

“只有落后的产品，没有落后的产业。”传统制造业既是城市经济长期发展、积累形成的支柱产业，也是“永不落幕”的朝阳产业。自推出全面改造提升传统制造业实施方案以来，我市再次吹响传统制造业转型升级的“冲锋号”。

聚焦九大产业，实施十大重点工程，以传统制造业智能化改造为主攻方向的宁波不断增强传统企业核心竞争力和可持续发展能力，全面加快推进传统企业转型升级工作步伐，实现新旧动能转换。加快转型升级的传统制造业不断拉高层次，闯出新路，向高质量发展加速挺进。

老树发新芽 传统制造业借“智”转型升级

在慈溪龙山，铝制不粘锅是当地的特色产业之一，平均每天就有27万只铝制不粘锅在慈溪下线，产品远销欧洲、美洲、非洲等地。以慈溪龙山为主的宁波铝制不粘锅企业出口量全国第一，占全国出口量的50%以上。然而，由于一线员工的工作环境相对较差，以往企业的招工是当地铝制不粘锅企业的心病。

可喜的是这一现状正随着自动化、智能化改造的推进加速改变。“以前我们最愁的就是招工难的问题。现在好了，通过自动化、智能化改造，企业的生产效率提高了30%，人力成本却下降了50%。”宁波喜尔美厨房用品有限公司副总经理洪京汕告诉笔者，铝制不粘锅行业是传统的劳动力密集型行业，随着客户品质要求的不断提升以及人力成本的不断上涨，企业自动化、智能化改造势在必行。

2015年，“喜尔美”开始筹划自动化、智能化改造，并相继投入了13条自动化生产线。如今，生产铝制不粘锅的打磨、抛光、拉伸、车底、车口、平整等6道工序实现了自动化生产，每条线的员工从原先的48人减少为现在的12人。“企

业的用工少了，产品合格率提升了，产值自然随着生产效率的提升快速增长。”洪京汕说，据初步统计，去年该企业的产值增长了近2亿元。

不光是“喜尔美”，在宁波传统制造业借“智”转型已成为不少企业家的共识。雅戈尔智能工厂实现“规模化”与“个性化”的兼容，不仅大单生产周期从45天缩短到32天，量体定制周期也由原先的15个工作日缩短到5个工作日，特殊情况下单件定制周期甚至可缩短至2天；用大数据、智能制造打通生产销售的且可测，定制一件羊绒衫的时间已从原先的一周缩短至8小时……

“以技术改造促进智能制造已成为我市加快实体经济转型升级，促进工业经济高质量发展的关键之招。”市经信局技改处相关负责人表示，数据显示，自2017年实施“三年大改造”（即规模以上工业企业技术改造三年行动计划）以来，我市已有2481家企业完成智能化诊断，提前一年超额完成诊断目标任务；6139家规模以上企业实施技术改造，占全市规模以上工业企业总量的81.9%。



传统服装企业绿色化转型步伐加快。

产品展“新颜” 品质化转型助推产业跃上新台阶

“你看，做了十多年的贴牌，一直是我们找外商。现在不一样了，他们都愿意主动找上门来了。”在上个月举行的第16届中国国际文具礼品博览会上，慈溪市秀比斯文具制品有限公司董事长韩建跃短短一上午便与三位中东客商谈妥了三种型号的水彩合作订单。

“企业要做大做强，就是要打造自主品牌，打破国外对部分文具产品的垄断。”韩建跃的感慨道出了宁波广大文具企业的心声。据介绍，经过十余年的发展，宁波的文具行业已从贴牌生产向自主品牌创建转变，培育了得力、广博、贝发、康大美术等一批龙头企业，企业核心技术和品牌优势居行业前列。

“文具等传统制造业只有坚持创新，持续提升品牌竞争力，才能实现高质量的发展。”市文具行业协会会长、贝发集团董事长邱智铭表示，面对痛点，贝发从品牌建设入手，向世界宣告了“为中国好笔代言”的决心。与太钢集团等企业合作，贝发先后解决了笔头及油墨问题，实现贝发笔100%“中国制造”，将笔芯的保质期从2年延长至5年以上；在国内首创自动锁墨系统，一举解决了圆珠笔漏油问题。

解决圆珠笔的工艺问题后，贝发在外观设计上不断发力。从G20

峰会元首笔到金砖五国峰会用笔，贝发集团用一支支精美的国产笔，逐渐甩掉了以往低端的“帽子”，向中高端笔类市场加速挺进。

与贝发类似，我市另一家行业龙头企业也在自主品牌建设上闯出了新路。今年2月，得力成功中标联合国人口基金（UNFPA）办公用品用品项目，成为其长期供应商。该项目的中标标志着得力成功跻身于联合国机构合作的办公用品综合供应商行列，打破了一直以来西方品牌在该领域的垄断。

蝉联尼日利亚总统大选订单，独家供应伊拉克总统大选物资，顺利完成国家商务部援助尼泊尔地方大选项目……回顾近年来得力在品牌国际化与海外市场拓展的辉煌成绩，大多得益于该企业在产品、品牌等多条战线上的深耕不辍。据了解，得力近年来斥巨资在创新设计领域深度发力，构建了600多名研发精英组成的设计研发团队，并在中国上海、韩国首尔、日本东京、德国斯图加特以及美国波士顿等地区建设设计创新研究所和集成研发中心。

不光是文具，通过深入实施“浙江制造”品牌培育工程，加大“品字标浙江制造”和“浙江制造”精品宣传推广力度，去年我市新增“品字标浙江制造”品牌企业达80家。



雅戈尔智能工厂实现“规模化”与“个性化”的兼容。

更智能、更绿色、更创新 我市传统制造业转型升级风帆劲起正当时

文/图 殷聪 陈柳廷 徐衡律

绿色化转型 传统产业老难题获新解法

与印象中的印染企业不同，位于蛟川国家化工区内的康赛妮新纤维科技有限公司不光绿树成荫、泉水淙淙。半封闭式的生产也让该企业的员工脚不沾脏水，眼不见蒸气，鼻不闻臭味。需要染色时，自动化改造后的机械臂会在上百个小型染料库中精准地选取对应的颜色，放置在适当的装料器皿中进行化料。化料池连着染缸，待化料结束后，染料将顺着管道自动流入染缸，完成染色。

近些年来，绿色改造让康赛妮实现了新一轮发展。通过新工艺的研发，让染色助剂早已告别了影响环境及身体健康的化学物质；借助新技术的应用，让康赛妮染一吨羊绒时需要的工业用水锐减了一半；通过热能回收系统及中水回用系统，该企业可回收废水中八成的热能，一半的工业废水也可进行回收再利用……

如今，康赛妮已逐步将绿色设计、节能减排以及防污降耗理念贯穿于企业的生产与经营过程。去年下半年，康赛妮一举拿下了国家级绿色供应链示范企业与国家级绿色工厂，10款产品也被认定为国家级绿色设计产品，成为我市唯一一家获得三项国家级绿色殊荣的企业。

如今，“品牌、绿色、智能”逐渐成为驱动传统制造业转型升级的三大趋势。看到未来方向之一的不光只有康赛妮集团。在狮丹努集团，细微的改变折射出绿色制造的深入人心。在该公司的生产车间，员工会将线头、碎角料统一回收再利用。针织后留下的线芯也会被集中收集，交给资源再利用企业……据初步统计，去年该公司收集的线芯便达到了13吨。

在制造端实现绿色化的同时，

狮丹努将目光瞄向了节能领域。2017年12月，该集团位于古林龙山村的狮丹努针织有限公司光伏发电设备正式投用，一年累计发电72.8万千瓦时，相当于该公司27.8%的用电量。“对于传统制造业企业来说，绿色制造是大势所趋，企业要提前布局。”狮丹努集团股份有限公司相关负责人说。

一组数据佐证了我市纺织服装企业加快绿色发展的决心。2018年宁波市制造业“亩均论英雄”排行榜显示，我市纺织服装、服饰业每吨标煤的单位能耗增加值为9.67万元，在29个行业中排名第一。据介绍，更绿色的纺织服装产业只是我市传统制造业加快绿色化转型的小缩影。数据显示，去年我市开展“腾笼换鸟”新三年行动计划等专项行动，淘汰落后产能涉及企业184家，整治提升“低散乱”企业（作坊）2178家，腾出用能空间27万吨标煤；全年组织实施节能改造项目613个，实现节能量51万吨标煤；全年新增国家级绿色工厂7家、绿色设计产品22项、绿色制造系统集成项目2项，1家绿色供应链企业。

传统制造业转型升级 “硬骨头”怎么啃

总体目标：

到2020年，我市传统制造业质量效益明显提升，创新能力不断增强，智能制造水平大幅提升，绿色制造取得新成效，重点传统制造业在国际产业分工和价值链中的地位进一步上升，成为全省传统制造业转型升级的示范城市和全国一流的制造强市。

重点领域：

九大传统制造业改造提升重点：纺织服装业、化工制造业、橡胶和塑料制品制造业、文教用品制造业、家用电器制造业、有色金属冶炼及压延加工业、化学纤维制造业、非金属矿物制品制造业、农副产品加工业。

重点工程：

智能化升级工程、全产业链培育工程、技术创新突破工程、优势企业培育工程、质量品牌标准升级工程、“制造业+互联网”融合工程、绿色生态发展工程、园区发展能级提升工程、企业资本经营和跨国经营能力增强工程、实施落后产能整治工程。

传统制造业转型新路径

博洋：旧厂区育出62棵“好苗”

一家办公场地仅100平方米的企业，在创立第二年，能完成多少销售额？在博洋创客157产业园内，宁波合圣世纪有限公司给出的答案是5000万元！这家以休闲时尚类鞋品销售为主的小微企业，背靠博洋创客157产业园这棵“大树”，实现了企业发展的“蝶变”。

自2015年启用博洋创客157产业园以来，类似“合圣世纪”的故事正在该园区内不断上演。新锐品牌“GUKOO果壳”入驻园区后，销售额从2015年的4500多万元，猛增至2018年的4亿元，并成功获得天猫家居服品类销售前三的佳绩；从唐狮服饰内部孵化的卫衣运营小组，整个团队仅20人，却在去年完成了近2.5亿元的销售额……

博洋创客157产业园为何能在短时间内助力小微企业实现“蝶变”？它的神奇之处在哪？博洋研究院副院长许淑敏给出了答案。她告诉笔者，小微企业在成长过程中，对于市场的走向、财务把控甚至思路，容易陷入误区，导致企业发展停滞不前。而在博洋创客157产业园内，小微企业遇到类似的“成长烦恼”，可通过园区牵线，依托博洋集团60余年的企业发展经验、10年的电商销售经验以及丰富的资源优势，寻取披荆斩棘的“利刃”。截至目前，博洋集团2万多平方米的老厂区已全部纳入博洋创客157产业园内部孵化的8家企业中，7家企业去年销售额已超过1亿元。

广博：跨界融合玩出新花样

“这就是广博旗下的商务文具品牌fizz和《都挺好》剧组联名推出的伴手礼，配合剧情里的大女主设定，主打简洁时尚商务风，包含了一个记事本、中性笔、和风湿带以及一枚剧照纪念徽章。”广博集团营销负责人林晓帆一边说一边向记者介绍着广博跨界融合的“新玩法”。她告诉笔者，《都挺好》开播，该剧组就主动找到了广博，希望推出联名款商务文具。目前，该产品已经在京东等电商平台同步上线，反响不错。

不光是《都挺好》，不久前，广博的产品更是借助文创力量，在刚刚播完的电视剧《知否知否应是绿肥红瘦》中火了一把。“这款日程本上线一分钟，就在天猫店卖出了600本！一小时内，5000本备货全部预售完，我们紧急通知工厂，加订2万本。”这个“抢货”速度，甚至“吓”到了设计师本人。据介绍，该影视剧与广博的文创品牌Kinbor联名推出的手账，封面采用中国风传统绸缎布面刺绣，还附赠一枚古风的书签，直指追剧受众和粉丝群体。

影视剧衍生品在消费端的大获成功，让广博开始正视与影视剧IP融合的巨大市场。去年，广博旗下的文具板块销售额同比增长了50%。预计今年一季度将延续50%以上的增长。如今，广博已不满足于“影视IP圈”，开始进军“手游圈”。目前，广博已与网易的手游《阴阳师》签约，准备推出联名文创。



借助“三年大改造”，甬企加快自动化、智能化转型步伐。