业企业率先“触网抢滩”，赚得盆满钵满。博洋集团就曾通过网络创下一天销售业绩过亿元的商战神话。去年下半年，为深入贯彻省委省政府“四换三名”工程战略决策，加快“电商换市”步伐，鼓励更多企业试水电子商务，我市深入调研，并于今年1月出台《宁波市人民政府关于深入推进“电商换市”加快电子商务发展若干意见》，提出全面实施电子商务“七进”工程，推进电子商务向工业企业延伸。

日前，我市又重磅推出《宁波市工业企业“电商换市”3年行动计划（2014—2016）》（以下简称《计划》），为今后三年工业企业电子商务发展列出行动纲领。连续三年，每年安排1200万元专项资金扶持工业企业开启电商之路；推出四大行动，力促工业企业借“电”换市，催生竞争新活力；加强市县联动，大力培育工业经济发展新优势……随着这些政策举措的渐次落地，我市工业企业“电商换市”将迎来黄金时代。



普及行动 让更多企业迈上电商之路

今年上半年，我市拥有电子商务企业和网商近12万家，其中在天猫上开设旗舰店的网商1877家，同比增长8.17%。从数据上看，我市电商后发赶超势头迅猛，但细观工业企业不唯发展，其电子商务的应用尚处于“青葱岁月”，蕴藏潜力巨大。

加强品牌企业官网销售平台建设，引导工业企业开展跨境电子商务，深入实施工业电商人才培训“123工程”。通过电子商务应用普及行动，引导企业，特别是服装、家电、文具等中小企业开展网络批发生态、网上订货、在线支付等业务，创新营销模式，提高市场占有率；通过三年努力，为全市工业企业普及电子商务知识10万人，培训电子商务从业人员2万人、高级电子商务经理人300人；争取到2016年实现规模以上品牌企业官网销售平台建设全覆盖。

集聚行动 打造电子商务“宁波板块”

“在网上‘单打独斗’太累。遇到‘双十一’，订单猛增，电商们往往变得应接不暇，既要忙营销、接订单，又要忙发货，如果订单太多，物流‘爆仓’在所难免，怎么办？产业集群式发展是条出路。”业内人士说。《计划》将推动电子商务产业集聚作为一大重点，通过培育重点行业电子商务平台、推进特色产业电子商务集聚、加强产业品牌网上推广三管齐下，致力于提升产业集聚发展水平，打造电子商务“宁波板块”。

推动电商产业集聚，首要的一点是培育重点行业电子商务平台。《计划》指出，未来三年，我市将以纺织服装、家电、文具、塑机等行业为重点，引进培育集交易、物流、支付等服务于一体的行业垂直类电子商务平台。整合提升现有行业电子商务平台服务能力，推进行业平台间信息流、物流和资金流等综合服务平台发展。推进特色产业电子商务集聚。根据《计划》，未来将规划建设一批特色产业电子商务基地（园区），实现电子商务与特色产业融合发展。加强产业品牌网上推广。依托国内知名第三方平台建设宁波特色产业带，例如慧眼余姚产业带、镇海装备制造联盟产业带，通过线上推广，提高品牌影响力和盈利能力。鼓励扶持特色产业建立产业协作联盟，以统一品牌开展电子商务，扩大销售规模。

支撑行动 构建电子商务应用“靠山”

在电子信息时代，是否充分利用电子商务被视为中小企业成败的关键之一。但中小企业运用电子商务并不容易。突出的问题有两个：一是认识不足——许多中小企业管理基础薄弱，领导信息化意识不强，或对如何开展电子商务理解比较片面，认为电子商务就是上网，或简单地建一个网站，而相关的管理基础却有限。企业的电子商务仅停留在表面的网站建设上。二是设施落后——中小企业使用互联网和参与电子商务的程度参差不齐。很多网站建设目的不明确，不知道目标用户是谁，不能反映出企业的形象。网站功能简陋，用户找不到自己需要的信息，用户的咨询也常常得不到回复等。有些企业虽然建立了网站，但过于关注传统业务，网站利用率极低，甚至成为一个空壳。

针对上述问题，《计划》明确，我市将大力发展电商软件开发、美工摄影、仓储管理、营销推广、客服、代运营等电子商务服务企业。支持专业服务机构为企业提供一体化电子商务应用解决方案。支持专业代运营企业构建承接工业企业电子商务代运营服务。同时鼓励企业内部业务和管理信息系统与外部电子商务平台之间实现联动集成，鼓励企业采用多种信息技术手段，完善产品从采购、生产到分销、零售各个环节的信息记录与交换，提高产品信息的追溯管理能力。加快支撑、应用软件研发，引导电子商务技术研发企业突破一批关键电子商务支撑技术，引进国际先进电子商务技术。

创新行动 推进电子商务“头脑风暴”

电子商务给传统领域的商业模式带来巨大冲击。作为一种新的渠道，电子商务正深刻地改变着传统的生产、生活模式。谁善于运用改革、创新的思维去认识、发展电子商务，谁就有可能成为最后的大赢家。

《计划》明确，未来三年，我市将在电子商务创新发展上做足文章。主要通过推进电子商务流程创新、应用模式创新和应用技术创新，培育工业企业电子商务示范典型，深化工业企业电子商务应用，提高企业核心竞争力。

撰文 记者 易韵 通讯员 徐燕 实习生 许佳琛 沈丽丽 制图 记者 周骥

案例聚焦

妈咪宝：试水电商5年，销售飙升50倍

“互联网时代，‘妈咪宝’正在向客户定制化转型，以消费者的需求来决定产品研发类型和价格。组织实施从工厂到消费者的流通模式。”宁波妈咪宝童用品制造有限公司董事长叶伟德说。“电商基因正改变着‘妈咪宝’传统运作模式。” 叶伟德说，电子商务对工业企业近乎苛刻的要求前所未有，其核心便是如何切实做到以客户需求为导向。这正是企业发展的命脉。他说，妈咪宝惯用的外贸订单模式，一般只要按照协议保质保量组织生产，并及时把货送到宁波港口即可，对消费者的需求更多地由经销商负责调查，企业发展的命脉往往由经销商掌握。妈咪宝推行电商模式后，从关注成千上万的用户体验入手，按照整合、梳理后的消费需求研发产品，并对管理体系、生产体系、销售体系全面改造，以个性化、多样化产品满

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。 “在电商时代，为掏钱人服务，更需要坚守诚信底线，坚持品牌经营。”叶伟德告诉记者，妈咪宝公开承诺，所有网上商品7天包退，1年包换，信守这一承诺必须有真功夫。要求企业具有快速响应机制和超强的整合能力，通过整合需求来激发需求，否则会造成产品的大量积压。这一切的基础，便是“指尖上的沟通”。 同时，妈咪宝还专门针对电商，创建内销品牌“昂琦”，并逐步形成了高效的从研发、生产到销售流通的链条，致力于提供高性价比产品，赢得了良好口碑。去年“双十一”，“昂琦”推车销售额超1500万元，名列同行业单品销售第一、综合销售第二，将一大批老牌内销企业远远甩在了后头。

镇海装备制造联盟产业带：工业产品组团“触网”捷报频传

上网淘宝，买日用消费品习以为常，有没有想过在互联网上买轴承、汽车零部件？镇海装备制造联盟产业带正是一个通过互联网销售紧固件、轴承、液压马达、汽车零件等工业产品的网商平台。今年4月22日，镇海装备制造联盟产业带正式上线，某知名电商网站首页，“上线3个月，累计完成订单2万余笔，销售额逾千万元。”镇海区经信局相关负责人说，首批入驻企业51家，经过3个月时间的运行，目前入驻企业已达103家，成功突破100家关口，完成首阶段建设任务。 装备制造业是镇海区传统产业，历经多年发展积累，拥有整机制造、紧固件、轴承、液压马达、电机、汽车零件、石化设

备等装备制造企业，门类较为齐全，部分细分行业地位突出，产业关联度较高，已成为镇海区工业的支柱产业之一。 当前装备制造市场竞争激烈，传统企业生存环境愈加严峻。电子商务作为一种全新的商业模式，为企业提供全球性贸易环境，建立新型商务通道，可弥补传统贸易的缺陷。据了解，中国产业带是一个全新的子站点，是一个B2B的平台，不仅能集中突出当地产业特色和优势，打造产业带后台管理权限，随心定制网站页面，轻松管理本地企业。

乐歌视讯：八成多销售来自网络

“21世纪要么电子商务，要么无商可务。”比尔·盖茨的大胆预言如今正在变为现实写照。面对激烈的电商竞争，宁波乐歌视讯科技股份有限公司瞄准先机，将电子商务做得风生水起。“公司跨境电子商务的运营和市场反响完全达到了预期。”日前，乐歌视讯相关负责人说，企业在德国和美国的海外仓已经启用，跨境电子商务业务全面向两个国家延伸。在此之前，“乐歌视讯”已凭借跨境电子商务的渠道，打开了美国和澳大利亚智能支架、家居用品的线上零售市场。 2009年，“乐歌”支架畅销海外市场

时，为拓展国内市场，董事长项乐宏果断决策，进驻某知名电商平台开拓网络销售渠道。“企业仅靠外销‘单腿’跳不远，只有内销‘两条腿’齐步走，才能稳健有力。” “乐歌视讯”很快尝到了电商换市的甜头，新客户慕名而来，订单接踵而至。去年“双十一”，“乐歌”支架实现销售额100万元，是前年的5倍。 “电商换市的市场一年比一年大，但在全国数亿台显示器的保有量面前，我们卖出的产品还是太少了。”解决问题首先要确保产品品质过硬。先前，因为客户好评率达到95%的目标，公司曾用轿车销废数百万元产品。

纺织服装产业：率先“触电”谋转型

迅猛发展的互联网让纺织服装行业看到曙光，纺织服装也成为宁波率先“触电”的产业。如今，越来越多的纺织服装企业利用互联网技术来获取经营和技术信息的同时，尝试发展电子商务，用“电商”打开市场销售一片新天地。“电商换市”已经成为宁波纺织服装企业传统实体店销售的强有力补充。 宁波博洋、GXG、太平鸟等服装名企涉足电商多年，多次在网络购物狂欢中创下销售纪录。

纺织服装产业勇于尝鲜既有市场因素，也离不开政府的循循善诱。近年来，宁波大力推进工业化和信息化的深度融合，鼓励企业进入电子商务领域开拓市场。今年7月出台的《宁波市电子商务专项扶持资金管理暂行办法》，规定宁波市财政每年预算安排电子商务专项扶持资金1000万元，用于电子商务应用和发展，而符合条件的本土电商企业最高可获60万元补助。此外，借助每年举办的服装服饰博览会召开全国首个服装行业电子商务应用峰会，邀请淘宝、阿里巴巴等知名

慈溪：每年投250万培养5000网络“店小二”

“今后，慈溪市计划每年投入250万元，采用现场授课和网络培训相结合的方式，重点培养5000名工业企业、电子商务企业、配套服务企业的电子商务人才。”慈溪市经信委相关负责人说，慈溪市民间资本雄厚，四大行业规模大、企业多，特别是小企业十分适合做电子商务，基础条件非常不错。但是电商人才短缺成了最大的短板。 为了拾遗补缺，慈溪出台了以上扶持政

策，除了实务型培训之外，慈溪市还向企业业主讲授网络培训相结合的方式。去年已举办此类讲座论坛5次。同时，该市还试图通过树立一批典型案例，让企业主看到实实在在的效益，从而引导他们走上电商换市的道路。 据不完全统计，目前慈溪市1157家规模以上企业中，参与电子商务的不到一成，电子商务销售额占比仅有1%。根据慈溪市出台的政策，到2016年，该市要达到“六成以上规模以上企业开展电子商务，规模以上企业电子商务销售额占比重在11%以上”的目标。为鼓励中小企业开展网络销售，慈溪市将对进入区内奖励，对电子商务平台给予支出2万元，对自主建立网站的给予支出10%以内的奖励，对电子商务销售额1000万元以上的按超出部分千分之二进行奖励。