

0 最前沿

“特色小镇不靠命名而来，是靠创出来的！”在近日召开的全市特色小镇规划建设工作现场推进会上，市委常委、常务副市长宋越舜强调，特色小镇建设要厘清政府市场边界，强化动能培育，走“少而特、少而精、少而专”的发展之路，不搞盲目扩张、盲目发展。

本报记者 殷聪 包凌雁

特而强、聚而合 宁波特色小镇成效初显

小镇产城融合加快

近日，位于月湖畔的诗情湖西—金汇小镇核心启动区正式开园。作为省级特色小镇第三批创建名单中的一员，诗情湖西—金汇小镇核心启动区的开园成为我市推进特色小镇建设的重要一笔。

江北膜幻动力小镇、杭州湾新区汽车智创小镇、余姚智能光电小镇等小镇龙头效应加速形成，推动我市制造业向高端化、智能化升级；鄞州四明金融小镇、海曙月湖金汇小镇等小镇资源要素加速集聚，产城融合不断加快……目前，宁波共有省市县三级特色小镇66个，其中，省级特色小镇数量16个，位居全省第三；投资总量、结构等重点指标完成情况居全省前列。

产业“特而强”、功能“聚而合”，特色小镇成效初显。江北膜幻动力小镇以长阳科技等3家光电膜核心企业和新材网为发起单位，创立膜材料创业创新联盟，协同引进一批优质下游生产企业；



宁海智能汽车小镇依托知豆新能源整车项目，正加速形成集整车、电机、关键零部件研发制造和旅游体验于一体的全产业链。

特色小镇的“特”，要有独特的产业；“色”就是要有颜值，有了颜值自然可放大其经济规模与价值。在宁波，“小而美”的小镇正深挖历史渊源、文化基因，形成独具韵味的特色小镇。比如，杭州湾新区滨海欢乐假期等3个小镇入围首批省特色小镇文化建设示范点；海曙月湖金汇小镇依托天一阁·月湖国家5A级景区创建，实现历史街区保护与金融产业发展的有机融合。镇海i设计小镇与省科技厅、博士科技合作建立了浙江科技大市场宁波分中心，促进科技资源融合聚变；象山星光影视小镇已纳入新桥镇全域影视旅游规划范围，统筹全镇资源。

对标“高端化、市场化”，差距不小

规划不科学、特色不鲜明、

充分对接城市布局脉络，按照网络化现代都市格局的要求，谋划全市特色小镇的空间结构。充分对接产业发展脉络，以重大项目布局、重大产业链打造为方向，推进实体产业类小镇布局；充分对接区域交通脉络，尽可能将小镇纳入便捷的交通圈之内；充分对接历史文化脉络，以系统化的思路来挖掘开发经典产业和历史文化资源。

活力不够强、进度不平衡……在省特色小镇会议中，有关专家提出的这几个问题，在宁波也不同程度存在。

比如，部分小镇产业定位不够明确，特色产业投资不足，简单聚集“搞拼盘”现象仍然存在；高端要素集聚不够快；内涵形象不够美，有些小镇“客厅”唱主角，周边生产、生活、生态功能欠缺，而多数小镇客厅尚未建成，进度滞后；市场化水平不够高，部分小镇“非政府投资占比”指标不理想。

此外，重申报轻谋划、重考核轻统计等问题都还不同程度存在。余姚横客小镇、梅山海洋金融小镇未通过今年省年度考核，遭降格；在“市考”中，海曙梁祝爱情小镇遭警告，宁海追风逐浪小镇被淘汰。

市发改委负责人表示，今后将按照“宽进严定”的原则，提高警告、淘汰的标准，将省市两级的小镇总量控制在50个以内。目前宁波创建加培育类总数已经达到42个，今后新入围的总额要通过淘汰和成功命名来取得。

强化动能培育，推动产、城、人、文有机融合

宁波是典型的“经济大市、资源小市”。一直以来，宁波都致力于探索怎样用最少的资源达到更优的生产力布局、更高的空间开发效率。而特色小镇作为集产业、文化、旅游、社区四大功能为一体的综合性平台，显然承担着构建现代化经济体系和深化供给侧结构性改革的重要使命。

如何高水平推进宁波特色小镇规划建设，市发改委负责人表示，今后将充分对接城市布局脉络，按照网络化现代都市格局的要求，谋划全市特色小镇的空间结构。充分对接产业发展脉络，以重大项目布局、重大产业链打造为方向，推进实体产业类小镇布局；充分对接区域交通脉络，尽可能将小镇纳入便捷的交通圈之内；充分对接历史文化脉络，以系统化的思路来挖掘开发经典产业和历史文化资源。

开放

宁波“浙江出口名牌”数量居全省第一 以品牌拓市场 出口名牌好戏连台

本报记者 单玉紫枫
通讯员 王时颖 汤元拯

对企业而言，名牌意味着什么？连续多次入选“浙江出口名牌”“宁波出口名牌”的斐戈集团总经理助理毛李璐表示，名牌顾名思义，就是知名品牌，这背后传递出的是高质量、高技术、高附加值的信息，以及随之而来的品牌溢价。按照外贸行业惯例，同样的产品，自主品牌出口的价格要比贴牌加工高出5%。

和斐戈一样，包括月立、雅戈尔等企业在内，截至目前，我市处于有效期内的“浙江出口名牌”已达200个，入选数占全省26%，居全省第一。出口名牌在提升外贸企业品牌意识、培育竞争优势等方面，发挥着越来越重要的作用。

“这一纪录很快将被刷新”

“比上清华还难，而且成绩不好还会被‘退学’。”对于“浙江出口名牌”的评选机制，市商务委相关负责人用了个形象的比喻。

据悉，对于申报企业，我省按照研发创新能力、通过国际通行管理体系组织生产、市场销售和消费者认可、知识产权保护、全球化经营、社会评价等6项指标进行“打分”，综合评定。此外，申报类别商品出口额要求在同行业中全国领先，或上年度出口额不低于1500万美元，其中自有品牌出口额要占20%以上，同时还必须通过国际通行的质量管理体系认证。

层层审核通过后，才会被选入“浙江出口名牌”。但选入后，也绝非一劳永逸，其有效期只有3年，到期后须进行复核。

宁波实至名归

“这一数据很快就会被刷新！”市商务委相关负责人话锋一转，信心满满地表示，“届时，宁波将继续领跑全省。”

原来，由于2017年度浙江出口名牌要到明年年初才能公布，所以200家只是目前的纪录，但宁波的领先态势早已凸显，这从“宁波出口名牌”认定工作中不难看出端倪。

据了解，为加强引导各市重视出口品牌建设，鼓励品牌企业开拓国际市场，目前，浙江已基本形成省、市、县品牌三级梯度培育体系，累计产生1000余个市级“出口名牌”。换句话说，市级就是省级的“名牌储备库”。

经企业自愿申报、区县（市）审核推荐、评委评审、征求相关部门意见，2017年度“宁波出口名牌”的认定工作已经进入最后的公示阶段，在拟认定的29个品牌中，其中11个为新增品牌。

据悉，29个品牌中，机械电子类达17个，囊括了集成电路的领军企业、国家级高新技术企业江丰电子等一大批极具竞争实力的企业。专家表示，这与宁波外贸出口的商品结构相吻合，体现了我市近年的产业变迁。

再将目光放远，以目前拥有“宁波出口名牌”的企业为例，其中机械电子类占54%，轻工工

艺类占21%，纺织服装类占12%。“三类占比之和近9成，标志着我市这些产业国际竞争力明显增强，品牌培育成果初现。”相关负责人表示。

出口名牌亦是“隐形冠军”

1999年，当陈奇伟从5合二手注塑机和一个废弃厂房起家，创立宁波瑞孚集团时，他都不敢想，这里生产出的梳子一年能创造出数亿美元产值，且有一天这个“小作坊”也能成为该行业的“领跑者”。

专注细分领域，以创新打造品牌，2009年，瑞孚集团一跃成为全国最大的发梳研发、制造和出口企业，实现“全球每10把头梳，5把出自瑞孚”；2012年，年出口额首次突破1亿美元。“去年公司出口额达2.3亿美元，提前实现公司的第一个五年计划。”瑞孚集团董事长陈奇伟表示。

于无声处听惊雷，在小产业做大文章。像瑞孚一样，在宁波众多的民营企业中，有一大批在细分领域中的“单打冠军”，它们用极致的工匠精神，不断转型升级，在日渐加速的宁波品牌塑造之路上，正在实现跨越式成长。

“从2008年我市开始评选‘宁波出口名牌’以来，瑞孚集团的‘华孚’牌梳子、月立集团的‘月立’电吹风等一大批单打冠军就名列其中。”市商务委相关负责人介绍，而随着外贸动能加快转换，一批新的品牌也跻身其中。

老品牌不断巩固优势，新品牌纷纷异军突起。市商务委相关负责人表示，注重品牌、打造品牌，正在成为外贸“甬军”的共同追求。

以此次2017年度拟新增的“宁波出口名牌”宁波怡人玩具有限公司为例，集团创始人彼得·汉斯丹于1986年在德国建立了Hape幼教服务机构，1995年在中国设厂开始OEM贴牌生产与贸易。该公司曾先后与宜家家居、沃尔玛等零售巨头合作，不断发展壮大，逐渐发展成为其重要的战略供应商。尽管玩具出口量很大，但产品价格却被牢牢控制在客户手中，成本越来越高，利润却越来越薄。经过深思熟虑，2000年，公司重新踏上了自有品牌的摸索之路。

2003年，怡人公司买下加拿大知名品牌Educo，经过5年的苦心经营，2009年，Educo正式开始向全球销售。随着跨境并购、发力营销、巩固优势、转型升级，怡人慢慢摸到了“创牌”的门道。2011年，宁波怡人对旗下所有品牌进行重新整合，隆重推出Hape品牌新包装并在全球上市。如今Hape品牌已成为公司的主打品牌，并在全球60多个国家和地区销售。“这次拟入选‘宁波出口名牌’的，就是公司旗下的主打品牌‘Hape’。”宁波怡人玩具有限公司市场部经理张利英告诉记者。

此外，还有在全国率先投产数字化3D种植导航模板、拥有多项发明专利的蓝野医疗，慈溪小家电的新生力量帅风电器、远大电器……拟新增名牌中，实力不容小觑。“如今的宁波出口品牌，可以说是‘好花常开、好戏连台。’”专家表示。

握指成拳，扩大品牌优势

“有中国客户资源，就是一个

中国品牌；有全球客户资源，就是一个全球品牌；有了高端客户资源，就是一个高端品牌。”海尔集团董事局主席兼首席执行官张瑞敏的总结，可谓恰如其分。

将目光投射到全国乃至全球范围，宁波品牌之路依旧任重道远。

去年7月，中国品牌价值500强评审委员会揭晓第十一届中国品牌价值500强榜单。腾讯、华为、中国工商银行、阿里巴巴、中国建设银行包揽前五强，宁波共有7个品牌上榜，分别是老牌服装品牌雅戈尔、国际服装代工巨头申洲国际、厨电专家方太，以及宁波银行、太平鸟、杉杉、舜宇光学，7家企业的品牌价值均超过百亿元，其中雅戈尔、申洲、方太超过200亿元。

“‘大而强’是它们的共同特征。”市商务委相关负责人表示，身为外贸大市，广大的中小企业依旧是出口主体，宁波需要进一步创建以质量品牌为标志的竞争优势。我市鼓励拥有自主出口品牌的企业积极上报品牌信息备案，通过企业自愿上报和真实报关的方式，探索建立出口品牌商品统计体系。

“品牌培育是一项系统工作，可以有政府推动、政策引领等多点发力，但归根到底还是要由具体企业来落实。”专家表示，品牌提升的主体是企业，需要企业制定明确的品牌战略，从设计、制造、营销、服务全过程创造价值、挖掘价值、传递价值，进而提高客户感知价值。从这个意义上讲，增强企业品牌培育能力才是品牌建设的中中之重。

免收三项费用新政 实施一年 为企业减负 5200万元

本报记者 包凌雁
通讯员 傅晓晓

去年以来，宁波各口岸经营服务单位对海关查验没有问题的外贸企业均免于收取查验吊装、移位、仓储费三项费用。这一政策惠及企业2.4万家。截至去年11月底，宁波港国际物流有限公司已累计办理退费和免费8万余箱（票）次，5200余万元，让企业切实享受到改革的红利。

近年来，我国实行高水平的贸易和投资自由化便利化政策，不断改善贸易自由便利化条件，推出外贸稳增长措施，切实降低企业进出口环节制度性成本。为此，自2016年4月1日起，在全国海运口岸实行免除海关查验没有问题外贸企业吊装移位仓储费全面试点。宁波口岸于2016年12月9日正式实施此项政策。宁波各口岸经营服务单位对海关查验没有问题的外贸企业均免于收取查验吊装、移位、仓储费三项费用，同时，对2016年4月至12月间外贸企业已经支付的属于免除范围的费用进行退还。

宁波港国际物流有限公司积极参加国家试点工作，具体负责查验发生在港内和港外的外贸企业或代理企业的退费工作。截至去年11月底，该公司已累计办理退费和免费8万余箱（票）次。去年11月中旬，顺利通过宁波市人民政府口岸与打击走私办公室对于免除查验没有问题外贸企业吊装移位仓储费用项目的审计，并于12月底再次顺利通过财政部驻宁波办事处的抽查，获得了市口岸办、市财政局的一致好评。

首家港航物流 及无船承运人 协会成立

通讯员 胡锋波 宋兵

日前，宁波市港航物流及无船承运人协会获市民政局正式批复。这是宁波市第一家由国有企业、民营企业“牵手”组建的国际港航物流行业协会，类似协会在全国范围亦属少见。

无船承运业务是一项重要的国际海运辅助业务，主要是以承运人身份接受货主(托运人)的货载，同时以托运人身份委托班轮公司完成国际海上货物运输，根据自己为货主设计的方案路线开展全程运输，并签发经过备案的无船承运人提单。无船承运业务具有量大、面广、涉及企业多的特点，是港口物流链中辐射力最广，服务内容与国际接轨的“互联网+传统服务+信息服务”的行业。

截至目前，宁波无船承运人共536家，虽然数量多，但良莠不齐，竞争无序，尚未形成产业集聚优势，因此发展空间较大。“通过成立协会平台，抱团取暖，可以更好地促进宁波国际物流协同创新，资源整合和共享共赢，促进宁波市港航物流及无船承运人信息化建设，提升行业的服务意识，从而向海外推进。”协会主要负责人表示。

“我们希望不断吸纳全市、全省乃至长三角地区的港航物流业的优质会员加入协会，将协会打造成宁波行业协会的‘新名片’，加快打造更具国际影响力的港航物流服务中心。”宁波市港航管理局主要负责人表示。

