

出口转内销 线下转线上 B端转C端

慈溪制造化危为机创出发展高速度

■全媒体记者 鲁奕呈 鲁企望

面对世界百年未有之大变局，加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，成为应对当今世界“黑天鹅”“灰犀牛”频现的“中国策”。今年以来，慈溪制造统筹经济发展和疫情防控“两手都要硬、两战都要赢”，创出“出口转内销、线下转线上、B端转C端”等市场转型高速度，打开了一片新天地，在家电、太阳能光伏、防护用品、鞋类等产业涌现了一批领军企业和领跑产品。

超前布局：出口转内销

化危为机抢先机，机遇青睐有准备者。近几年来，人和光伏产品一半市场在国内，一半市场在国际。这种格局因疫情冲击，由于国际疫情冲击，今年三四月大幅下行冲击严重。

为此，早在国内疫情影响严重期间，人和光伏总经理励捷峰就敏锐地捕捉主件龙头们正在通过设备更新升级产品大趋势，快速以两年超前布局开发的FT50y接线盒对接配套。因此，当4月份国际疫情蔓延、国内龙头企业率先突出疫情重围企稳回暖、爆发式增长时，人和光伏一举搭上升级版“顺风车”。5月底开始恢复满产，实现24小时满负荷生产。7月在去年同期16条生产线基础上，新增3条生产线和200多名员工，订单已排到9月底，实现从“冰”到“火”的“V”字型反转。

励捷峰接受采访时无比感慨：“国内国际双循环超前市场布局，是应对市场风险的战略之策；而把握国内主件龙头企业率先升级的机遇同步配套，则是抢占转型先机的制胜法宝！”

超前布局，下好出口转内

销“先手棋”。宁波多方位网络科技有限公司拥有强大的洗衣机、冰箱、冷柜制造产业链，做OEM品牌国际贸易已有10多年，去年外销3亿元人民币，其中洗衣机出口居国内前10强。多方位还分别与阿里巴巴国际站合作供货，做亚马逊二级供应商，积累了跨境电商运行经验。

今年月立、朗菲、小适三个品牌齐发力。其中朗菲品牌与小米合作成为小米生态链，注入“外观、价位、标准”等新定义，今年开发的手持挂烫机、超声波清洗机成为网红爆款，现正在开发蒸汽擦地机。自主品牌实至名归，前景可期，万国洪接受采访时感慨又自信：“做响品牌是梦寐以求的事，但传统模式准入门槛高、投入大、见效慢，常常望‘牌’兴叹。如今，战疫为办公室、出租房、单身公寓、学生宿舍一族定制高性价比多品类小冰箱，单价400元左右。公司建立10多位研发工程师成立研发中心，创新产品多达40多种。2018年6月投放市场以来，持续走俏，去年一举成为京东、天猫小冰箱网销单品前3位。

今年上半年，疫情大考，改变着人们的消费习惯和生活方式，多方位“日普”小冰箱在京东、天猫旗舰店销售成倍增长，预计今年网销可达2亿元。抓住疫情冲击催热国际网络销售新商机，多方位境外电商平台启动，与阿里巴巴国际站、亚马逊平台合作，首批开发的冰箱、洗衣机产品已于7月上线。

综合布局：线下转线上

化危为机育新机，打出转型“组合拳”。消费与商业模式数字化转型培育数字经济新产业新业态。今年月立电器开启数字化营销转型做品牌新局，面对疫情蔓延的严峻考验，共做了四场直播带货，以“高品质、高颜值、智能化、

高性价比”吸引年轻时尚爱好者秒秒抢单，其中电吹风、鼻毛剪成为一次性销售超10万台的爆款，预计今年仅“小适”品牌整体网上销售1.5亿元。同时，针对疫情期间国外消费习惯转向网络的变化，与亚马逊等跨境电商平台合作，开拓新外贸渠道。

今年月立、朗菲、小适三个品牌齐发力。其中朗菲品牌与小米合作成为小米生态链，注入“外观、价位、标准”等新定义，今年开发的手持挂烫机、超声波清洗机成为网红爆款，现正在开发蒸汽擦地机。自主品牌实至名归，前景可期，万国洪接受采访时感慨又自信：“做响品牌是梦寐以求的事，但传统模式准入门槛高、投入大、见效慢，常常望‘牌’兴叹。如今，战疫为办公室、出租房、单身公寓、学生宿舍一族定制高性价比多品类小冰箱，单价400元左右。公司建立10多位研发工程师成立研发中心，创新产品多达40多种。2018年6月投放市场以来，持续走俏，去年一举成为京东、天猫小冰箱网销单品前3位。

今年上半年，疫情大考，改变着人们的消费习惯和生活方式，多方位“日普”小冰箱在京东、天猫旗舰店销售成倍增长，预计今年网销可达2亿元。抓住疫情冲击催热国际网络销售新商机，多方位境外电商平台启动，与阿里巴巴国际站、亚马逊平台合作，首批开发的冰箱、洗衣机产品已于7月上线。

为此，早在国内疫情影响严重期间，人和光伏总经理励捷峰就敏锐地捕捉主件龙头们正在通过设备更新升级产品大趋势，快速以两年超前布局开发的FT50y接线盒对接配套。因此，当4月份国际疫情蔓延、国内龙头企业率先突出疫情重围企稳回暖、爆发式增长时，人和光伏一举搭上升级版“顺风车”。5月底开始恢复满产，实现24小时满负荷生产。7月在去年同期16条生产线基础上，新增3条生产线和200多名员工，订单已排到9月底，实现从“冰”到“火”的“V”字型反转。

励捷峰接受采访时无比感慨：“国内国际双循环超前市场布局，是应对市场风险的战略之策；而把握国内主件龙头企业率先升级的机遇同步配套，则是抢占转型先机的制胜法宝！”

团队，把小怪兽型号拖鞋——棉鞋系列做成首个网红产品：月销售10万双。由此做出了信心，积累了经验。

综合施策数字化转型，从传统线下渠道到现代互联网营销，从做鞋到创平台……谈到创新转型的经历和机遇时，岑速挺表示，杭州滨江区是全国最发达的网红经济发源地，集聚着各类直播平台的人才，他在那里有一个朋友圈，早在3年前委托此平台直播“卖货”，逐步结识了上百名各类直播人才，包括李佳琦、薇娅等，萌生了自建平台直播卖货的想法。目前，已与朋友合作，正在杭州和义乌打造全国网红基地，建立了2家直播平台，其中去年初投运的杭州直播平台已举办上百场直播。

加速布局：B端转C端

化危为机快搅机，机遇稍纵即逝，加速布局B端转C端。新禧股份2月22日复工不久，公司董事长方曙光就开始尝试直播等数字化生存，谁知这一试便停不下来，俨然变身“直播达人”，从自己的车间做到了别人的工厂，目前已经搞了35场。今年6月份公司销售额同比增长80%，创下了自成立以来月销售额的最高业绩。

“危机倒逼企业转型，越是逆境，越是创新的好机会。”方曙光说，直播就是实现数字化转型的一个好办法。让企业实现新的客户体验，形成新的价值主张，并将组织的效能和效率不断提高到新的水平。

也就是说，直播让公司的销售市场进一步下沉了，由经销商的B端市场转向了终端消费者C端市场，直接了解一线市场需求，加快产品创新节奏；同时，让经销商变成服务商，做好对终端用户的服务照样能赚钱，公司的管理也更加扁平化了。

发展自主品牌，加速数字化营销转型一路走来。去年5月以来，祈禧电器与荣耀亲选、小米

有品等大平台合作，倒逼产品创新与管理提升，迎合年轻消费群对“智美”品质小家电的需求，今年计划加大产品开发投入，推出6大系列速热饮水机；其生产流水线合计增加到8条，力求以高颜值、高性能、智能化“两高一智”产品决胜终端。

4个月做出国际自主品牌。今年上半年度，拓胜防护（宁波）（累计出口达3.26亿元，位列宁波市半年度出口榜单第99位）成全市外贸“黑马”。正申领的N95美国医用口罩白名单指日可待，将实现从汽车配件和工具产品到口罩产品，从内贸到外贸、从防疫民用口罩到医用口罩的三次转型升级。

由于全球疫情蔓延冲击，美国3M等国际一线品牌，专注于支持一线医疗机构防疫，带来海外超市短缺，允许二线品牌准入的新商机。抓住全球防护用品行业重新洗牌，拓胜响应国家防护用品出口，做强做大民族防护用品产业链的召集令，从B端转C端市场，把自有品牌FFG口罩打入国际大超市销售。而新契机源自北美一个大超市选择，这家拥有1200多家连锁店的口罩品牌巨头，今年4月调研了我国120家标准口罩出口企业，结果拓胜以理念、品质、管理取胜，成为唯一的长期战略合作商。拓胜自有品牌口罩乘势而上，全面进入40-50家美加地区品牌连锁超市渠道。

与疫情赛跑，创慈溪速度。“我们从2月10日拍板生产口罩产品转产，着力破解‘一罩难求’困局。接着，3月15日，200万只平面口罩首批出口美国、加拿大市场，从此打开了国际通道，到5月底，共出口平面口罩1.5亿只。预计到12月底，这近4000平方米的口罩车间，可创产值超10亿元。”公司董事长楼冲立满怀自信。

新闻分析

走进高松电子有限公司的生产车间，数十台机器正在忙碌在运转。随着高正电子不断加快自主研发、推陈出新的升级步伐，助力企业迅速摆脱疫情影响。今年1-7月份，高松电子销售总额整体增长15%左右。因为员工在操作接线端子生产设备。

■摄影 全媒体记者 张金科 通讯员 杨观真

资讯工坊

“太极环保”成功向环保成套设备制造商蜕变

首条电镀污泥资源综合利用生产线在高能中色开工建设

■全媒体记者 张金科 通讯员 饶文军

本报讯 日前，宁波太极环保设备有限公司为甘肃高能中色环保有限公司新建的含铜镍危废资源综合利用生产线顺利开工，这是太极环保以EPC总承包模式承接中色环保熔炉熔炼系统烟气脱硫项目后，再度承接中色环保立式烧结炉及烟气处理项目，这也是太极环保从危废处置行业中的烟气治理向环保成套设备制造商的蜕变。项目建成后，将实现从危废处置行业中的烟气治理向环保成套设备制造商的蜕变。项目建成后，将实现从危废处置行业中的烟气治理向环保成套设备制造商的蜕变。

一直以来，宁波太极环保设备有限公司主攻危废品处理过程中产生的烟气治理设备，好比危废品生产线的末端“配件”，现在从配件角色一跃蜕变为生产环保成套设备制造商，成为一站式服务危废资源化综合利用行业的主角，这与太极环保总经理史跃展在疫情期间，主动瞄准产业链断点，抢先向产业链上游完成“爬坡”的经历有关。

今年年初，受疫情影响，太极环保供货的4家下游环保成套设备企业停工，2000多万元“废气处理设备”订单被无限期搁置。疫情之下，龙头企业“主角”生病、零部件企业“配角”跟着吃药的现象比比皆是。危机中如何突围？看到成套设备供应商

产能不足，史跃展萌生了一个想法。

“近五年来，我们生产烟气处理装置过程中积累了大量危废项目数据资料。”史跃展说，“虽然太极环保一直在做下游烟气治理的事情，但企业已积累了众多生产线上的数据，为什么我们不能往产业链上游走，拓展产品线，寻找新的市场机会。”同样，含铜镍的固废处理也是行业内的难题，太极环保从生产线末端烟气治理向危废资源综合利用回收利用的整套生产线升级，而且还提供正常设计方案，这也切合了危废行业无人提供一站式综合服务的实际，让客户企业享受到一站式服务的便利和高效，不仅降低了投资成本，而且是生产环保工艺更加优化和经济。

据了解，太极环保承建的中色环保立式烧结炉及烟气处理项目烧结炉系统及烟气处理系统。所处理的含镍污泥主要成分为铜、镍等金属及石英等，采用火法处理工艺——用立式烧结机进行焙烧还原技术，产出物为镍铁合金和水淬渣等，实现危废物料资源化、无害化处理。随着太极环保顺利承建中色环保立式烧结炉及烟气处理项目，完成向产业链上游升级的太极环保，成功打开数亿元存量市场的大门。目前，化危为机太极环保连续接到了多笔综合回收利用电镀污泥全套设备大订单，订单额达1.3亿元。在新项目的带动下，今年太极环保焕发了新生机，预计产值超过3亿元，同比增长100%。

新品助力“宁达电器”开启疫后市场

■全媒体记者 张金科 通讯员 张长青

本报讯 近日，宁波宁达电器有限公司电风扇生产安排接近尾声，总经理余辉对今年企业在疫后市场销售电风扇的数量颇为满意。据慈溪海关统计，今年上半年宁达电器出口的电风扇70多万台，同比增长20%，实现逆势增长。

“之所以在疫后市场实现新的突破，主要是企业研发的空气循环扇等新产品开始发力，成为企业新的增长点。”余辉说，从3月份起，突如其来的订单高峰让企业措手不及，本来想因疫情将错过电风扇生产旺季，没想到这段时间电风扇出口根本没有受海外疫情影响，在新品带动下，企业反而实现逆势增长，从4月到6月，企业每月出口电风扇20多万台。

作为一家拥有20多年专业生产电风扇、取暖器等两季产品的企业，宁达电器主要市场集中在亚太、欧洲

等地区，一直以来企业以新观念、新卖点产品打开海外市场，每年都有数款新品推向市场。去年年底，宁达电器新推出一款空气循环扇。这款本来用于空调房里起到均匀温度作用的新型风扇，将普通电风扇送风距离从5米扩大到15米，可以更好地实现室内空气与室外对流，这种净化室内空气的电风扇，在疫情期间大放异彩，一度成为韩国等东亚市场的爆款，宁达电器逆势增长的发力点也集中在这款新品中。今年上半年，新品空气循环扇销售量占到企业电风扇总出口额的25%。

余辉说，疫情期间海外客户采取居家办公，不能亲临制造企业下单，客户之间的信任成为双方顺利下单的关键。同时，制造企业能否推出新品也成为促进双方合作的重要加分项，宁达就是凭借着信任加新品这两大因素，成功打开疫后市场。下步，将是取暖器的生产高峰期，宁达电器同样以智能取暖器、对流壁挂式取暖器等新品为开拓海外市场的发力点，进一步打开疫后市场。



亮相国际展会

日前，宁波速普电子有限公司参加广州国际自动化展会，在展会上企业生产的TP系列弹簧接线端子、工业开关、插拔式端子、TC弹簧端子、重载连接器等系列产品吸引了众多客户驻足参观。图为速普员工在讲解接线端子产品。

■摄影 全媒体记者 张金科 通讯员 陈立峰



创新助力 激发活力

走进高松电子有限公司的生产车间，数十台机器正在忙碌在运转。随着高正电子不断加快自主研发、推陈出新的升级步伐，助力企业迅速摆脱疫情影响。今年1-7月份，高松电子销售总额整体增长15%左右。因为员工在操作接线端子生产设备。

■摄影 全媒体记者 张金科 通讯员 杨观真

7月我市进出口三指标全面增长

■全媒体记者 张金科 通讯员 岑洁

本报讯 据慈溪海关统计，今年7月，慈溪市进出口总额80.3亿元，达年内峰值，同比增长7.8%，环比增长23.5%。其中，出口75.3亿元，同比增长8.2%，环比增长22.8%；进口5亿元，同比增长2.4%，环比增长35.1%。进出口、进口、出口三指标均实现同、环比全面增长。

近来，在各国宽松政策提振下，全球经济有序复苏，多

个国家制造业开始回暖，带来了正面效应。受此影响，7月份慈溪对欧盟（不含英国）、美国、东盟前三大贸易伙伴，进出口总体保持稳定增长，出口出现两位数强势增长。其中欧盟（不含英国）为最大贸易伙伴，共对其进出口24.1亿元，增长7.1%，其中出口增长12.4%；对美国进出口16.3亿元，增长22%，其中出口增长20.1%；对东盟进出口5.6亿元，增长17.6%。

此外，对日本出口增长14.1%，对韩国出口增长48.9%。而部分新兴市场，如拉丁美洲和非洲等地区受疫情影响经济、财政相对较为紧张，贸易恢复缓慢，导致同期慈溪市对拉丁美洲和非洲贸易分别下降14.4%和12.2%，均不及全市总体。

7月份，“宅经济”相关产品出口延续着良好增势，防疫物资出口增长环比持续增长。受疫情影响，全球性的居家隔离拉动其中出口增长13.9%；三者合计占同期慈溪市进出口总值

的57.3%。此外，对日本出口增长14.1%，对韩国出口增长48.9%。而部分新兴市场，如拉丁美洲和非洲等地区受疫情影响经济、财政相对较为紧张，贸易恢复缓慢，导致同期慈溪市对拉丁美洲和非洲贸易分别下降14.4%和12.2%，均不及全市总体。

关产品：家电、体育用品及设备出口5亿元、2.5亿元，分别增长10.9%和1.4倍。今年以来，以口罩为主的防疫物资出口有效支撑了慈溪市外贸经济，口罩出口环比已连续4个月增长，7月慈溪市出口口罩3.2亿元，环比增长28%。

同期，我市对工业原料需求旺盛提振进口增速。受益于大宗商品价格修复和国内生产需求旺盛带动，7月慈溪市初级形状的塑料、未锻轧铝及铝材、未锻轧铜及铜材分别进口1.3亿元、1.3亿元和4525.7万

元，各增长12.6%、去年同期无进口、2.9倍。据了解，国内生产旺季即将到来，铜材、铜精矿需求量大增，但目前国内短缺情况严重，铜废碎料进口批文无法满足企业实际生产，叠加新冠肺炎疫情扰动海外采矿、冶炼，国际市场铜价迟迟看不到回调现象等因素，国内生产企业纷纷出现“恐慌性”抢货、备货。

数据速递

■摄影 全媒体记者 张金科 通讯员 陈立峰