

0 大聚焦 · FOCUS

打好“制造+服务”“产品+服务”组合拳

宁波掘金服务型制造新蓝海



加速向服务型制造转变的厦夏齿轮正抢占智能制造风口。（殷聪 摄）

服务型制造是制造与服务深度融合的产业新形态，是制造业企业打造竞争新优势的重要途径。继成功入围国家级服务型制造示范城市之后，宁波探索服务型制造样板的步伐不断加快。在本周举行的“服务型制造万里行——走进宁波”活动中，一家家示范企业的发言无不透露着宁波发力服务型制造的决心：打好“制造+服务”“产品+服务”组合拳，把服务做出大名堂。

记者 殷聪
实习生 黄宇轩

从单纯卖产品到延伸卖服务

曾经只专业从事水表、燃气表生产的东泰水务，通过成立子公司东泰水务正加速转变身份，从原先的产品供应商变为服务商。

转变的原因很简单，如果只生产水表与燃气表，即使体量再大，也难免碰到发展的天花板。向服务型制造拓展和提升，不仅为东泰集团高质量发展开辟了新的赛道，也为其延伸服务打下了坚实的基础。

尽管成立时间并不长，但通过大数据分析帮助供水企业降低漏损率的东泰水务，其服务范围已涵盖海南、福建、上海、江西等多个省（市）。“我们的目标是每年以超过50%的增速不断前进，力争成为全国水务服务领域的单项冠军。”东泰水务总经理林森告诉记者，转变身份卖服务最大的收获是发展信心更足了。

在他看来，随着原材料价格的不断上涨，制造业企业的利润被不断压缩，而且产品一旦被模仿，就容易陷入价格战。但智慧水务卖的是解决方案，需要长期的积累，不易被模仿，还能进一步增强与客户黏性，一举多得。

对服务型制造有着深刻体会的不光是东泰集团一家。贝发集团围绕文创产品供应链搭建的文创产业互联网平台，聚焦从创意设计到文创产品落地孵化的关键服务，依托



如今，企业制造板块与服务板块之间的边界变得更加模糊。（丁继敏 摄）

贝发集团成熟的生产线以及丰富的供应链资源为设计师与消费者搭建起更为便利的“桥梁”，让创意设计师的作品能够更快地转化为大众消费产品。

柯力传感凭借称重传感器全球市场占有率第一的优势，建立的柯力云平台从提供产品向整体解决方案服务商转变。在现有的称重物联网基础上，柯力传感通过不断拓宽产品线，拓展更深的垂直产业链整合和更庞大的数据平台，为行业物联网建设提供平台式解决方案，实现从单一卖产品到兼顾卖服务的转变。

德曼压缩机研发的新能源销售服务云端管控系统，通过收集销售、设备运行等数据进行大数据分析，可提供售后维护、远程监测预警等多方面服务。不仅如此，借助5G技术，德曼压缩机开发的“5G+新售后平台”，可让现场人员穿戴AR眼镜，实现远程实景作业，实时故障诊断，提出处理方案，用“视频+语言”实时解决疑难杂症。

经过不断引导，宁波良好的服务型制造生态正在加速形成。数据显示，截至目前，全市开展服务型制造的规上企业占比已超过60%，累计拥有省级以上服务型制造示范企业（平台）60家。其中，国家级服务型制造示范企业（平台）10家。

加速挺进“微笑曲线”两端

著名的微笑曲线理论提出，产业链利润通常呈现“V”字形，一

头是研发、设计，另一头是销售、服务，中间是生产。向服务型制造拓展和提升，看似只迈出了小小的一步，背后其实并不简单。

首届国家制造强国战略咨询委员会委员印建安，在研究了众多国际知名企业近30年的发展历程后发现，从全球范围看，企业制造板块与服务板块之间的边界变得越来越模糊。其中，欧美地区主要国家50%的制造业企业实现了实物产品与无形服务的结合，世界500强制造企业的服务化率普遍达到70%。

“为何国外企业纷纷加码服务型制造？因为向服务型制造拓展和提升的企业，与单一的传统制造业企业相比，日子普遍要好过一些。”印建安说，或许你难以想象，青岛一家电机制造企业做起服务来，毛利率竟能达到60%。

这样的故事并非个例，通过向产业链上下游环节拓展，不断增加服务要素在投入和产出中的比重，从以加工组装产品为主向“制造+服务”转型，从以单纯出售产品为主向“产品+服务”转变，有利于延伸和提升价值链，提高全要素生产率、产品附加值和市场占有率。

“服务型制造是对制造业的重新定义，无论从经济学理论还是从产业实践来看，向服务型制造拓展和提升，都是传统制造业拓展盈利空间、重塑竞争优势的必由之路。”工信部产业政策与法规司一级巡视员于晓东说，宁波制造业基础扎实，更加需要加快先进制造业与现代服务业的融合，不断探索研发设计服务、生产制造服务、综合提升服务等服务型制造新模式、新业态。

在中国社会科学院工业经济研究所研究员罗仲伟看来，宁波传统制造业占比仍然较高，需要进一步引导企业突破传统制造束缚，加速向服务领域延伸、渗透，实现“制造+服务”“产品+服务”的深度融合，通过技术赋能、商业模式的改变，把更多的市场要素、服务要素拉进来，更好地满足市场的需求，不断提升自我，向全球价值链中高端迈进。

“中国内需市场的消费升级，为宁波乃至全省制造业企业走向服务型制造提供了更多可能。与此同时，超大的市场规模，也为制造业企业向服务型制造转变提供了足够的空间。”浙江工商大学工商管理学院教授李靖华认为，如何让“有形之手”更加有为，是宁波入选国家级服务型制造示范城市之后迫切需要解决的关键问题。“宁波可通

过更全面、更细化的政策引导制造业企业转变身份，迈向高质量发展。”他说。

打造样板地实现五链融合

作为全国首个制造强国战略试点示范城市以及全国供应链创新与应用试点城市，宁波近年来先后出台了《宁波市加快推进服务型制造发展的实施意见》《宁波市推动先进制造业和现代服务业深度融合发展促进产业转型升级的实施意见》等一系列政策意见，明确了发展服务型制造的目标、路径和任务举措。

按照计划，我市将进一步结合本地的产业基础特色，发挥先进制造业优势，加快供应链、产品链、服务链、价值链、要素链的融合，进一步引导企业向服务型制造转变。

在供应链延伸上，宁波将聚焦单项冠军优势，引导企业向产业链上下游高附加值环节延伸，提升细分领域的行业核心竞争力；支持有能力的单项冠军企业加快开放技术、市场、资本等行业资源，通过内部孵化、外部投资等方式，建设一批新型产业园和公共技术平台。

在产品链提升上，宁波将聚焦“关键核心技术—材料—零件—部件—整机—系统集成”产品链条培育，推动“四基”企业从提供单一产品向提供系统集成和整体解决方案服务商提升。

在服务链延伸上，宁波将聚焦智能装备优势，支持龙头企业建设“硬件+软件+平台+服务”集成系统，为客户提供端到端集成服务；聚焦数字技术应用，推进智能终端产品全生命周期管理、信息增值服务；推动全服务链条延伸，鼓励有实力的企业开展检验检测认证和核心技术服务，带动配套服务、专业服务等服务协同。

在要素链保障上，宁波将持续深化产教融合试点，促进教育和产业体系人才、智力、技术、资本、管理等资源集聚融合、优势互补。

以服务型制造为支点，围绕全球智造创新之都建设，宁波加快制造业高质量发展的新号角已经吹响。

点亮夜经济关键在特色



韩健微

最近，在扩内需、促消费的宏观背景下，各地商业街夜经济呈现蓬勃之势。从北京华熙LIVE·五棵松到苏州圆融时代广场，从合肥金大地东西街到西安小寨商圈，每当夜幕降临，一条条商业街上莫不是人流如织，热闹非凡。

夜经济通常以本地市民和外地游客为消费主体，以第三产业为消费内容，以线上和线下、有形和无形为消费形式，既是消费链在时间和场景上的延伸，也是现代城市的休闲消费经济，更是衡量一条商业街乃至所在城市消费水平、活跃程度、营商环境、经济与文化发展活力的重要指标。

发展商业街夜经济关键是找准特色，应综合考虑历史文化、消费观念、生活习惯、气候条件、物产特点、市场规模等因素，结合消费升级等新趋势，形成差异化的特色定位，满足不同群体的多样化需求，重点在商业、文化、旅游、配套服务等方面发力。

从商业角度出发，可鼓励商户延长营业时间，举办各类夜间展销和特色品牌活动，增加24小时便利店及相应商业模式。充分利用公共空间，引导商户开展精细化、规范化、品位化的室内外经营，根据地区、气候的差异特点，活化夜经济载体，扩大夜消费半径，丰富夜购物体验。同时，还可打造别具特色的都市“深夜食堂”等，发挥夜间餐饮的聚合作用。

从文化角度出发，可大力发展可消费、可体验的夜间文化，打造“深夜书房”和“深夜影院”，商业街内的博物馆、美术馆、音乐厅、图书馆、影剧院等文化类场所，可延长开放时间。通过策划组织读书、品茗、歌咏、讲座、戏剧、绘画、手工制作、诗歌朗诵、服饰表演、灯光秀等活动，引进书屋等业态，满足顾客精神层面的夜间文化需求。

从旅游角度出发，可鼓励具有旅游景区景点或依托特色历史文化资源的商业街实施夜间开放，开发不同主题的夜晚精品线路，举办民俗、民族、庙会、灯会、娱乐、演艺等特色文化活动，实施灯光亮化美化工程，完善夜间游览管理和服务，提升市民与游客参与夜游的体验度。

从配套服务角度出发，可做好公共交通基础保障和管理，延长夜间运营时间，加密公交、地铁等夜间运行班次，鼓励单位自用停车场夜间向社会开放，引导出租车企业和网约车平台关注重点区域的夜间车辆调配，加强重大节庆活动期间人群密集场所的交通疏导及安全保障，为市民和游客提供安全、便捷、有序的夜间出行条件。

总之，在发展夜经济的过程中，各地只有在商业、文化、旅游等层面突出特色，强化业态创新与服务创新，不断带给消费者新的体验，才能激活城市消费潜力，带来幸福生活的烟火气。

（作者系中国步行商业街工作委员会主任，原载《经济日报》）

宁波舟山港集装箱吞吐量连续4个月超300万箱



宁波舟山港生产快报数据显示，7月份，该港预计完成集装箱吞吐量超320万标准箱，同比增长达25%，连续4个月突破300万标准箱，集装箱运输生产展现出强劲韧性与活力。图为穿山港区集装箱码头。（蒋晓东 俞永均 文/摄）

7月份制造业采购经理指数有所回落

近日，国家统计局服务业调查中心和中国物流与采购联合会发布了中国采购经理指数（PMI）。7月份，受传统生产淡季、市场需求释放不足、高耗能行业景气度走低等因素影响，制造业采购经理指数为49.0%，比上月下降1.2个百分点，位于临界点以下。

部分行业保持恢复态势。调查的21个行业中，有10个行业PMI位于扩张区间，其中农副食品加工业、食品及酒饮料精制茶、专用设备、汽车、铁路船舶航空航天设备等行业PMI高于52.0%，连续两个月保持扩张，产需持续恢复。纺织、石油煤炭及其他燃料加工、黑色金属冶炼及压延加工等高耗能行业PMI继续位于收缩区间，明显低于制造业总体水平，是7月份PMI回落的主要因素之一。

价格指数明显回落。受石油、煤炭、铁矿石等国际大宗商品价格波动等因素影响，主要原材料购进价格指数和出厂价格指数分别为40.4%和40.1%，比上月下降11.6个和6.2个百分点。由于价格水平大幅波动，部分企业观望情绪加重，采购意愿减

弱，7月份采购量指数为48.9%，比上月下降2.2个百分点。

生产经营活动预期指数位于扩张区间。近期，我国经济发展的内外部环境更趋复杂严峻，企业生产经营持续承压，市场预期受到一定影响，生产经营活动预期指数为52.0%，比上月下降3.2个百分点，继续位于扩张区间。从行业情况看，农副食品加工、专用设备、汽车、铁路船舶航空航天设备等行业生产经营活动预期指数位于59.0%以上较高景气区间，而纺织业、石油煤炭及其他燃料加工业和黑色金属冶炼及压延加工业均连续4个月位于收缩区间，相关企业对行业发展前景信心不足。

制造业供需在6月份快速释放后有所回落。7月份，生产指数和新订单指数分别为49.8%和48.5%，比上月下降3.0个和1.9个百分点，均位于收缩区间。调查结果显示，反映市场需求不足的企业占比连续4个月上升，7月份超过五成，市场需求不足是当前制造业企业面临的主要困难，制造业发展恢复基础尚需稳固。（据国家统计局）