

# 甬商

# NINGBO ENTREPRENEUR

东方商帮的智慧与风范

# RENEUR

2023年08/09月号  
总第180期

李莹  
伊司达  
出海记



## “地瓜经济” 宁波藤蔓

打造更具韧性、更具活力、更具竞争力的“地瓜经济”  
推动产业韧性新跃升 反哺根块发展壮大、茁壮成长

NANBO

东方不老岛·海山仙子国

北纬30度黄金海岸线

# 象山南铂度假酒店

📍 宁波象山黄避岙斑斓海岸

☎ 0574-59000666

## ENJOY YOURSELF

🍴 中餐厅

🏕 海畔露营地

🌊 户外嘻水池

🏋 健身房

🍷 屋顶酒吧

🌳 空中花园

🎵 影音娱乐室

♠ 棋牌室

犹如隐士般渔牧生活体验

为宾客满载山与海的惊喜

在海湾里停泊靠岸的游轮

远望犹如一艘

渔船，为家的人文元素

融合当地的渔村文化

提取：海浪，和：海岸线，

整体外观设计是

酒店依山伴海



# 《甬商》封面

与甬商比肩  
与智者同行  
成为行业引领者  
你值得被记录

欢迎自荐和推荐

联系电话：15394314200 0574-87314496





特别策划 SPECIAL PLAN 025

**读懂“地瓜”**

026 竞速“地瓜经济”藤蔓根壮

**国产“地瓜”**

030 字节跳动：伸向全球市场的互联网“地瓜苗”

032 阿里：“根”植杭州，“蔓”生全球

034 吉利：弯道超车的“汽车地瓜”

036 李宁：“国潮”李宁，玩转“地瓜”

038 小米：科技催化“地瓜”生态链

**甬产“地瓜”**

040 雅戈尔：千亿级“大地瓜”的跨界转型

042 杉杉：“地瓜”版图大起底

044 太平鸟：跨界领军，“瓜果”可期

046 博洋：服装地瓜的裂变力量

048 中哲：“新零售男装第一股”的“地瓜经”

050 得力：小文具蜕变为“大地瓜”

052 方太：高端厨电“地瓜”培育记

054 均胜：汽配界的资本“地瓜”

056 麦克英孚：竞速地瓜新重法

058 天港：多品牌撬动“地瓜”热潮

**解密“地瓜”**

060 只有“强”藤蔓 才会有“好”地瓜

062 共寻“地瓜经济”新解法

2023香港紫荆花国际电影节  
入围短片  
2023 Hong Kong Bauhinia  
International Film Festival  
Shortlisted Short Films

“影响中国传媒”2022-2023年度影响力影片  
入围短片  
“Influence China Media” 2022-2023  
Influential Films  
Shortlisted Short Films

2023年亚洲微电影大赛  
入围最佳短片  
2023 Asian Micro Film Competition  
Shortlisted For Best Short Film

关爱留守儿童  
让他们健康快乐地成长

# 小丽和爷爷

XIAO LI AND GRANDPA

演员：张馨尹 邢献平 季聪美 尹梦然 李小勇 谢谷珍 王大军

监制：宋吉林      编剧：刘晓萍      导演：杨亚中      制片人：应华飞  
联合出品人：朱玮海 周江庆 谢雪峰 邓艳华 熊希禾 雷晗 黄玲 乌兰图亚 史荣荣  
出品公司：浙江聚焦影视传媒有限公司/宁波市善园公益基金会  
宣传发行：浙江发现之旅文化传播有限公司



## 069

### 名人堂 CELEBRITY

李莹：伊司达出海记

李莹既是履行传承使命的二代，也是开拓创新的一代，未来，她将如何书写“传承与突破并行”的新篇章，带领伊司达成为百年企业的美好明天？

## 010 卷首语 PREFACE

谢识才：数字化转型，从重塑企业文化开始  
在今天，企业实现数字化转型，就是一场企业文化建设的革命。

## 011 视界 HORIZON

### 012 发现

听听企业的真实声音

### 014 榜单 / 极客 / 企示 / 协会 / 甬阅

### 018 对话

9 问创业者：郑余友

8 问经理人：吴桐

## 022 思想家 THINKER

周其仁：企业越遇惊涛骇浪 越看“平常功夫”

李书福：企业经营应恪守“两条线”

## 024 资讯 MESSAGE

青白江区：共享新机遇，共筑未来城

北京银行宁波分行：为专精特新企业注入发展新动能

智融科技：利他思维，探路金融助企 2.0



# Lauterbacher

## 劳德巴赫

源自德国唯一十星级酒庄品牌

## 精酿啤酒花园

劳特巴赫，来源于德国唯一十星级酒庄——力格勒，传承600多年顶级精酿啤酒酿造技术。由于发源地和历史影响力因素，劳德巴赫精酿啤酒带有浓厚的国际背景，力格勒始于1386，是德国奥古斯堡的传奇啤酒酿造者，产品线分为力格勒系列和劳特巴赫系列，劳德巴赫作为其高端精酿啤酒品牌，进入中国，遵循德国纯净法，德国全进口设备，原生态酿造。原料只有麦芽、酵母、水、啤酒花，不添加任何啤酒辅料。选用德国定制上面酵母发酵，最低20天发酵期，生产的黄啤、白啤和世涛黑啤、IPA，具有口感纯正、泡沫细腻、麦香浓郁、富含水果香气和酵母等特点。



精酿啤酒 蓝莓冰酒 清蒸海鲜 休闲烧烤 鲜榨果汁

欢聚时刻 \* 劳德巴赫



## 宁波米小口酒业



展厅地址：宁波慈溪市新江路401号 宁波区域代理：400-0574-099

啤酒花园：青少年官路51-53号(老汉爵酒店停车场内) 订餐电话：0574-63896367



## 064 特别报道 SPECIAL REPORT

守正创新 数字赋能——2023 宁波市职业经理人活动日举行  
宁波经理人立下“与企业共成长”宣言  
与企业共成长，在宁波赢未来

## 076 创业者 ENTREPRENEUR

慧盛智能：激发工业机器人“内生动能”

## 078 商道 BUSINESS WISDOM

甬商·商业秘密保护在行动——走进前湾新区  
看得力如何借势“代言人经济”  
从健康产业发展趋势看经理人职业发展之路  
一页风云散，变幻了时空——谈照亮宁波如意发展路上的一盏灯

## 089 人文 HUMANITIES

### 商帮

陈兰荪：知行合一的江夏金融街奠基者

### 旧影

甬城纺织的一丝一缕

### 探吧

藏在居民楼下的古着店







吴滨

推荐摩根液晶智能面板  
瑞典系列

琚宾

推荐摩根旋转智能遥控器  
M56系列

孟也

推荐摩根旋转智能面板  
挪威系列

梁志天

推荐摩根智能面板  
瑞士系列

梁建国

推荐摩根智能面板  
丹麦系列

陈幼坚

推荐摩根智能遥控器  
M36系列

关永权

推荐摩根智能灯具  
路易斯系列

郑忠

推荐摩根智能面板  
芬兰系列

姜峰

推荐摩根旋转智能遥控器  
M58系列

黄志达

推荐摩根智能遥控器  
M50系列

曾建龙

推荐摩根旋转智能遥控器  
M88系列

戴昆

推荐摩根旋转智能面板  
米兰系列



孟也大师  
推荐



琚宾大师  
推荐



梁建国大师  
推荐



曾建龙大师  
推荐

黄志达大师  
推荐



郑忠大师  
推荐



梁志天大师  
推荐

陈幼坚大师  
推荐



姜峰大师  
推荐



吴滨大师  
推荐



关永权大师  
推荐



戴昆大师  
推荐

德国摩根智能产品  
十二位大师推荐款

moorgen



月刊 2023年08/09月号 总第180期  
2023年9月15日出版

敬告：本刊部分文章精选于相关报纸杂志及网络，部分作者佚名或联系不详，编者无法支付稿酬，请作者看到文章后与本刊联系，我们将及时支付稿酬，并对您的支持表示感谢。

声明：刊中部分图片和文字由相关单位提供，并保留相关权利，文章观点只代表作者个人意见，不代表《甬商》及主办单位的立场，未经本刊编辑部同意，不得以任何方式全部或部分翻印或转载本刊文章。

### 与我们互动

新浪微博 @甬商 或扫描二维码



微信搜索 甬商、甬商理事会 或扫描二维码



腾讯微博 @甬商

**Competent Unit 主管单位** 宁波市经济和信息化局  
**Support Unit 支持单位** 宁波市工商业联合会  
宁波市社会科学界联合会  
宁波市对口支援和区域合作局  
**Organizer 主办单位** 宁波市甬商发展研究会  
宁波市职业经理人协会  
**Execute 执行** 甬商传媒中心  
**Consultant 顾问** 余红艺 / 陈仲朝 / 王建康 / 王建社 / 陈炳荣 / 张明华  
施孝国 / 陈豹年 / 常敏毅 / 项性平 / 林克宇 / 潘奇峰  
邱永年 / 朱学峰 / 林巧红 / 王文玲 / 朱忠祥 / 刚勇

**Steering Committee 指导委员会** 俞丹桦 / 张松才 / 林崇建 / 舒月明 / 谷霞 / 杨建军  
钱爱民 / 方建新 / 陈民宪 / 吴德水 / 姚光辉 / 闫国庆  
杨东标 / 张敏杰 / 戴光中 / 王耀成 / 乐承耀 / 孙善根  
陈月明 / 龚纓晏 / 茅理翔 / 储吉旺 / 孙焯 / 何建平  
孙宜培

### Editorial Committee 编辑委员会

**Director 主任** 范谊

**Editorial Board 编委** 丁导民 / 王若明 / 王菁华 / 冯洪江 / 孙琪  
朱美燕 / 李书进 / 李晓龙 / 吴向鹏 / 陈迪明  
胡坚达 / 俞铭嘉 / 徐盈群 / 曹云 / 黄江伟  
缪百年  
(以姓氏笔画为序)

**Legal Counsel 法律顾问** 浙江素豪律师事务所主任 罗杰

### Editorial Department 编辑部

**Chief Editor 主编** 曹云  
**Director 编辑部主任** 陈敏璐  
**Reporter 记者** 王诗蔚 / 陈秘秘 / 孙俞巧(实习)  
**Design 美编** 郑体余 / 婷

### Contact Us 联系方式

**Add 地址** 宁波市鄞州区惊驾路728号汉德城C座  
**Tel 编辑部电话** 0574-87314496  
**E-mail 电子邮箱** yongshang2005@163.com  
**E-Zine 电子杂志** www.chinayongshang.com

### Ningbo Entrepreneur Council 甬商理事会

**Secretariat 秘书处** 0574-87189651 87189652  
**Member Department 会员部** 0574-87283301 87283292



## 郑富国·国学体现易经智慧

一个企业想要【做大·做强】，都需要有全方位的智囊团（包含营销心理、法律、环境等方面的专家，而易经老师在个人选宅及企业发展中担当的便是心理专家和环境专家的角色。【智者开明、勇者善谋、诚者有信、仁者无敌、兼听则明、上善若水、厚德载物】这是富国老师极力传播的智慧理念。

YijingFengshui



# 易经富国会馆

浙江·宁波鄞县大道东 启明路818号 创新128园区 创七路东段4幢31号

易经国学讲座 / 祈福·运程分析 / 地理环境策划 / 取名择日 / 等

咨询电话： 13968306688      13906807750

## 数字化转型，从重塑企业文化开始

文 | 谢识才 博威集团有限公司董事长、总裁

博威集团是集有色合金新材料、新能源等产业于一体的国际化集团。多次承担国家重点科技攻关项目，多项产品填补国内空白，解决合金新材料领域众多“卡脖子”问题。企业站在科技前沿，坚持发展创新，近年来运用数字化科技赋能企业，全方位进行数字化转型升级，集成数字化研发、制造、销售、供应链、人力、财务等，实现了企业全流程数字化，力求打造自进化型数字企业。




### 乘“学习”之梯

资源是会枯竭的，唯有文化才能生生不息。企业文化是全体员工共同践行的行为理念和做事准则，是家族企业保持长久不衰的秘诀。企业文化建设要做好构化于根、内化于心、外化于形、显形于物、固化于制的五个板块，要树立“以德为本、创新为魂、业绩为荣”的企业核心价值观，通过制度标准化、流程规范化、数据迭代优化的方式，建构“中魂西制”的模式，即西方的现代管理制度与中国文化有效结合，以“中魂”为核关注全局，以“西制”为技作为管理方法。只有中魂制度融合，精进企业文化建设，才能稳步保持企业在行业内的竞争力。

### 聚“盯拼”之力

“企业数字化转型是一场革命。”数字化转型是对企业业务模式、核心业务能力、管理体系和数据基础平台的全价值链流程数字化，是企业持续改革、不断深化的过程。以博威集团长达五年的企业数字化转型为例，企业家在这场革命中要有耐心，要有持久力。只有如此，才能在一场场变革中，努力构建一个精益化、自动化、信息化、数字化、智能化、自主化的数字化制造生态，并不断通过流程优化，实现现实世界的业务再造。唯有如此，才能对传统管理模式、业务模式、商业模式进行创新和重塑。

### 借“数字化”之势

创新是企业发展的灵魂。在今天，企业实现数字化转型，就是一场企业文化建设的革命。企业只有不断创新，才能在创新驱动中引领发展，才能让带领员工共创共享美好未来。企业在数字化转型过程中，要有战略思维，要找准行业方向、制定战略目标、树立规范流程、实现数字化营销，要在重视数字安全的基础上，坚持人才与公司的高质量同步发展。当前，企业只有坚持数字化转型，才能赢得未来。这是博威集团五年来坚持的企业数字化实践，就中西方文化差异、数字化转型的利与弊、数字安全与管理等方面进行了重要布局。



# 视界

HORIZON

时空隧道

陈敏璐 | 摄

## 听听企业的真实声音

当前我国正处在经济恢复和产业升级的关键期，为实现经济运行持续整体好转，多个部委“一把手”亲自召开座谈会，认真倾听企业心声，真正让国企敢干、民企敢闯、外企敢投。

### 国家发改委召开民营企业座谈会

#### 7月3日，民营企业座谈会

与会企业：

**三一集团、奥克斯集团**  
**圆通速递、波司登、农夫山泉**  
等民营企业负责人。

#### 郑坚江 奥克斯集团董事长

一是促公平，进一步优化民营经济法治环境，解决企业发展难题，保障民营企业健康有序发展。  
二是建立新兴产业央民企联络机制，由部委主导，建立新兴产业（如新能源）央企—民企常态化联络机制。  
对有综合竞争优势的民营企业，完善与央企合作的政策举措，建立常态化联络机制。

#### 7月10日，民营企业座谈会

与会企业：

**百度集团、隆基绿能、济民可信药业**  
**春秋旅游、驴肉曹餐饮**等企业负责人。

#### 7月17日，民营企业座谈会

与会企业：

**传化集团、方大集团**  
**飞鹤乳业、卓立汉光**等企业负责人。

#### 徐冠巨 传化集团董事长

基于经营一线的实践，建议要引导支持行业通过技术突破来促进行业竞争发展，支持终端行业企业打造服务世界的行业品牌。大力推动行业走内涵式发展，通过技术突破形成行业良性竞争局面，促进行业整体技术水平提升，而不是简单追求数量与规模的扩张。

#### 7月25日，民营企业座谈会

与会企业：

**恒瑞医药、新和成集团、蔚来汽车**  
**安踏集团、TCL集团、敬业集团**  
6家制造业领域的民营企业代表。

#### 李慧 国家发改委国民经济综合司副司长

座谈会邀请的企业来自设备制造、钢铁冶炼、纺织服装、食品加工、新能源、邮政快递、互联网信息、餐饮等多个行业，兼顾了大、中、小型不同规模，覆盖了东、中、西部不同地区，就是要尽可能听取来自各方面的真实情况。  
下一步，将持续发挥民营企业沟通交流机制作用，坚持常态化召开民营企业座谈会。

#### 朱克力 经济学者、湾区新经济研究院院长

国家部委密集召开企业座谈会背后，是国家层面的政策背景与部署。

## 工信部召开企业家座谈会

7月6日，工业和信息化部党组书记、部长金壮龙主持召开制造业企业座谈会

提出要用心用情当好制造业企业的“娘家人”。

7月7日，金壮龙主持召开专精特新中小企业圆桌会议

提出着力帮助中小企业解决实际困难。

## 商务部召开企业家座谈会

7月5日，商务部部长王文涛主持召开外资企业圆桌会

通用电气医疗、诺和诺德、拜耳、默沙东、罗氏、阿斯利康、赛诺菲、武田、辉瑞等12家企业代表参会。

7月17日，商务部部长王文涛召开日资企业圆桌会议

听取瑞穗银行、松下、丰田、日立、YKK等日资企业在华生产经营情况和意见建议。

## 浙江召开企业家座谈会

7月27日，省发展改革委召开民营企业座谈会

与会企业：

零跑科技、桐昆集团、德信集团、阿里云、滨江集团、奥泰生物、士兰微电子

8月8日，省委政研室、省发展改革委共同召开集成电路产业高质量发展企业家座谈会

与会企业：矽力杰、中芯集成、平头哥半导体、立昂微、晶盛机电、江丰电子、富浙资本

## 近期与民营经济发展相关政策

7月19日

《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》公开发布8个方面31条举措，对促进民营经济作出了新的重大部署，从宏观层面、全局高度，明确了当前和今后一段时期促进民营经济发展壮大的具体举措。

7月24日

《关于进一步抓好抓实促进民间投资工作努力调动民间投资积极性的通知》公开发布，从中观层面提出了具体的政策举措和工作任务。

## 2023 《财富》世界 500 强 TOP10



**发布机构:** 《财富》杂志  
**数据来源:** 企业的营业收入  
**发布时间:** 2023 年 8 月 2 日  
**造榜依据:** 主要依据企业会计年度的营业收入从高到低进行排序  
**评论:** 统计显示, 加上台湾地区企业, 中国共有 142 家公司上榜, 大公司数量继续位居各国之首

(单位: 百万美元)

## 2023 全球云计算 100 强榜单 TOP10

排名	公司	总部所在地	估值 (亿美元)	领域
1	OpenAI	美国加州旧金山	280	人工智能研究与产品
2	Databricks	美国加州旧金山	380	数据与人工智能平台
3	Stripe	爱尔兰都柏林 美国加州旧金山	500	金融基础设施
4	Canva	澳大利亚悉尼	400	视觉通信平台
5	Service Titan	美国加州格伦代尔	75	贸易行业软件
6	Klaviyo	美国马萨诸塞州波士顿	95	营销自动化
7	Grammarly	美国加州旧金山	130	沟通辅助
8	Talkdesk	美国加州旧金山	100	云联络中心
9	Rubrik	美国加州帕洛阿尔托	33	数据安全
10	Mire	荷兰阿姆斯特丹 美国加州旧金山	175	数字协作

**发布机构:** 《福布斯》 **发布时间:** 2023 年 8 月 9 日  
**数据来源:** 参考公开上市公司的股票价格或同行业上市公司的市盈率、市净率等数据  
**造榜依据:** 基于全球范围内的云服务提供商的收入、市场份额、全球影响力、创新能力和其他业务指标进行评估  
**评论:** 今年云计算 100 强企业的平均融资金额为 8.05 亿美元, 高于一年前的 6.1 亿美元, 通过榜单可以看到科技行业最热门的领域正在发生一系列重大变化, 但遗憾的是今年在这张榜单上未能发现更多来自中国的企业



# 2023 中国城市人才吸引力排名 TOP10



发布机构：智联招聘、泽平宏观

发布时间：2023年8月8日

数据来源：根据应届生求职人数总量、全国流动人口总量等智联招聘所提供数据

造榜依据：根据超 3.21 亿的职场用户及其 2022 年求职动向分析，基于一个城市的交通网络、就业机会、经济前景、教育科研资源、娱乐活动等方面进行综合考虑排名

评论：京沪深的人才吸引力水平位居全国前三，长三角、珠三角的人才也开始大量集聚，其中宁波位列第 14 名

# 2023 镇域经济 500 强镇 TOP10

排名	所属省	所属地级市	所属县 (市、区、旗)	建制镇
1	江苏省	苏州市	昆山市	玉山镇
2	广东省	佛山市	南海区	狮山镇
3	贵州省	遵义市	仁怀市	茅台镇
4	江苏省	苏州市	张家港市	杨舍镇
5	广东省	珠海市	香洲区	横琴镇
6	广东省	佛山市	顺德区	北滘镇
7	广东省	东莞市	/	长安镇
8	江苏省	苏州市	张家港市	锦丰镇
9	福建省	泉州市	晋江市	陈埭镇
10	广东省	东莞市	/	虎门镇

发布机构：赛迪研究院、赛迪顾问

发布时间：2023年8月22日

数据来源：经济实力、发展水平、工业水平、消费能力四个方面

造榜依据：构建了镇域经济评价指标体系，从经济实力、发展水平、工业水平、消费能力四个方面进行评价

评论：从区域分布看，500 强镇中，江苏省、浙江省、广东省三省表现尤为突出，分别占 137 席、86 席和 81 席；在前 100 名中，江苏省、广东省、浙江省分别占 37 席、33 席和 10 席



## 新“掌舵人”落定

8月1日，中国人寿保险股份有限公司内部宣布人事任命，国寿集团（即中国人寿控股股东）党委委员利明光出任中国人寿党委书记，在履行内部公司治理和监管批准程序后，他将出任中国人寿总裁。

**利明光** 中国人寿总裁

## 自动驾驶“灵魂人物”离职

8月2日，小鹏汽车创始人、董事长何小鹏发文确认小鹏汽车自动驾驶副总裁吴新宙离职，称吴新宙将前往全球知名公司担任最高等级华人高管。



**吴新宙** 小鹏汽车自动驾驶原副总裁



## 将在1-2年内自研并量产自动驾驶芯片

8月17日，蔚来汽车科技副总裁白剑表示，蔚来汽车将能够在1到2年内量产其自主开发的自动驾驶（AD）芯片，并指出，自推出蔚来技术平台1.0（NT1）以来，该公司一直在设计自己的域控制器电路和结构，并委托代工厂负责生产。

**白剑** 蔚来汽车科技副总裁

## 被授予“中国侨界杰出人物提名奖”荣誉称号

8月31日，第十一次全国归侨侨眷代表大会在北京人民大会堂召开。会上，江丰电子董事长兼首席技术官姚力军被授予“中国侨界杰出人物提名奖”荣誉称号，并到主席台接受表彰。



**姚力军** 江丰电子董事长

## 与百度合资成立汽车科技公司

8月10日，杭州极与越汽车科技有限公司成立，由浙江吉利产投控股有限公司与百度旗下上海幕航汽车有限公司共同持股。从经营范围看，该公司涉及新能源汽车整车销售、汽车销售、汽车零配件零售、电动汽车充电基础设施运营、电池销售、二手车经纪、数字技术服务等。



吉利



## 收购美国捷普

8月28日，比亚迪宣布，控股子公司比亚迪电子（国际）有限公司（比亚迪电子）与全球知名的电子制造服务及解决方案提供商之一 Jabil Inc.（捷普）签署了收购框架协议，拟以约人民币158亿元（等值22亿美元）现金收购卖方的移动电子制造业务，标志着比亚迪电子拓宽消费电子的核心供应链。

比亚迪

## 酱香拿铁刷新记录

9月5日，瑞幸咖啡官方宣布，酱香拿铁单品首日销量突破542万杯，首日销售额突破1亿元，刷新单品纪录。目前瑞幸咖啡粉单股超33美元，总市值已经到了97.1亿美元（约合700亿元人民币），相比一年前翻了一倍。



瑞幸



## 荣获中国专利及外观设计大奖

8月16日，国家知识产权局公布了第二十四届中国专利奖获奖名单，乐歌人体工学科技股份有限公司用于升降桌腿的摩擦件及其使用方法获中国专利优秀奖，健身车V9产品获中国外观设计优秀奖。该专利技术已广泛应用于公司各种品类的升降桌中，具有非常良好的有益性、可实施性。

乐歌



## 9问 创业者

### 郑余友

年龄：44岁

职务：宁波市臻豪窗帘布艺有限公司总经理

性格色彩：● ●

性格分析：个人追求卓越，喜欢独立思考，具有丰富的创造力和想象力，喜欢自主把控局面不喜欢被束缚，具有超强的决断能力

#### 一问 选择这个行业，有什么特别的初衷吗？

年轻的时候一穷二白，看着万家灯火，只希望那里有属于自己的那一盏灯，特别的初衷那就是希望有一个属于自己的家。

#### 二问 创业初期遇到过瓶颈吗？

是的，创业初期特别困难。首先刚刚入行经验不足，尤其在选料上颇为讲究，总是选不到客户一眼看中的花色，以至于家里有一堆的滞销品。

#### 三问 您是如何分配创业和生活的比例？

众所周知，创业是为了给自己和家人享受更好的生活，我们这个行业基本没有特定的休息日，平常的节假日是我们最忙的时候，但是我会在这段时间抽空陪家人或者给自己充电。如果人生分成三份，那么是三分之二在创业，三分之一享受生活，幸好，家人也非常理解。

#### 四问 创业期间，您面临的最大的挑战是什么？

我们创业初期只是一家夫妻店，从顾客上门选料到安装所有事情都是亲力亲为，要说面临最大的挑战那就是转型扩大经营之后所面临的资金缺口和招工问题。

#### 五问 关于创业的经验见解，能分享一下吗？

创业讲究的是一个务实和肯干。经营者更多的是换位思考，站在客户的角度想方案，以诚恳的态度接待每一位上帝，诚信经营，方能做大做强。

#### 六问 您是如何定义老板与员工之间的关系？

员工应当把他当成自己的家人，是相互依存的亲人关系，互利共赢的合作伙伴，一起拧成一股劲共同为企业的发展服务。

#### 七问 面对行业竞争，如何转危为机？

所有的行业现在都内卷厉害，我们将花费更多的精力，提升品质，寻找更高效的服务，分析不同消费者的需求，拥有更快的反应时间捕捉市场，那么，危机也是商机。

#### 八问 创业期间，有特别的幸福感、满足感吗？

最幸福的莫过于家人一直无条件的陪伴与支持，当万家灯火时有了一线属于自己的光亮，很幸福，很满足。

#### 九问 创业对您的生活带来哪些改变？

选择这个行业到今天，摸爬滚打了25年，在这年复一年中我们只想让它发展得越来越好。做事业就要一心一意，专注并且热爱，真正地做到干一行爱一行。



## 8问 经理人

### 吴桐

年龄：33岁

职务：宁波广源忆江南酒店有限公司总经理

性格色彩：●●

性格分析：诚实正直，精力充沛，持续精进，果敢应变。  
能够临事静对猛虎，事了闲看落花的人

#### 一问 您如何看待“职业经理人”这一身份？

我理解的职业经理人是职业的专业能力为核心，以顺利经营运作为目的，具有良好职业素养的人。像维修工，擅长发现问题，有合适的工具及时去维修，保障系统的运转。像医生冷静抉择，善用最先进的技术精准诊治，保障生命健康延续。

#### 二问 您如何理解职业经理人与企业家的差异？

责利不同。职业经理人可以有更多选择，往往从自己职业生涯和专业角度出发考虑问题。企业家的命运通常与企业发展捆绑在一起，全身心用生命拼搏。这是两个互相配合的角色，两种出发点，两种生存模式，擅长的人做擅长的事，各取所需。

#### 三问 职业经理人如何建立老板和员工之间的信任？

充分的换位思考。保持与老板的统一战线，了解老板的战略目标，制定相应的政策方针。合情合理合法地解读企业方针，营造健康的工作氛围和通畅的沟通渠道，及时了解员工的动态，在不损害公司利益的前提下保障员工的权益。

#### 四问 对待团队，您有什么独特的管理方法？

三管：管自己，管权力，管文化；五带：带素养，带野心，带气场，带人心，带责任；七抓：抓观念，抓激励，抓环境，抓沟通，抓培训，抓用人，抓执行。

#### 五问 您觉得一个优秀的职业经理人应该具备哪些特质？

守正笃实的高尚品德，探索创新的变革能力，系统前沿的专业知识，标准高效的职业素养，灵敏理智的商业眼光。

#### 六问 身为职业经理人，最大的挑战是什么？

以变应变，压力处理的能力。

#### 七问 在担任职业经理人这个角色中，最大的收获是什么？

理论源自实践而高于实践，我学会了权衡和接受不完美，收获了更开阔的视野和格局。

#### 八问 您的从业经历对职业经理人这个行业有影响吗？

我的管理启蒙从学生时代开始，一直担任班长、书记、社团联主席等学生干部，就业先后经历世界五百强央企、私企、自主创业从事企业管理咨询，对思维认知、人际关系处理、职业素养提升、责任权力压力等有了更深刻的理解，使我更符合职业经理人的角色要求。

## 宁波市铸造行业 协会

成立时间：2006年11月7日

现有会员：265

现任会长：罗宇

慈溪汇丽机电股份有限公司董事长

现任秘书长：吕志涛



### 对话秘书长：吕志涛

#### 《甬商》：您为什么选择加入铸造协会？

**吕志涛：**宁波是中国重要的铸造生产基地和铸件出口基地，在全国乃至全球都有着重要的影响力。本着对传统技艺的无比敬慕、行业地位的由衷赞叹、未来发展的乐观期许，在协会前辈的引领与指导下，有幸加入铸造协会并感到无上荣光。

#### 《甬商》：您如何看待协会这个组织？

**吕志涛：**行业协会的基本宗旨是：坚持中国共产党的全面领导，遵守宪法、法律、法规和国家政策，践行社会主义核心价值观，遵守社会道德风尚，加强技术开发和行业自律，为企业单位服务，维护会员单位的合法权益，协调同业关系，维护行业利益，并在政府和企、事业单位之间发挥桥梁、纽带作用，密切与国内同行的交流，促进行业企业高质量发展。

#### 《甬商》：在您看来，秘书长的主要工作是什么？

**吕志涛：**主持并开展好秘书处的日常工作，全面组织实施理事会制定通过的工作计划；协调各方关系，在会长的领导下，全面推进协会各方面工作平稳、健康、有序的发展。

#### 《甬商》：秘书长一职，给您自身带来怎样的影响？

**吕志涛：**本人2009年进入协会，至今已有十余年了，给我带来最深的感受是人生观与价值观发生了深刻的变化。“和谐、平衡、

责任、担当”是协会工作者特别是秘书长需要保持的心理常态。如果用简单的文字作个总结，那就是“不虚此行，持重前行”。

#### 《甬商》：新时期作为秘书长，您有怎样的工作体会？

**吕志涛：**我认为一定要紧跟时代的步伐，提高自身的政治站位，加强自我的思想修为，提升团队的综合能力，坚持协会规范化发展，促进协会创新性融合，把服务与管理有机结合，把奉献与得失有效平衡，不断挖掘协会服务潜能，勇于创新协会服务功能，紧紧围绕“服务行业、服务企业、服务政府、服务社会”的四服务理念，加强政治引领，严秉办会宗旨，努力促进协会健康发展。

#### 《甬商》：您对协会的工作和发展有着怎样的期待？

**吕志涛：**作为协会工作从业者，我认为现阶段行业协会应该可以进入一个有法可依的时代，社会组织的相关法规条约应该尽早出台，让行业协会有法可循，有标可对，从国家层面，对社会组织要有一个高度的认同感。也让协会从业者倍感职业的光荣与自豪。

#### 秘书长寄语

规范化运行，创新性融合，品牌化构建，高质量发展。

——吕志涛

## 读书笔记

## 《方太文化》

作者：周永亮、孙虹钢、庞金玲



## 内容概述

方太是一家企业，更是一种文化现象！方太文化认为：做企业就是做人，企业的成功，关键在于做人的成功，即人品、企品、产品，三品合一，人品决定了企品和产品。本书作者遍访上百位方太高管和员工，写作历时两年，收集整理百万字企业原始素材，从管理、创新、品质、服务以及人才培养等多角度完整展现历经时间检验的方太经营理念、基本法则和践行体系。

## 企业的“三观”

## 方太【使命感】：“为了亿万家庭的幸福”

- 修身、齐家、治企、利天下
- 坚持聚焦技术研发，提升价值；坚持价值战，摒弃价格战
- 真正的竞争比的应该是：1. 谁能更好地为顾客服务；2. 谁能把更好的产品提供给顾客；3. 谁能真正满足顾客的需求

## 方太【愿景】：“成为一家伟大的企业”

- 完美的竞争战略是创造企业的独特性，让他在这一行业内无法被复制
- 从使命、愿景和核心价值观出发，从初心出发去经营，这就是战略

## 方太【价值观】：“人品、企品，产品，三品合一”

- 修人品之法：“五个一幸福法”

## 联袂推荐

**茅忠群 方太集团董事长：**未来二三十年以后，中国企业的管理一定会是把中华优秀传统文化，跟现代西方管理相结合的一种管理模式，方太花了十年时间终于初步形成一套具有中国特色的中西合璧的方太文化体系，以强烈的文化自信，以中华优秀传统文化为源泉，推动中国企业提质升级。

**陈春花 北京大学讲席教授、国家发展研究院 BiMBA 院长：**一个让务虚变务实的企业文化实践经典。通读《方太文化》一书后，自觉得无论是务虚也好，务实也好，终究是君子务本。

**向松祚 经济学家、深圳大湾区金融研究院院长：**《方太文化》最重要的一个发现就是基于人心，所以方太的管理哲学是“心本哲学”，弘扬的就是儒学最基本的理念，运用到我们企业管理之中，开辟了一个新的境界。



周其仁 | 著名经济学家、北京大学国家发展研究院教授

## 企业越遇惊涛骇浪 越看“平常功夫”

### 定义精益：

#### 把客户不要的东西“瘦”掉

我很晚才知道“精益”。因为我认为，“精益”作为一种关系到企业管理模式，它首先不是一套技术，它的思想性非常强。

什么叫思想性非常强？我们都知道企业要以客户为中心，华为提出的这一理念现在深入人心。但是以客户为中心也有好多层次。丹纳赫的“精益”，首先是站在客户角度来看企业，站在客户的角度来拷问企业。

这个问题问得非常重要。因为产业分工以后，在企业工作的我们，经常从生产角度、供给角度看问题，很少能够换位来看问题。有些产品有市场竞争，所以销售部门、市场部门会从客户角度换位思考。但是这个信息怎么能够穿透到生产的每个环节、每道工序、每个工人中去？这是非常不容易的。

什么叫精益？精益就是“瘦身”。把什么东西“瘦”掉？就是客户不要的东西、客户不愿意花钱买的东西。这些东西充斥在我们所

有的产品和服务中，一下子做不到全部替代。而且“瘦身”是永远的过程。如果你“瘦”不下去，那被消除掉的就不是浪费，被消除掉的就是你。

所谓竞争，竞争什么？就是争消费者、争客户的关心、争客户的投票。

### 适者生存：

#### 越惊涛骇浪，越要练平常功夫

为什么精益这个事情重要？我的回答是：越天翻地覆，越惊涛骇浪，越生死未定，越要练平常功夫。

把这个问题追究到底，其实答案就在于平常功夫上。

放眼古今中外，国家政权历经更迭，很多都消亡了。商业组织中，做到百年老店已经很不容易，寿命达千年的企业，更是少见。那有什么组织是不管外部世界发生多大变化都能一直存活的？中国的寺庙。你看寺庙的工作，晨钟暮鼓，天天练平常功夫。

这个事情要上升到哲学水平，要有透彻的思考。平常功夫为什么重要？不管情形多惊涛骇浪、千变万化、高度不确定，我们这个生物

世界、商业界与人类社会的生存竞争，最后还是适者生存。有些人不一定是身体多棒，但他将自己调养得能适应变化。

越是当下这个时候，越要练平常功夫，只因为这个功夫就是一个提高生存几率最有效的方法。临时练来不及，要靠长期养成。

面向未来，要练一点非平常功夫，在千变万化中抓新机会、抓突破口，做一些战略性的探查，为下一阶段的发展创造条件。

**“精益”作为一种关系到企业发展的管理模式，冲破破局要注重平常功夫**





## 企业经营应恪守“两条线”

中共中央、国务院前段时间发布了《关于促进民营经济发展壮大的意见》，要把民营经济做强、做大，支持民营企业更好的发展。我在北京参加了民营经济法治建设峰会，最高人民法院、最高人民检察院、公安部、司法部、全国工商联等都特别重视，我作为代表宣读了民营企业“守法诚信、合法合规”倡议书，民营企业要依法参与竞争，依法参与国家经济建设，把国家的法治建设和民营经济的发展更好地结合起来。当前党中央、国务院对民营企业发展高度重视，司法部门加强法治建设，营造良好的法治环境，保证民营经济能在国家的法律框架内发展。

无论世界如何改变，无论行业怎么发展，我们的企业经营一定要在两条线之间活动。一条是法律高压线，合规与法律，这一条线我们是坚决不能碰的，我们必须严格遵守法律法规和全球合规的商业准则。还有一条线是道德底线，我们要牢牢把握道德底线。如果不顾道德底线，不顾法律法规和合规准则，我们是走不远的，即使今天取得了巨

大成功，明天将面临更大的灾难。只有坚持正确价值观，只有站在道德高地上，只有依法合规经营，企业才能走得更远。我们一定要认清这个事实，一定要明白这个道理。

当前有些品牌销量骤增，我们不要羡慕，也不要盲目学习。我们要坚持走自己的路，要坚持在这两条线之间展开我们的经营管理活动，只有这样，我们才能走得更远。汽车工业是没有尽头的马拉松赛跑，短暂的狂飙很难保证长期可持续发展。我们一定要不断打基础、练内功，我们要充满自信，因为我们的一切经营活动都是在法律合规和道德之间展开工作的。

无论是做人做事，一个企业、一个组织，都一样，要想走得远，就一定得有道德水准，我们必须保持在道德底线和法律合规高压线之间展开我们的一切工作。只要坚持这样的价值取向，加上吉利今天所形成的产业基础和战略格局，我们的前景一定是非常广阔的。我们的理念是领先的，我们的技术是先进的，我们的产品质量标准和质量控制是遥遥领先的。

我们要打技术战、品质战、服务

战、品牌战、企业的道德战，这五个战役不是今天提出来的，而是2007年宁波宣言时就提出来了，一直到今天，从来没有放弃过。我们必须坚持我们的价值观。中国当前汽车行业的乱象一定会改变并不断地走向规范。

**要打技术战、品质战、服务战、品牌战和企业的道德战**

## 青白江区：共享新机遇，共筑未来城

青白江区位于成都市东北部，幅员面积 379 平方公里，管理人口超 70 万。是成都国际铁路港所在地和中欧班列（成渝）始发地，是四川联通丝绸之路西向南向国际贸易大通道的重要支点，拥有国家级经开区、自贸区、综保区、进口贸易促进创新示范区和国家物流枢纽、国家骨干冷链物流基地等多块“金字招牌”。成都国际铁路港作为西部地区对外开放门户，已开通 7 条国际铁路通道、5 条国际铁海联运通道，初步建立起“西至欧洲、北至蒙俄、东联日韩、南拓东盟”的国际班列线路网络体系，畅联波兰罗兹等百余个境外城市，上海等 30 个境内城市，在经济高速发展、产业能级不断提升的同时，城市建设更新也稳步推进，一座宜居宜业的公园城市正加速呈现。

主导产业方面，青白江区坚持以“港口立城、产业兴城、品质优城”的发展战略，构建“一港引领、双核共兴、四片协同”的城市空间发展格局。以成都国际铁路港、成都高性能纤维材料产业功能区、成都欧

洲产业城三大产业功能区为抓手，打造新材料、新消费、新能源、国际供应链、装备制造、都市开放农业为主的六大百亿级优势产业集群，大力推进数字经济和中试产业两大新兴产业赋能传统产业，构建具有青白江特色的“6+2”现代化产业体系。2022 年，实现地区生产总值 650.7 亿元。

公服配套方面，轨道交通建设不断完善，大力实施高铁加密，成绵乐客专 14 分钟抵达成都东站；启动接驳成都西客站、地铁 3 号线医学院站通勤列车配套设施建设工作；持续推进两条城市轻轨建设，一条通向成都北站，一条接驳地铁 3 号线；市域铁路 S1 线、S12 线已完成预可研编制。教育资源稳步提升，目前共有 93 所中小学、幼儿园，包括青白江实验小学、大弯小学、青白江外国语小学、大弯中学、川化中学等学校。医疗健康资源持续升级，已有区人民医院、区中医医院、区妇幼保健院等医疗机构，正加快推进华西附二院青白江妇女儿童医院建设。消费市场不断壮大，除万达广场、IMC 美程广场等大型商业综

合体外，青白江还有亚蓉欧国家（商品）馆、法国红酒、德国啤酒等商品琳琅满目，家门口即可买遍全球。生态环境优，已拥有大时代 1956 公园、长流河公园、东山公园、怡湖公园等公园绿地，建成天府绿道 285 公里，2022 年空气质量优良天数达 299 天。

5 月 11 日，青白江迎来今年的首场土拍，七星岛 50 亩纯宅地顺利成交，5 月 19 日再成功出让 2 宗涉宅用地。未来还有 13 宗优质土地待上市，其分别位于北部主城区、欧洲产业城、七星岛片区，共计约 1056 亩。其中 8 宗为纯住宅用地，5 宗为住兼商用地，用地面积最大的 190 亩，最小的 36 亩，容积率从 1.5 到 2.5 不等，值得房地产开发企业重点关注。每宗地块信息可扫描图中二维码进入微信公众号详细了解（可 VR 看地）。[\[阅读原文\]](#)



投资青白江二维码

序号	片区	用地名称	用地性质	占地面积(亩)	容积率范围	现状用途	
1	北部主城区	国际铁路港T1商住用地	二类住宅用地	71.1	1.0<R<2.0	/	
2		国际铁路港T2商住用地	二类住宅用地	42.5	1.0<R<2.0	/	
3		凤凰新城T1商住用地	二类住宅用地	81.5	1.0<R<2.0	/	
4		凤凰新城T2商住用地	二类住宅用地	36.6	1.0<R<2.5	/	
5		凤凰新城T3商住用地	二类住宅用地	30	1.0<R<2.5	/	
6		凤凰新城T4商住用地	二类住宅用地	124.9	1.0<R<2.5	10%~20%	
7		凤凰新城T5商住用地	二类住宅用地	136	1.0<R<2.5	10%~20%	
8		凤凰新城T6商住用地	二类住宅用地	46.6	1.0<R<2.0	10%~20%	
9		凤凰新城T7商住用地	二类住宅用地	112	1.0<R<2.0	20%~30%	
10		欧洲产业城	欧洲产业城T1商住用地	二类住宅用地	37.3	1.0<R<1.5	<20%
11		七星岛片区	七星岛T1商住用地	二类住宅用地	49	1.0<R<2.0	/
12		七星岛片区	七星岛T2商住用地	二类住宅用地	75.6	1.0<R<2.0	/
13		七星岛片区	七星岛T3商住用地	二类住宅用地	36	1.0<R<1.5	/
合计				1056.4			



# “地瓜经济”

## 宁波

## 滕蔓

报道：《甬商》编辑部

文字撰写：王诗蔚、孙俞巧、陈秘秘

图片提供：所报道企业及部门



读懂“地瓜”

竞速

# “地瓜经济”

## 藤茂根壮

“地瓜经济”是浙江创新形成的市场和资源两头在外的一种高增长模式。近20年来，从宁波到浙江，企业的藤蔓开始不断地伸向全国，乃至世界各地。在新时代，又将种下什么样的新“地瓜”？



## “浙”里地瓜发展记

2004年8月10日，时任浙江省委书记习近平同志在浙江日报《之江新语》专栏发表文章《在更大的空间内实现更大发展》中谈到“地瓜理论”：地瓜的藤蔓向四面八方延伸，为的是汲取更多的阳光、雨露和养分，但它的块茎始终是在根基部，藤蔓的延伸扩张最终为的是块茎能长得更加粗壮硕大。

这个理论，是“八八战略”的重要内容，由习近平总书记任在浙江工作期间首创。而今，它已成为浙江发展的制胜法宝和“金字招牌”之一。

20世纪70年代至80年代，“地瓜经济”1.0时代以乡镇企业为主体。彼时，浙江乡镇企业派出成千上万的“采购员”，到省外找原材料，找国企淘汰的旧机器，找产品找市场，可谓充分发挥了“走遍千山万水，想尽千方百计，说尽千言万语，吃尽千辛万苦”的“四千精神”。经过十几年的发展，以乡镇企业为“小地瓜”、链接全国市场的初级“地瓜经济”在浙江形成规模。

时光如水，20世纪90年代至本世纪前10年，部分浙江人到省外、国外开办企业，

在藤蔓延伸处又结新瓜。部分浙江人在愈来愈激烈的竞争中出走外地发展；各行业龙头企业也开始选择向外扩张，到全国各地投资。在这个阶段，“地瓜”开始伸出藤蔓，向外试探。

几乎与此同时，随着国门的开放，大量浙江人在海外落地生根，建立浙江商会。“地瓜经济”进入2.0时代，浙江的“番薯地”面积越来越广，浙江的地瓜根茎也越来越壮大。

2012-2021年，浙商对外投资的存量增长了7倍。这一阶段的“地瓜经济”具有一些重要特点：第一，“地瓜”做大了。与2010年前相比，浙商对外直接投资存量从不到60亿美元增长到2010年代的近千亿美元。第二，布局更自觉。过去，浙商企业走出浙江时，往往遇到什么机会就抓住什么机会。而现在，企业向外发展开始遵循和考虑自身的发展使命和战略定位。第三，产业结构有提升。靠近世界技术与产业价值链高端前沿，重视在东南亚、中美洲的布局。因为东南亚地区在社会网络上与浙商有千丝万缕的联系，

2022年以来，尤其是党的二十大以后，

“地瓜经济”进入一个新时期。一是主动接近发达国家市场，大力开辟和建设墨西哥工业园区。墨西哥是《美墨加协定》签约国，进入墨西哥的浙商可以享受出口美国、加拿大的低关税甚至零关税，这就规避了美国对我们的贸易壁垒。二是强调藤蔓“反哺”根茎，强调在“走出去”的同时，做好“头部项目”和“总部经济”。三是随着高水平对外开放成为加快构建新发展格局、推动高质量发展的重要内容，共同把中国的“大地瓜经济”做好。

抓住经济全球化和国际分工机遇的浙江，始终循着“地瓜理论”的指引，而时间也不断丰富着“地瓜经济”的内涵，引领浙江更高水平开放发展。

## “浙”里地瓜壮硕记

如今，地瓜经济进入3.0时代。

在新时代，要构建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，实现高质量发展，浙江仍然需要按照“地瓜理论”，更好地利用国际国内两个市场、两种资源，不断拓展发展空间，“立足浙江发展浙江、跳出浙江发展浙江”。

2023年1月28日，浙江省委召开全省深入实施“八八战略”强力推进创新深化、改革攻坚、开放提升大会。其中，在开放领域，实施“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”，打造更具韧性、活力、竞争力的“地瓜经济”，让地瓜的藤蔓伸向四面八方、全球各地。

自“新春第一会”以来，省商务系统制定了《浙江省“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”实施方案》，明确9个方面共39项重点任务，创新评选了首批28个最佳实践案例，发布首批33个“一号开放

## “地瓜经济”是什么

**“地瓜经济”，是浙江创新形成的市场和资源“两头在外”的高增长模式**

这是一个十分形象的比喻——地瓜的藤蔓向四面八方延伸，为的是汲取更多的阳光、雨露和养分，但它的块茎始终是在根基部，藤蔓的延伸最终为的是块茎能长得更加粗壮硕大。改革开放以来，浙江抓住经济全球化和国际分工机遇，创新市场和资源“两头在外”的高增长模式，形成富有特色的“地瓜经济”。

# “地瓜经济”

## 宁波 藤蔓

工程”试点项目，其中宁波2项案例榜上有名，分别是——“三度工作法”服务新能源汽车出口，海关力量支持宁波打造万亿级“新能源汽车之城”；临空经济+自贸区创新联动，宁波临空经济示范区打造国际开放枢纽平台。

宁波能有如此丰厚的收获，离不开“地瓜理论”的指引和争当全省实施“地瓜经济”先行者的决心与担当。

迄今为止，宁波拥有中国—中东欧国家经贸合作示范区、浙江自贸区宁波片区等高能级开放平台。宁波舟山港已与全球190多个国家（地区）的600多个港口建立贸易通道，40多万宁波帮人士活跃在全球64个国家（地区）。20年间，宁波口岸进出口、自营进出口、自营出口总额分别增长了16.3倍、14.4倍和14倍。2021年实现跨境电商进出口额1786.1亿元，成为全国首个跨境电商零售进口额超千亿城市。

作为外向型城市的宁波，分批组织企业家包机到意大利等欧洲国家“签单子”，组织考察团到安徽合肥等城市“取经”，正是印证了“跳出宁波，发展宁波”“跳出国内市场，寻找国外市场”的发展思路，目的都是“反哺宁波”，汲取能量，扩大优势，把宁波“经济总量”提上去。

一个个宁波牌“地瓜”块茎厚实，枝繁叶茂，伸向全球，恰如浙江“地瓜经济”在今天的生动缩影。

### “浙”里地瓜延伸记

地瓜经济引领浙江更高水平开放发展的同时，在长三角、全国乃至世界各处迸发着旺盛的生命力。

据统计，目前有超过600万浙商在全国各地投资创业，还有近200万浙商走出国门，把生意做到了全世界，让“地瓜”



的藤蔓伸向四面八方、全球各地。

在宁波，作为国家首批沿海开放城市和“一带一路”重要节点城市，开放、港口和产业优势明显。立足新发展阶段，宁波将以建设国际开放枢纽之都为牵引，坚持高水平“走出去”与高质量“引进来”有机统一，加快由贸行天下向产行天下、智行天下跃迁，打造更具韧性、更具活力、更具竞争力的“地瓜经济”。

改革开放以来，宁波人走出家门求发展、跨出国门找市场，贸易投资触角遍及全球220多个国家和地区。40多万“宁波帮”人士遍布世界各个角落，创办了1.7万多家外商投资企业，犹如地瓜的藤蔓源源不断地为宁波高质量发展注入活力。

以海曙为例，坐拥服装和汽车零部件两个国家级外贸转型升级基地的海曙，正加快布局“双循环”通道，嵌入全球产业链。2022年，海曙区有进出口实绩外贸企业主体达2925家，货物贸易进出口额达874.6亿元。社会消费品零售总额879亿元，货物出口额777.6亿元，服务贸易进出口额

315.2亿元，三项指标规模均位列全省前十。

不断革新，不断打开全球新市场。通过转型促融合的广博集团是一家集轻工制造、新材料电子、互联网跨境电商、投资与贸易等产业于一体的综合性企业集团，现设三大生产基地，拥有博士后研究院、院士工作站、企业技术中心、工业设计中心、企业研究院等5家省级研发中心，凭借强大研发能力，成功从文具制造企业升级为文创企业，获评省内外贸一体化“领跑者”企业、宁波市本土民营企业跨国经营20强。

除此之外，宁波也在大力培育服务贸易、数字贸易、跨境电商等新业态，加大先进技术、重要设备、能源资源等产品进口，推动国际贸易朝着规模更大、质量更高、结构更优的方向发展。

与此同时，宁波不断优化营商环境，努力吸引更多“地瓜”扎根于此，致力于成为全球优质外资集聚地、头部企业投资向往地。宁波不仅要招商引资，更要招才引智。通过实施全球“双招双引”推广行动，主动对接全球头部企业，举办境内外


“宁波周”，跨国公司高管圆桌会等活动。发挥“宁波帮”独特资源优势，以乡情亲情为纽带，开展以商引商、以情招商。

藤蔓的继续延伸还需要充足的养分。因此，宁波市着力培育有实力有规模的地瓜块茎主体，通过深入推进“415X”先进制造业集群培育工程，扎实推动制造业高质量发展，以“大优强、绿新高”的新姿态，打造“361”万千亿级产业集群，形成“企—链—群”协同的“块茎”发展格局。

如今看来，宁波正在不断扩大互利共赢“朋友圈”，使“地瓜经济”越耕越甜；放眼全国，不断迭代升级、富有生机活力的“地瓜经济”同样也具有启示意义。

首先，“地瓜经济”可以破除地区保护和区域分隔，加快建设全国统一大市场，促进商品要素资源在更大范围畅通流动，有利于充分发挥我国经济纵深广阔的优势，为构建新发展格局、推动高质量发展提供有力支撑。其次，还能清除不合理的制度“篱笆”，让“地瓜经济”得到更好的发展。

在7月24日召开的中共中央政治局会议指出，疫情防控平稳转段后，经济恢复是一个波浪式发展、曲折式前进的过程。我国经济所具有的巨大发展韧性和潜力，长期向好的基本面没有改变。

从藤蔓、到枝叶、到块茎，再到养分……可以看出，借鉴地瓜生长的自然规律，进一步推进高质量开放，多一点扎根本土，不断深化伸向四方的“地瓜思路”，不仅能让宁波牌地瓜生长能力更强、生长密度更高、生长效果更好，更能让中国经济迎来更加美好的明天。

## 习近平总书记诠释“地瓜理论”

**2004年8月10日**，时任浙江省委书记的习近平同志在浙江日报《之江新语》专栏发表的《在更大的空间内实现更大发展》一文中谈到了“地瓜理论”：“有人提出一种‘地瓜理论’，非常生动形象地描述了‘跳出浙江发展浙江’的现象。地瓜的藤蔓向四面八方延伸，为的是汲取更多的阳光、雨露和养分，但它的块茎始终是在根基部，藤蔓的延伸扩张最终为的是块茎能长得更加粗壮硕大。”

## “地瓜经济”今年怎么干

**1月28日**，浙江省委召开全省深入实施“八八战略”强力推进创新深化、改革攻坚、开放提升大会。

**4月25日**，浙江省深入实施“八八战略”强力推进创新深化改革攻坚开放提升工作例会暨全省综合考核推进会召开。会上，宁波市北仑区等6位市、县（市、区）委书记，围绕一季度经济运行和数字经济创新提质、营商环境优化提升、“地瓜经济”提能升级等交流了经验做法。

**5月29日**，浙江举行全省“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”大会，会上，杭州海关、宁波市、义乌市、杭州钱塘新区、正泰集团作交流发言。

**6月1日**，宁波全市“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”大会举行。

# “地瓜经济”

## 宁波 藤蔓

## ▶ 字节跳动：伸向全球市场的互联网“地瓜苗” ◀

字节跳动正在以平台建设加速牵引“地瓜经济”藤蔓生长，在互联网高速发展的土壤里，播种新的未知。

### 国产“地瓜”

■ **地瓜企业：**北京抖音信息服务有限公司

■ **创建时间：**2012年

■ **衍生地瓜**

抖音、大力教育、飞书、火山引擎、朝夕光年、TikTok

### 主动“出海”养出甜瓜

发展“地瓜经济”不仅是企业提高经营收益的手段，更是推动企业高质量发展的重要引擎。在日趋激烈的竞争格局下，只有“走出去”，才能赢得更大的发展主动权。

字节跳动创始人、原 CEO 张一鸣曾表示，2012 年在创业起步的公寓里，内部已经开始讨论全球化，讨论组织由来自全球各地的团队组成，当时公司先有英文名“ByteDance”，之后才有中文名“字节跳动”，是因为觉得“移动互联网带来的机会在全球都存在”。

怀揣这样的美好愿景，字节跳动全球化的正式布局，始于 2015 年 8 月。数年间，字节跳动在海外陆续推出了多款有影响力的产品，包括 TikTok、Lark、Helo 等。2018 年，

在与清华经管学院院长钱颖一对话时，字节跳动创始人、原 CEO 张一鸣曾定下“小目标”，表示希望三年内实现全球化，即超过一半的用户来自海外。

据 2020 年美国头部社交 APP 关于用户日均与月均使用时长分布统计数据显示，TikTok 的月均、日均以及活跃用户增幅都超过了美国本土社交产品 Facebook、Snapchat 和 Instagram，可以说 TikTok 以一己之力就撼动了他们的市场地位。

TikTok 是继 Facebook 之后第二个全球下载量突破 30 亿次的应用程序，目前，TikTok 全球累计下载量已接近 40 亿，已成为全球最受欢迎、访问量最高的网站之一。

此外，同为字节跳动旗下的海外版剪辑 CapCut 自 2022 年第四季度以来，一直稳居全球下载量排行榜前五，这款伴随着

TikTok 而生的剪辑应用凭借着各种简单易上手的操作和丰富的特效库在众多应用中脱颖而出，成为出海应用爆款之一。

字节跳动利用独特的推荐式算法在海外市场上一路高歌猛进，成为中国互联网企业“出海”的标杆。

通过“走出去”，字节跳动获得了更大的发展空间，将“藤蔓”延伸出去，把国外的优秀资源嫁接回来，从而有效反哺国内母公司，实现联动发展。

### 跨界之战 养出新瓜

近年来字节跳动已经将触角伸向了电商、社交、金融、游戏和教育等领域。2020 年则把更多焦点放在了相对容易变现的游戏和在线教育市场。如果说搜索之于今日头条，长视频之于抖音，可以看作是







字节跳动在原有优势领域的拓展延伸，那么做游戏和教育，就完全属于字节跳动的跨界之战了。

在游戏领域，字节跳动的布局日渐深入，拥有休闲游戏和重度游戏两大业务板块。字节跳动通过不断聚拢人才、建立研发和发行团队，已经拥有《消灭病毒》《脑洞大师》等多款休闲游戏，并依托抖音、今日头条等流量平台，在用户量增长、用户认知形成等方面也做得可圈可点。

而更令人关注的是字节跳动的重度游戏，这也是其增强游戏商业变现能力的重要一步。在重度游戏领域，字节跳动也在积蓄力量。2019年3月字节跳动收购上海墨鹍100%股权，加码大型游戏开发；同年6月字节跳动组建百人团队，针对中重度游戏启动“绿洲计划”；2020年3月12日字节跳动发行了第一款重度游戏《热血街篮》。不过，重度游戏是由内容驱动的，市场门槛和技术壁垒相对较高，为其在这一领域的发展前景增加了更多不确定性。

此前，字节跳动和腾讯在社交、短视频等领域已展开多轮正面交锋，而随着字节跳动不断加码，双方在游戏领域的对抗也摆上台面。

从试水院线转网模式再到电影、影视剧节目制作，与BAT正面抢夺长视频市场蛋糕；上线头条百科网页产品，深入到百度“腹地”；从轻量游戏进入重度游戏的深水区，与腾讯游戏发生正面对垒；在疫情期间大力推广办公软件“飞书”，与阿里旗下的钉钉、腾讯旗下的企业微信站上同一竞技场。

字节跳动对多元化经营战略的明确和重视显得愈发清晰鲜明，与此同时，从延伸而出的藤蔓中也长出越来越多的小地瓜。

## 4亿用户养出强瓜

据天眼查显示，成都海阔天空旅行社有限公司于日前成立。穿透股权可发现，该公司为成都光合信号科技有限公司全资子公司，而后者正是抖音集团（香港）有限公司100%持股。这意味着，抖音成立了一家旅行社。

其实最早在2018年，抖音作为引流窗口，与美团、携程、同程等第三方合作，通过嵌在抖音中的预订小程序，涉足酒旅行业；随后2019年，抖音与民宿一起举办民宿季，2020年与美团推出旅游直播专场，均创下了可观的销售额。此后，抖音开始

在商家主页中添加“门票预订”、“酒店预订”功能。就这样，抖音做酒旅生意渐成气候，为其如今线下开店铺了不少路。

很显然，抖音做旅游生意的最大“杀手锏”是其手握7亿日活流量。据官方数据，2022年抖音平台酒旅行业支付GMV增长12倍、合作酒旅商家增长5.5倍、酒旅订单用户增长9倍。此外，据《2023抖音旅游行业白皮书》显示，截至今年3月底，抖音上景点、酒店住宿、航空公司、OTA（在线旅游）、旅行社等各类旅游企业账号数量的平均增速超过了20%，其中酒店住宿、商旅票务的账号数量的增速高达61.5%、46.0%。

相比此前只把旅游作为流量入口，将流量导向与之合作的OTA平台或者旅行社，抖音后来和民宿、城市或者一些文旅品牌合作以及如今成立旅游公司，都被业内视为逐渐向上游供给端发力，甚至想打通整条旅游产业。事实上，根据抖音官方2023年第一季度数据，有超4亿旅游兴趣用户在抖音观看旅游内容。基于强大的需求，加上抖音发力的供给，抖音线上景区订单量超11.6万单，酒店住宿订单量10.1万单。

字节跳动，正以不可阻挡之势，运用“地瓜思路”席卷着每一个主流赛道。■

# “地瓜经济”

## 宁波 藤蔓

## ▶ 阿里：“根”植杭州，“蔓”生全球 ◀

随着科技的不断发展，阿里巴巴无疑成为了这个数字化时代中一颗璀璨的明星。观其从杭州发迹、服务全国、辐射全球的发展轨迹，正是对“地瓜经济”的一种生动演绎。

### 国产“地瓜”

📌 **地瓜企业：**阿里巴巴集团控股有限公司

📌 **创建时间：**1999年

📌 **衍生地瓜**

**零售商业：**淘宝、天猫、淘特、淘菜菜、盒马、天猫超市、高鑫零售、天猫国际、1688、阿里健康

**金融：**支付宝、蚂蚁财富

**文娱：**淘票票、UC、优酷、土豆、虾米音乐、阿里游戏、阿里文学 & 书旗小说、大麦

**城市生活：**高德、飞猪、闲鱼、饿了么

**企业级应用：**钉钉、阿里云、菜鸟、阿里妈妈

### “大地瓜”催生“小地瓜”

诞生在杭州的阿里巴巴，犹如一块地瓜的“块茎”，不断向四面八方延伸，在世界范围内已经布局 and 催生了涵盖报纸、杂志、网站、视频、电视、新媒体、社交媒体、新零售等多个领域，涉及机构超90家的业务公司，影响着生活的方方面面。

纵观阿里创立以来，“地瓜理论”是

其发展的生机和活力。

阿里巴巴从平台起步期以信息连接为主的1688网站，发展出以交易撮合为主的淘宝网，再逐步升级数字服务，延伸出阿里云、菜鸟、钉钉等多项创新业务。

除了零售版块，还有饿了么、飞猪、高德的城市生活板块，以及和灵犀、优酷土豆、大麦、阿里影业、阿里音乐构成的

大娱乐板块。同时，阿里巴巴集团大文娱还包揽了体育、游戏、文学等一众赛道。细数起来，它们就像是阿里这个“大地瓜”孵化出的一系列“小地瓜”。

譬如菜鸟。2013年2月，阿里巴巴创始人马云在《致快递战友的新春信》中写到：“5年内，我们一定会超过美国的快递物流量，那时候，每天将产生超过一亿单快递，快递物流的增长速度将超出所有人的想象。”

带着这样的愿景，三个月后，菜鸟诞生。接下来的十年，中国的物流行业开始起飞——中国快递量从不足100亿件突破1000亿件，稳居世界第一后仍高速增长。

如今，菜鸟2022年自然年营收达到638亿元，完成国际出口货邮吞吐量17.5万吨，日均跨境包裹量突破400万件，已成为全球四大跨境物流企业之一。

### “1+6+N”开启“养瓜行动”

“地瓜经济”背后蕴含的深意，于浙江而言，是习近平总书记主政浙江期间提出的“跳出浙江发展浙江”的战略。而放于阿里巴巴集团身上，让各个业务集团“站稳脚跟”与“扩大开放”也是促进地瓜“根



部”更加壮实的有效法则。

为了让组织更加灵活和快捷地协同与创新，迎接无线互联网的机遇和挑战。2012年，阿里从原有的子公司制调整为事业群制，整个公司被划分为淘宝、一淘、天猫、聚划算、阿里国际业务、阿里小企业业务和阿里云等7个事业群。半年后，7大事业群又分拆为25个事业部，这次调整，不仅长出了阿里面向未来的初步形态，还长出了一个繁荣的外部电商生态。

十年后，2023年3月，阿里巴巴开启“24年来最大改革”——“1+6+N”的全新业务集群基本成型。

其中，“1”是阿里巴巴集团，调整后全面实行控股公司管理。“6+N”为阿里云智能、淘宝天猫商业、本地生活、菜鸟、国际数字商业、大文娱六大业务集团，以及盒马、飞猪等多家业务公司。它们分别成立董事会，实行各自董事会领导下的CEO负责制。

这意味着各个业务集团将能以更敏捷

的姿态独立面对市场，未来具备条件的业务集团和公司，将保留独立融资和上市的可能性。

### “伸藤”出海辐射全球

如果说，“地瓜经济”的秘诀是立足一地，但经济纽带延伸至全国乃至全球。那阿里巴巴从创立之初，便开始布局“藤蔓”的生长计划。

1999年阿里巴巴成立后，定位于“中国中小企业贸易服务商”，为中小企业提供“网站设计+推广”服务。受到风险投资商的青睐，阿里巴巴从2000年开始海外扩张，并迅速提高知名度。


阿里巴巴国际站作为阿里巴巴集团的第一个业务板块，现已成为全球数字化出海服务平台。不仅如此，阿里云作为阿里巴巴旗下云计算子公司，其国际化之路始于2014年，从杭州出发，不断深耕国际市场。

到2022年，随着沙特阿拉伯、德国、泰国、韩国及日本数据中心的设立，阿里

云已在全球28个地区和86个可用区提供运算服务。从而这距离阿里从“数字经济体”出发推出聚焦全球化、内需、大数据和云计算的三大战略仅仅过去了三年。

地瓜的藤蔓不断向外蔓延，阿里云的出海也是从亚太市场开启，尤其是东南亚区域，随后逐步将足迹扩至中东、欧洲等地区。

除了海外服务之外，在阿里，电商出海与物流出海并进。2022年12月，全新的“海外数字商业”板块成立，带领全球速卖通和国际贸易（ICBU）两大业务板块，以及Lazada、Trendyol、Daraz等一大批面向海外市场的子公司，开启了出海之旅。

未来，随着“1+6+N”的裂变加速，阿里将不断练好发展“内功”，深耕地瓜经济“主根基”；做实创新“外功”，延伸地瓜经济“长藤蔓”。

## ▶ 吉利：弯道超车的“汽车地瓜” ◀

吉利发挥“链主”企业作用，坚持市域范围内零部件企业、芯片企业协同创新发展的“地瓜经济”模式，打造世界一流的汽车产业生态，构建世界一流的千亿级汽车产业集群。

### 国产“地瓜”

📌 **地瓜企业：**浙江吉利控股集团有限公司

📌 **创建时间：**1986年

📌 **衍生地瓜**

**汽车品牌：**吉利汽车、几何汽车、领克汽车、沃尔沃汽车、极星汽车、宝腾汽车、路特斯汽车、伦敦电动汽车、远程汽车、太力飞行车

**运动品牌：**荷马、铭泰

**出行品牌：**曹操出行

收购对象是沃尔沃。当年3月，吉利以18亿美元收购沃尔沃100%股权，被业界誉为一场“蛇吞象”的划时代国际并购。

之后，吉利的全球化进程全面加速，通过出口、并购等多管齐下，全方位融入全球价值链体系，实现了制造、研发、采购、销售的全球布局。

经历了这么多轮海外并购，目前吉利控股已经形成吉利汽车、领克、沃尔沃、极氪、伦敦出租车（英国锰铜）、宝腾和路特斯（莲花）、太力飞行汽车、smart精灵、雷诺韩国等近10个品牌矩阵，覆盖中低端品牌、豪华品牌，以及传统燃油车和电动车的完整产品谱系，构建起一个全球化的

### 对外开放的生力军

构建新发展格局的时代浪潮中，越来越多宁波企业意识到，只有在产业链条和消费市场里寻找增长点、掌握主动权，才能融入、畅通国内国际双循环，成为对外开放的生力军。他们凭借技术创新和市场洞察，不断壮大着地瓜藤蔓，引领宁波外向型经济跨越。

吉利就是这样一家企业，通过并购等方式吸纳欧洲先进技术，进而凭借自主创

新，实现弯道超车，成为欧洲产业版图上的重点企业。

吉利的海外版图到底有多大？估计除了吉利没有多少人说得清楚。从2006年收购伦敦出租车（英国锰铜）开始，16年时间里，浙江吉利控股集团董事长李书福在全球汽车产业中大展拳脚，通过一系列的股权收购，不断扩大全球市场布局，将吉利发展成一家具有国际影响力的全球汽车企业。

吉利最惊人的一次并购发生于2010年，





“地瓜经济”版图。

## 战略布局共享经济

以汽车产业为起点，“地瓜经济”的藤蔓虚实并进，一路延伸开去，在汽车市场织起一张更密集的新型贸易网。有来有往，诠释着吉利的活力与韧性。而来往的密度、频次和延展范围，则是吉利“地瓜”面对新一轮科技革命和产业变革的大趋势，积蓄起的更强竞争力。

除了在汽车产业蔓延出四面八方的藤蔓，吉利还不忘布局“新能源汽车共享生态”的战略性投资业务。

2015年上半年，背靠吉利集团的曹操专车（后更名“曹操出行”）诞生。不同于滴滴的C2C模式，曹操专车的模式是“公车公营+认证司机”的B2C模式，且在正式上线后都是新能源车型。简单来说就是车由曹操专车和吉利提供，司机公开招聘培训，以底薪+提成的形式发放工资。经过大半年的筹备，2015年11月，曹操专车开始在宁波进行为期两个月的公测运营。

2016年1月，曹操专车在杭州正式上线。

为了做好“共享出行”这块大地瓜，吉利通过整合睿蓝汽车、曹操出行等集团内资源，创立共享出行定制品牌——曹操汽车，以科技赋能出行领域，持续优化智能化驾乘体验，打造新能源汽车共享生态，覆盖广阔的出行细分市场。

共享出行是吉利的投资业务，是战略布局里重要的一部分。无论造车还是换电的补能渠道，曹操汽车都极大借助了股东方吉利的力量，配合更紧密。因此在未来，吉利要发展地瓜经济仍要聚力做强吉利控股集团总部功能，发挥“总部经济”效益及“母合优势”，携手落实“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”。

## 地瓜蔓延体育文化

面对日益复杂的开放环境，吉利要打造更具韧性、更具活力、更具竞争力的“地瓜经济”，并让“地瓜经济”持续发展，不仅要增量提质，更要向更深层次探索。

除了汽车相关业务，早在2016年，浙

江吉利集团与西班牙Joma公司，双方共同注资成立荷马有限公司，布局国内体育业务，自主经营区域为大中华及东盟地区。

秉承吉利控股集团的汽车文化优势，吉利围绕汽车文化产业，以科技娱乐平台为核心，以新商业为龙头，以文旅和体育为两翼打造了专注高等教育、体育运动、文化旅游、健康服务、新商业等领域多元化的产业投资和运营管理的铭泰集团，经过多年发展，已成为集赛道商业、体育赛事IP运营、商旅产业、健康产业等为一体的多元化企业集团。

为推动赛车文化的传播及体育事业的发展，通过铭泰集团吉利利用吉利车主这一千万级用户，尝试更多的结合与探索更多的车主人群的体育消费，围绕着汽车主题，传递更多的汽车生活方式的。

吉利作为“地瓜经济”代表企业始终坚持以汽车产业电动化、智能化转型为核心，深入深化“地瓜经济”战略在全球范围内的落地，成为“地瓜藤蔓”延展全球的主力军。■

## ▶ 李宁：“国潮”李宁，玩转“地瓜” ◀

李宁在这片跨界转型“沃土”上，如“地瓜”般，藤蔓越伸越长，根茎越扎越深，“地瓜经济”越来越甜，李宁便是其中的佼佼者。

### 国产“地瓜”

■ **地瓜企业：**李宁（中国）体育用品有限公司

■ **创建时间：**1990年

■ **衍生地瓜**

**潮流品牌：**中国李宁

**运动品牌：**李宁、弹簧标、LNG、红双喜、乐途、心动、艾高、Danskin、凯胜

**童装品牌：**李宁 YOUNG

**饮品品牌：**十二阅（黄酒）、宁咖啡

### 专攻“主藤蔓”战略

不管“藤蔓”如何蔓延伸展，李宁的“根”始终在“发芽”的地方。专业与时尚是树干和枝叶的关系。夯实树干，丰富枝叶，这是李宁品牌对产品线的策略和重点。尽管枝、干都是不可或缺的组成部分，但还是以专业运动为主，也是李宁对“地瓜经济”独一无二的打法。

1988年李宁退役后，便以自己的姓名创立了李宁运动品牌，即服装、鞋、配件等。1990年，“李宁体育用品有限公司”成立，

逐步成为代表中国、国际领先的运动品牌公司。自2004年李宁上市以来，李宁发展态势一直十分稳健，2008年李宁公司开始构建电子商务平台，让公司业务发展到达顶峰。与此同时，在2008年的鸟巢奥运会上，李宁的“高空漫步”火炬仪式，也点燃了自己品牌知名度，一举火遍大江南北。在华销量直接超越阿迪达斯，2010年营业额最高达到过97.78亿，全国8000家店面大街小巷遍地开花，成为当之无愧的国产运动品牌一哥。

李宁旗下品牌有李宁，李宁 YOUNG，中国李宁，弹簧标，红双喜，凯盛 Kason，Danskin，艾高 AIGLE。虽然集团拥有众多品牌，但始终以李宁、弹簧标等李宁核心品牌为主。从2015到2019年，运动鞋和运动服饰都来源于李宁核心品牌，一部分器材与配件也来自李宁核心品牌。未来公司将继续保持李宁核心品牌的核心地位，推动各品牌共同发展。

“李宁”之所以成为33年的“李宁”，有三个关键。一是李宁个人强大的运动员基因的支持，二是创造了新的品牌价值，三是紧抓时代“地瓜经济”，发展多品牌战略。

### 孵化潮流品牌 IP

主品牌五大核心板块皆有良好表现，



中國  
李寧

而近年来，大走“国潮”路线的时尚品类也为李宁品牌带来十分可观的市场流量。

2018年2月，李宁首次登陆纽约时装周大获成功，借助全球最顶级的时尚展台宣传品牌形象，全面占领年轻消费者的心智。2015年，李宁启动了新一轮大规模的年轻消费者调研，品牌策略也开始发生变化，向更潮流和多样的风格进行探索。2017年10月底，李宁首次在官方微信公众号中提出“中国李宁”，随后，品牌在微博中创建“中国李宁”和“中国李宁原创”。

打造国潮系利成为李宁品牌重塑的前史，为“中国李宁”推出做好了铺垫。“中国李宁”的品牌意义在于让李宁完成品牌化重塑，捕获市场需求，捕获消费者心灵，赢回70后、80后，占领90后、00后市场。“李宁”品牌代表着李宁的过去，“中国李宁”引领者李宁的未来。

三十而立的李宁，以“中国李宁”迎来事业的“第二春”。国潮在近10年的关注度上升了528%，到2021年，国货品牌关注度是洋货的3倍，“国货当自强”的大环境下，中国李宁向世界展示了中国潮流。2018年的纽约时装周，李宁完成了中国李宁的转型，用新东方美学与中国哲思

理念征服国际秀场，在国际上正式确立“国潮”的地位。随后，以国潮营销出圈的李宁，开始在跨界合作的道路上越玩越开。2020年与腾讯经典音舞产品开启跨界合作，宣布《QQ炫舞》虚拟时尚偶像“星瞳”成为李宁运动时尚潮流星推官。之后李宁又与无聊猿游艇俱乐部NFT达成合作，打造“无聊猿潮流运动俱乐部”系列产品，与此同时在北京三里屯打造限时快闪活动，融合青年文化、极限运动、潮流等元素打造超现实体验。

### 尝试“征战”饮品赛道

在李宁，探路“地瓜经济”的做法比比皆是，“地瓜经济”亦是李宁跨界的破题思路。

身披国潮红袍的李宁入局咖啡行业。2022年，“宁咖啡 NING COFFEE”横空出世，被视作李宁向咖啡市场迈进的重要一步。宁咖啡在厦门、广东、北京等地的几家李宁门店亮相，店内有多款饮品。李宁跨境咖啡拥有大量的分销网络，供应系统和商店，更多地依赖于供应链和运动品牌的声誉影响力。同时与互联网，数字技术和数字化媒体相结合来创建更多的爆款。在跨

界咖啡市场打法上，“大地瓜”李宁打出了漂亮的一招。

当下，李宁的咖啡店布局，正在如火如荼进行中。然而，李宁在跨界上又有了新动作。李宁大手笔推出了“十二阅”黄酒，正式跻身“黄酒江湖”。李宁在跨界咖啡的热度刚好退却，借助跨界黄酒的新闻，再次登上了酒类行业的热搜。李宁这一次涉足黄酒业，同样借助国潮风尚，进行的营销创新。李宁此次推“十二阅”黄酒，瓶身设计兼具传统雅致与现代时尚，符合当下年轻人的审美风格。同时这款“十二阅”黄酒，低糖无添加，回味优美入口丝滑，以“小酌怡情”营造的可控微醺，帮助解决释压治愈的消费痛点。这一次，李宁入局黄酒赛道，也带给了行业更多想象空间。

李宁跨界咖啡，正是将藤蔓向不再聚焦运动品牌，符合“地瓜经济”时势、挑战未知领域，来提高自身的竞争力。

正如在当下不断涌现的，踩着时代和资本红利而起的新品牌中，只有那些迎合社会发展规律、跟上时代潮流发展“地瓜经济”，才能够穿越牛熊，蜕变成真正的品牌。李宁，正是“地瓜经济”成长周期的中国品牌样本。■

## ▶ 小米：科技催化“地瓜”生态链 ◀

从智能手机到智能家居再到互联网电视……小米自成立起凭借着一股闯劲，积累了丰富的“地瓜经济”实践经验，现已搭建了一个完整的“小米模式”生态圈。

### 国产“地瓜”

■ **地瓜企业：**小米科技有限责任公司

■ **创建时间：**2010年

■ **衍生地瓜**

**数码品牌：**小米、红米、POCO

**汽车品牌：**小米汽车

2023年一季度小米智能手机全球出货量稳居全球前三。在竞争白热化的行业环境中，小米智能手机高端化突围成效显著，中国大陆地区智能手机ASP同比增长超18%，人民币4000-5000元价位段中国大陆地区安卓智能手机销量排名第一，盈利能力进一步释放。

因此，海外市场也成为小米重要的收入来源。通过藤蔓的延伸，“反哺地瓜”，使得地瓜“越耕越甜”。

### 全民品牌

#### 浇注“地瓜经济”根脉

创立于2010年的小米，伴随智能手机普及而一路崛起。如同培育地瓜一般，地瓜长在土壤里，块茎在地下，生态沃土是关键。

小米抓住了高性价比这一特点，迅速在中低端市场赢得一席之地。在2011年小米一代刚一发布就销售了27万台，获得了巨大的成功；到了2014年，这个数字已经猛增到6107万台，国内市场排名第一。

而要让“地瓜”根茎更壮、藤蔓更广，小米需要不断走出去扩大市场份额和知名度，将藤蔓伸向四面八方，汲取更多阳光

雨露。

2014年，小米随着中国企业出海潮同步开启了出海战略，计划进入10个国家市场，印度是小米出海的第一站。小米将一部分产能转移到印度，能利用到更廉价的生产要素，也缩短了与终端市场的距离。在这近10年的时间里，小米在印度开设了7座工厂，实现了本土化运营。

数据显示，正是通过“走出去闯天下”，根据Canalys数据，2022年，小米在全球54个国家和地区智能手机出货量排名前三，在全球69个国家和地区出货量排名前五；在38个境外市场的运营商渠道中智能手机市场份额排名前三。

### 科技活水

#### 浇灌“地瓜经济”藤蔓

“地瓜经济”的蓬勃生命力植根于小米不断创新的技术与战略之中，但也离不开各类要素的滋养，科创之水就是让“地瓜经济”的藤蔓茁壮生长的活力源泉之一，唯有在科技上的深耕和投入，才能奔赴“高端化田地”。

小米自2016年就开始组建AI团队。据了解，小米人工智能团队经过7年共计6次扩展，目前团队人员规模已达3000多人。同时，在多年的技术迭代中，目前小米AI的技术能力已覆盖了视觉、声学、语音、NLP、知识图谱、机器学习、大模型、多模态等众多方向，并全面赋能了手机、汽车、





AIoT、机器人等多个业务板块。

此外，今年小米也参与进了人工智能大模型热潮中去。早在2023年4月，小米已组建大模型团队，目前已陆续有了一些相关应用的尝试。小米科技创始人雷军在发布会上表示，4个月间，首个应用大模型已将智能语音助理小爱同学升级到了大模型版本，据了解，升级后能极大增强小爱同学对话的智能水平，未来还能帮助用户处理更复杂任务。“小爱同学目前拥有1.1亿月活用户，为了让大家能更快地体验到大模型技术，小米对小爱同学升级大模型，并开启邀请测试。”雷军提到。

在多年的研发投入和自研核心技术积淀中，今年在“科技圈春晚”上雷军集中介绍了5项技术创新成果，包括小米MIX Fold 3折叠屏手机、Redmi K60至尊版、小米平板6 Max 14、小米手环8 Pro和仿生四足机器人CyberDog 2。

除了今年发布的创新成果，小米仍在不同的技术领域持续布局。据了解，目前

小米的技术研发布局已进入12个技术领域，包括5G移动通信技术、大数据、云计算及人工智能。同时基于智能制造，小米的技术研发布局已进入机器人、无人工厂、智能电动汽车等领域，总体细分领域达99项。

如此一来，藤蔓伸向四面八方，藤蔓相接处又生新瓜，根深藤茂，拥有了更广阔的发展空间。

### 跨界造车 孕育新生地瓜果实

在2021年3月的小米春季发布会上，雷军正式官宣造车。

2022年8月，小米就已经敲定了动力电池供应商，分别是宁德时代和比亚迪，其中高配车型采用800V电压平台，搭载宁德时代的三元麒麟电池。而低配车型则是400V电压平台，搭载比亚迪的刀片电池。

除了小米汽车产品外，小米汽车的工厂也在持续建设中。

2022年4月，小米通过子公司在北京亦庄以6.1亿元拿到了一块72万平方米的

土地。

据北京经济技术开发区介绍，小米汽车工厂将分两期建设，一期和二期产能分别为15万辆。一期工厂已于2022年4月开工，今年6月完工。二期工厂计划2024年3月开工，2025年3月竣工。

过去两年，雷军为小米汽车一路招兵买马，财报显示，仅2022年小米智能电动汽车等创新业务费用投入为31亿元，汽车业务团队规模约为2300人。现如今，小米汽车团队人员也在稳步增长。

据了解，小米汽车团队主要分为研发、生产、制造三个部分，有市场部、产品部、供应链部、智能座舱部、自动驾驶部、整车硬件部、动力系统部、智能制造部等10余个一级部门。

从手机业务到跨界造车，从国内延伸全球，小米不断寻找新的业务增长点，把握未来发展趋势，根植于互联网沃土，让“块茎”更加茁壮，“地瓜”更加香甜。<sup>[1]</sup>

## 雅戈尔：千亿级“大地瓜”的跨界转型

“地瓜经济”于雅戈尔而言，便是跳出宁波拥抱世界。提及雅戈尔，多数人的印象还停留在服装赛道老牌玩家。殊不知，靠着服装发家的雅戈尔，早就开始涉足房地产和金融投资，最终构建了服装、房地产、投资“三足鼎立”的商业版图。

### 甬产“地瓜”

**地瓜企业：**雅戈尔集团股份有限公司

**创建时间：**1979年

#### 衍生地瓜

**服饰品牌：**雅戈尔、MAYOR、哈特·马克斯、汉麻世家、UNDEFEATED、HELLY HANSEN

**贸易品牌：**中基、中基汽车、中基品牌二手车

**地产品牌：**东湖花园、东湖馨园、都市森林、湖景花园、雅戈尔江上、新长岛、雅戈尔·海晏府、新海景花园、雅戈尔明洲

**康养品牌：**宁波大桥生态农庄、健康小镇、南区温泉酒店、雅戈尔老年乐园

**文旅品牌：**宁波野生动物园、达蓬山旅游度假区

游高质量发展……一条全新的时尚产业发展航线已然清晰可见。

除了主品牌的传承创新，其它子品牌和并购合作品牌也同步发布了新的定位和规划。高端行政商务品牌MAYOR定位做中国顶级的奢侈品品牌，利用优质稳定的供应链和精湛的红帮服装技艺，在高端圈层客群中积累了口碑；定位于高端休闲运动的哈特·马克斯品牌有着135年历史的品牌，有着浓厚的庄园、骑士运动基因。通过绅士运动与现代都市生活结合的方式，与都市精英人群建立联系；以“汉麻”作为原材料的汉麻世家品牌，因其原材料所具备的吸湿、抗菌、透气、防紫外线的天然特性，与生俱来就有着与人体亲密接触的“天赋”。

### 服装界的“异类行星”

不知从何时起，“地瓜”衍生和跨界发展似乎成为服装企业的共同爱好。“地瓜经济”生动阐述了“站稳脚跟”与“扩大开放”之间的辩证关系。在行业整体发展不景气的大环境下，雅戈尔“地瓜”似的多元化衍生成为了企业发展的罗马道。

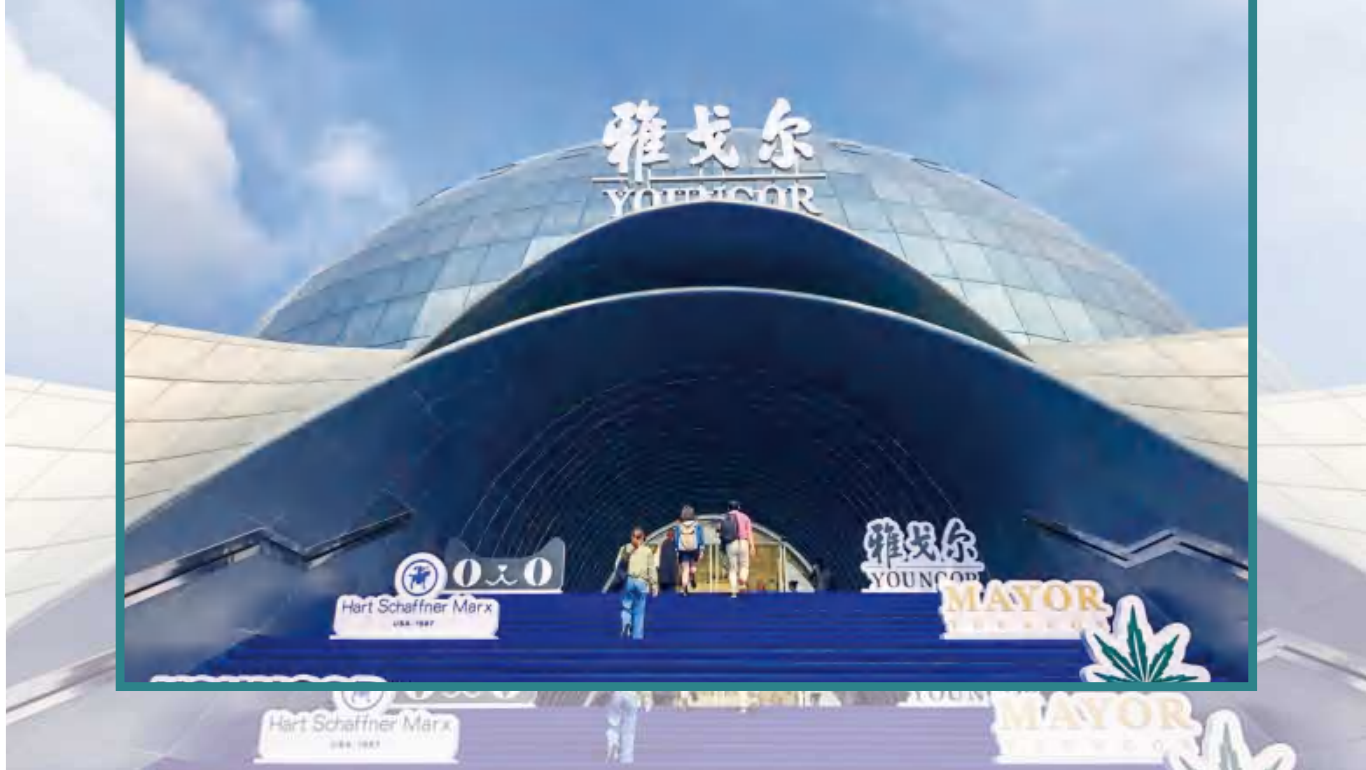
在服装领域，雅戈尔一直是个特殊的存在。大众对它的第一印象，是服装赛道

### 从商务男装走向时尚前沿

“地瓜经济”绝非“吃瓜群众”吃出来的，而是要坚持不懈“干出来”的。比如雅戈尔正是印证了“跳出宁波，发展宁波”“跳出国内市场，寻找国外市场”的发展思路，汲取能量、扩大优势，把宁波“经济总量”提上去。

2022年11月，雅戈尔吹响回归主业的

号角。近年来，雅戈尔服饰时尚的蓝图徐徐展开。汇聚全球资源和人才，打造时尚品牌矩阵；雅戈尔、MAYOR、哈特·马克斯、汉麻世家、UNDEFEATED、HELLY HANSEN六大品牌发布全新的品牌定位和未来规划，刘畊宏、熊梓淇等明星现场助阵；与中国联通合作的5G+智能工厂入选首批浙江省“未来工厂”，带动服装智造上下



的老牌玩家，并且在其它赛道上，雅戈尔也是经验满满。纵观雅戈尔商业版图，从一开始的服装、地产、外贸、纺织旅游、投资调整为品牌服装、地产开发、股权投资“三驾马车”齐驱。

“三驾马车”战略是雅戈尔“异类”根结所在。为了不把鸡蛋放在同一个篮子，雅戈尔开始拓展其它市场，比如房地产、投资等。这一“跨界”房地产的模式，雅戈尔凭借在宁波楼市上的成功经验，与长久扎根于此的基脉和极强的市场洞察力深度绑定。

1979年成立的雅戈尔集团，可谓踩着改革开放的节奏不断发展壮大。与其他服装企业“试水”地产不同，雅戈尔把地产做成了自己的一张王牌。在后来的表现中，多元化思路被进一步证明：2009年，雅戈尔服装板块营收12.85亿，同比大跌21.92%，反观地产业务，却迎来逆势大涨，营收26.09亿，同比增长179.84%，与服装业绩的惨淡形成鲜明反差。

雅戈尔已经在房地产领域深耕31年。从1992年涉足房地产开发起，雅戈尔在宁波、苏州等地相继开发东湖花园、东湖馨园、都市森林等楼盘，总资产近200亿元，净资产约50亿元。

雅戈尔的地产触角还在延伸，雅戈尔康旅控股有限公司在2019年成立，康旅公司负责统筹运营酒店、旅游、健康、养老

资产，将成为雅戈尔在房地产业务中尝试转型的重要平台。

虽在房地产开发上，策略没有太大变化，但雅戈尔其实一直在谋划向新兴关联产业转型，战线也从原来的住宅开发拉大到养老地产。2015年，雅戈尔开始探索养老地产的开发及盈利模式。次年，在养老地产之外，雅戈尔又提出发展旅游业务，并投资改造了达蓬山景区的亲子乐园，新建了南区温泉酒店，同时还收购了位于杭州湾新区的宁波大桥生态农庄。2018年，雅戈尔又竞得宁波海曙区集士港镇其中地块，计划打造医养结合的健康小镇。

### 多元化的地瓜打法

雅戈尔“大地瓜”要长得好，离不开延伸向四面八方的藤蔓。它外拓得越广、通达能力越高，地瓜越能汲取更多资源和养分，结出更好果实。但它的块茎始终是在根基部，藤蔓的延伸扩张最终为的是块茎能长得更加粗壮硕大。雅戈尔作为一家以服装起家的企业，却在谈及服装业务时用上“回归”二字。这是因为“服装+地产+投资”这三大主营板块中，雅戈尔在这之前更加注重外贸和投资。

1999年底，中基与雅戈尔工贸联合，改制成为一家跨行业、跨所有制的新型股份制外贸公司。股改第一年，三分之二的业务员回来了，公司进出口额有2亿多美元，

以后更是以翻番速度增长。同时，中基集团成立了中基惠通平台，成功构建国内首个外贸综合服务生态闭环，推动宁波外贸服务质变。如今，“中基惠通”年出口额突破10亿美元，服务中小外贸企业超万家。推动雅戈尔突破式发展。

雅戈尔涉足金融投资始于1999年，对金融情有独钟，参股宁波银行、浙商财险等金融公司。同时陆续投资了中信证券、广博股份、宜科科技（后更名为汉麻产业、联创电子）等。2005年，雅戈尔持有的金融资产市值急速增长，一度超过200亿元。与此同时，雅戈尔也试图在新能源方面有所建树，参股了宁波坤能光伏技术。还投资参股了大量的上市公司，比如联创电子、中信股份、创业惠康、金正大等。而宁波野生动物园是其转型中行动较早并被认为较为成功的一环。

多元化虽然成功让雅戈尔起飞，但也局限了优势板块的发展。于是在2019年，公司却宣布为进一步聚焦服装主业的发展。

作为“大地瓜”的雅戈尔不断向外延伸拓展，成为宁波首家本土千亿级制造业企业。无论“地瓜”的藤蔓是否衍生成功，对于走过了三十而立阶段的“大地瓜”雅戈尔来说，一直踩在时代发展的潮头，正在乘着东风迈向更广阔的未来。■

# “地瓜经济”

## 宁波 藤蔓

## 杉杉：“地瓜”版图大起底

从2020年开始，“地瓜”杉杉的藤蔓开始向不同领域延伸，从正极材料、负极材料、电解液、储能、充电桩等多项新能源领域共同布局，转为“双主业”驱动。曾以杉杉西服闻名的杉杉股份，如今最显眼的标签变成了“高科技”。

### 甬产“地瓜”

**地瓜企业：**杉杉控股有限公司

**创建时间：**1989年

#### 衍生地瓜

**服饰品牌：**FIRS 杉杉西服、S2CITYLIFE 男装、意丹奴服饰、酷娃女装、乐卡克

**地产品牌：**杉井奥特莱斯、宁波中心、杉杉·国际城、杉杉伟星玲珑湾、杉杉·名都、水木清华、杉杉生活广场、杉杉普陀天地

**新能源材料品牌：**巴斯夫杉杉、杉金光电

**医疗品牌：**杉杉医疗

**物流品牌：**杉杉物产

今年3月杉杉集团在宁波投资50亿元的锂电硅基负极材料一体化基地项目正式开工；晶科能源把“头脑”设在上海，加码投资浙江，去年在玉环投资百亿元太阳能电池组件生产基地项目后，今年又在海宁落户了总投资186.8亿元的两大项目；三思电子在上海组建500多人的研发团队，也将生产基地分设在嘉善、浦江……

这种矩阵式发展下，杉杉集团比较优势为基底，握指成拳，快速融入国内国际双循环，“地瓜经济”正在掀开新的篇章。

### 从“新玩家”到“明星企业”

杉杉、万向等一大批浙企抢滩各大城市，对接前沿市场、高端人才，谋划以城市为基点走向世界，不断发展壮大，演绎了一部生动的“地瓜藤蔓”生长史，可谓“地瓜经济”的第一次恣意生长，全力争当“地瓜经济”提能升级排头兵。

2002年，中国零售市场迎来新商业模式——北京燕莎奥特莱斯开业让奥特莱斯正式进入消费者事业。但是对于浙江宁波来说，奥特莱斯的春风直到2011年才到。2011年9月，宁波西部出现了新商业，杉杉商业集团就是在这里开始了地产征程。2020年7月，杉杉奥莱全国版线上商城正式上线，开始深挖社交电商，通过直播、短视频等形式最大程度的将公域流量转化

### 腾笼换鸟的实业转型

“地瓜经济”是浙江创新形成的市场和资源“两头在外”的高增长模式。杉杉作为“地瓜经济”的推动者之一从曾经的服装大王，到如今的锂电、偏光片巨头，是一个转型跨界成功的“地瓜”。

上世纪90年代，改革春风吹满地，与世界接轨的中国百姓，渴望能有一件西装。正是在这样的背景下，杉杉品牌站上风口，在西服市场的占有率曾经达到37.4%的高点。杉杉股份在1996年挂牌A股上市，

是中国服装行业第一家上市公司。就在其势头正猛的时候，公司开始谋划转型，布局新能源行业。1999年，杉杉股份成立上海杉杉科技，正式进军锂离子电池负极材料产业。随后在2021年成功并购LG化学偏光片，成立杉金光电。目前已成为国内负极材料领域头部企业。在新能源汽车行业快速发展的背景下，杉杉股份刻苦经营二十余年后发展最终迎来了质的飞跃，公司营收和净利润均实现暴涨。2022年杉杉实现营业收入217.02亿元，同比增长4.84%。



为私域流量，打破商场的时间和空间限制，杉杉商业集团正式开启双赛道征程。

之后，杉杉集团商业地产板块的重心落到了杉杉生活上面，商业地产综合运营商杉杉生活开始走到台前，其商业地产项目目前已遍布宁波、舟山和嘉兴等地。除此之外，杉杉依旧在地产领域高度活跃，牵头打造“宁波中心”这一地标性建筑，宁波中心大厦真正成为“宁波第一高楼”，是杉杉打造的全世界超高层建筑精品，也是杉杉集团在不动产投资中的重要项目和品牌理念的深刻体现，成为宁波的国际化名片。

杉杉“地瓜”式发展有三个核心，一是产业创新，于是有了杉杉普陀天地·观云这样的创新项目；二是链接主流消费人群，从最早的奥特莱斯到现在的新中产，一直都在积极链接主流消费者；三是洞察

消费趋势，人群的链接背后，是对未来商业趋势的精准洞察与落地。


### 开启“多业”护城河

杉杉，更被形象地比喻为“藤蔓型企业”，活跃在海内外各大城市，勇于探索，走出了一条属于自己的发展之路，并使“地瓜经济”藤广根壮。在这个过程中，除了这些吸取了养分的“藤蔓”，也正热络地与“块茎”之间进行深度互动。杉杉除服装、新能源材料、地产等板块，还布局了医疗、物流等多个产业板块，其中，健康医疗、贸易物流是杉杉重点培育的新兴产业之一。

2015年杉杉医疗正式成立，由此开始逐步切入医疗领域。2015年11月，杉杉医疗完成第一家医院的收购，随后上海君康医院开工建设，一年后，杉杉首家医院上海君康医院启用。同时2017年杉杉医疗全

资收购无锡华清医院。这是继君康医院之后，杉杉医疗在长三角地区又一重要布局。作为一家二级综合医院，华清医院开放床位200张，功能涵盖医疗急救、预防、康复。

在贸易物流上，于2010年12月组建杉杉物产集团，专注于经营大宗商品贸易，贸易规模在业内处于领先地位，致力于成为具有国际竞争力的大宗商品贸易商。

杉杉的“块茎”深深扎根宁波，发展“藤蔓”遍布全球和不同的领域，杉杉早已从单一的服装拓展为横跨五大产业领域的商业“帝国”。“地瓜经济”释放着巨大能量与无限潜力，发展“地瓜经济”，不仅要选好“种子”，也要耕耘好“土壤”，唯有如此，“地瓜”才能越种越甜。这便是“地瓜”杉杉成功的秘诀。

# “地瓜经济” 宁波 藤蔓

## 太平鸟：跨界领军，“瓜果”可期

太平鸟坚定品牌创新，坚守实体经济，坚持将数字化转型、“地瓜经济”模式等打造成企业迈向未来最坚实的底座，为中国时尚产业的发展注入蓬勃动力。

### 甬产“地瓜”

**地瓜企业：** 太平鸟集团有限公司

**创建时间：** 1995 年

#### 衍生地瓜

**服饰品牌：** 太平鸟女装、太平鸟男装、乐町女装、Mini Peace 童装、AMAZING PEACE、MATERIAL GIRL 女装

**家具品牌：** PEACEBIRD LIVIN’

**贸易品牌：** 鹏源供应链

**跨境电商：** 气泡科技

**汽车品牌：** 途众好车

**新材料制造：** 有象科技

BIRD LIVIN’ 是太平鸟旗下首个时尚生活家居品牌，早在多年前，太平鸟就开始了多品牌战略布局——太平鸟女装、平鸟男装、乐町女装、MATERIAL GIRL 女装、Mini Peace 童装。太平鸟在继续巩固男装、女装核心品牌市场地位的同时，持续加大新兴、培育品牌的调整、培育力度，实现多品牌协同发展。

事实上，PEACEBIRD LIVIN’ 门店产品种类丰富，拥有 SKU 总数近 3000 个，产品涵盖家纺类、餐厨饮具类产品结构。

PEACEBIRD LIVIN’ 家居馆的开出，正是太平鸟联动发展的重要一步。

### 突破风口，电商贸易品牌“起飞”

太平鸟是影响宁波区域经济“晴雨表”之一，也是当地企业群体代表。面对新一轮

### 跨界家居，迎接“爆款时代”

在新经济环境、消费升级、零售变革等背景下，太平鸟的发展模式紧随时代、与时俱进，早早着手建立品牌宁波总部，前瞻性地把总部经济作为“地瓜经济”的典型形态和推动经济增长的重要模式。

作为国内服装行业的老兵，太平鸟从宁波起步，成功飞到纽约时装周、巴黎时装周，也正努力飞向全球。近年来，太平鸟凭借转型迭代一度逆势增长，已发展出太平鸟女装、太平鸟男装、乐町少女装、

Mini Peace 童装等多个品牌，领跑时尚行业。

太平鸟品牌创立于 1996 年，经过 27 年的发展，已成长为以品牌的创意研发、时尚设计和全网营销为核心的综合产业集群。先后获评全国纺织工业先进集体、国家工业设计中心、全国供应链创新与应用示范企业、国家级两业融合试点企业、浙江省首个供应链协同创新综合体等荣誉，连续 13 年入选全国民营企业 500 强，位列中国服装行业百强第 5 名。

同时，太平鸟也跨界家居业。PEACE-





高质量发展，太平鸟以本土为大本营，积极“走出去”“引进来”，打造吸引外资“强磁场”，进一步巩固外贸回升向好势头，加快形成更具韧性与活力的“地瓜经济”。

海外布局方面，太平鸟启动出海计划，依托中国供应链完善和自身品牌优势，自建跨境电商平台，将中国时尚和中国制造放至全球，实现内外双循环。从跨境电商入手，向国际市场进军，市场的国际化拓展能够让太平鸟的潜在消费者规模从14亿扩大到70亿。

以宁波品牌总部为中心，深度融入国内国际双循环。太平鸟通过“内生增长+投资并购”并轨运行的策略，启动出海计划，收购跨境电商平台——ChicPoint。目前，该平台已跻身中东地区电商购物平台前三，覆盖中东、北非等地区1000多万用户，2022年完成GMV近6000万美元，同比增长近200%，带动了国内1000多家供应链企业共同发展，预计未来1-3年业务将继续保持100%的高速增长。

以宁波品牌总部为中心，协同带动供应链。太平鸟作为全省首个供应链协同创新综合体，目前与全国200多家核心成衣及

面料辅料供应商合作，年采购金额达50多亿元，省内合作商及采购量占比均超50%。在协同发展上，太平鸟不仅将市场洞察及消费者分析赋能供应商，还带领一些合作伙伴通过建立智能化生产车间、大数据可视化平台、研发团队等手段，促进双方合作规模从几百万增至数亿元。

### 继续加码，品牌突围新领域

升级版“地瓜经济”，为太平鸟未来的布局指明了方向和路径。“地瓜经济”是太平鸟由小做到大，由大做到强的一个“秘诀”，背后隐藏的是开放地抓经济、搞发展的思维方式。“制度型开放”的高度、数智科技应用的维度和总部服务经济的跨度将推动浙江走向“地瓜经济”的新境界。

太平鸟集团经过20多年的发展，已成为一家以服饰品牌的创意研发、时尚设计和营销为产业核心，协同发展二手车交易及后市场服务、供应链贸易、高端制造等投资业务的综合性产业集团。有象科技是太平鸟集团向高端制造业务迈出的崭新一步，也是太平鸟集团积极响应宁波市建设“361”万千亿级产业集群所进行的战略布

局。有象科技已成为太平鸟集团战略版图中的重要一环。

有象科技是一家致力于研发、生产和销售高端金属精密箔带制品的公司，产品线涵盖多品种精密箔带制品。2019年年产1.5万吨精密箔带制品项目占地79.5亩，设计产能为1.5万吨，总投资3.5亿元，年产值4亿元。

除了布局新材料制造，太平鸟还将“藤蔓”延伸到二手车领域。2015年太平鸟自建了二手车电商平台“途众二手车”，欲打造浙江线上线下联动的汽车SHOPPING MALL。而太平鸟集团早在2006年就已拥有自己的汽贸公司“途众汽贸”，主要提供二手车鉴定评估、置换、交易等一站式服务，曾进入二手车交易市场百强之列。

在外界看来，太平鸟进入二手车市场与其本来的服饰领域不沾边，但这也意味着二手车未来潜在的巨大空间。

太平鸟，作为“地瓜经济”代表企业始终坚持由“贸行天下”向“产行天下、智行天下”的跃迁思路。深化“地瓜经济”战略在全球范围内的落地，成为“地瓜藤蔓”延展全球的主力军。■

## 博洋：服装地瓜的裂变力量

作为一个年满 28 岁的品牌，博洋如何在激烈的市场竞争中保持自己的品牌活力？博洋给出了属于自己的答案：创新求变，形成“地瓜经济”发展的倍增裂变效应。

### 甬产“地瓜”

**地瓜企业：**宁波博洋控股集团有限公司

**创建时间：**1995 年

#### 衍生地瓜

**家纺品牌：**博洋家纺、博洋七星、素寐、博洋生活、博洋家居  
博洋宝贝、艾维婚嫁、棉朵、喜布诺、博洋美家

**服饰品牌：**唐狮、德玛纳、果壳、万索、艾夫斯、德玛纳牛仔  
Steve&vivian、优思缇、华尔思丹、DESSO、电台司令  
唐狮童装、佑伊

**家电品牌：**博电西松、崎立、SrueHome

**文旅品牌：**遂昌神龙谷、龙泉白云岩

**产业园：**创客 157 创业创新园、博洋智谷广场、前洋 26 创业园、  
大昌 1885 时尚数字产业园、郎官驿创意社区

而要坚持 28 年则需要不断创新与定力。

博洋家纺因时代而变，2017 年创建家纺行业奢侈品牌——博洋七星 BEYOND SEVEN STAR 品牌，为博洋家纺的多元化品牌体系，奠定了良好的开端和先河，2019 年，创立年轻人家纺潮牌——博洋生活 BEYOND LIVE 品牌，形成家纺品牌矩阵并持续进行升级。2021 年，博洋家纺创立博洋窗帘品牌，从家纺产品行业过渡到寝具家纺+寝室窗帘的系统化家居模式，让家纺床品与家居窗帘有机结合，相辅相成，达到销售共赢的新局面。

如今在家纺板块，已有博洋家纺、博洋家居、博洋生活、博洋七星、艾维、棉朵、乐加、博洋宝贝等不同定位的品牌，产品体系持续完善，市场规模与日俱增。

博洋多年来深耕家纺领域，壮大“地瓜根茎”的同时，不断向外延伸“地瓜藤蔓”，藤蔓延伸处又结新瓜。

### 深耕家纺 沉淀“根基”力量

在宁波，“博洋”可谓家喻户晓。作为家纺行业领导品牌之一，1994 年，博洋家纺在国内率先提出“家纺”概念，并以自主品牌身份进入国内市场，此举带动中国纺织行业协会在次年全面导入“家纺”这个行业名称。

凭借企业多年加工欧美、日本国际家纺名牌的经验，靠着以设计牵头，纺织、织造、印染、缝制一体配套的优势，博洋集团一开始便向国内市场推出品位高、工艺精的室内装饰纺织品，很快在家纺市场上成为独树一帜的大众品牌。

一时成为用户的心头之好也许容易，

### 多点开花 培育品牌果实

博洋推动“地瓜经济”扩面延展，始于第一个品牌“博洋家纺”，如今，博洋多点开花，以品牌、研发、营销为导向，先后创立“唐狮”、“艾夫斯”、“德玛纳”、“果壳”、“YSO”、“DESSO”、“华尔思丹”、“mt”等休闲服、家居服和女装三大板块





十几个针对不同细分市场的服饰时尚品牌。

每个品牌都具备独立完整的设计、生产、营销体系。博洋旗下拥有十余家全资子公司，涵盖品牌、生产制造、销售、物流等服装全产业链。

譬如伴随着每一个80后成长起来的中国休闲服饰一线品牌——“TONLION唐狮”，通过多年适应时代的裂变后，唐狮突破传统模式的限制，已成为中国年轻消费群体专属的潮流国民品牌。

根据不同人群的定位，唐狮开发了三条不同的产品线，购物中心时尚店、街边店、商超优选店三大渠道方向，在推动渠道加速升级的同时，唐狮亦通过创新的时尚风格、优越的产品品质以及户外运动、时尚潮趣、街头学院等多元化主题呈现进一步提升品牌软实力。此外，唐狮与猫和老鼠、史努比、非人哉、宝可梦等梦幻IP的跨界联名也戳中了一众消费者的时尚兴趣点，引发了较好的反响。

如今唐狮在国内服装行业中销量位居前列，品牌估值达64.26亿元人民币，成为中国500最具价值品牌之一。

唐狮作为博洋不断向外延伸的强劲藤

蔓，它的成长不仅需要充足的养分，还要保证充足的水分。而创新与质量，就是最需要的就“活水”。

早在2018年，博洋服饰就专门打造实验中心，并引入多种先进大型仪器设备及多名优秀专业检测人才。其中，实验区主要分为接样制样室、恒温恒湿室、化学分析室、色牢度洗涤室、评级室等。中心承接纺织品化学检测与物理检测，目前主要服务于服饰集团下属品牌子公司，为整个集团原材料和生产成品质量把关提供准确的检测分析，协助品牌生产部门做好品质管控的同时，为旗下产品研发和投入提供了专业性数据指导。

### 跨界投资 “反哺” 地瓜根茎

如今，博洋历经60余年发展，逐步发展为以家纺、服饰、小家电三大实业为主导，空间、金融、创服、工业、物产五大产业板块的大型综合产业集团。

从家纺行业到服装行业、小家电行业的不断延伸，从单一品牌到多元化的品牌战略布局。博洋发展的每一个关键时期、每一个关键步伐，都是不断突破自我、大

胆创新、“开枝散叶”的结果。

而博洋的产业投资也初具规模，近几年在纺织服装、小家电、旅游、金融、空间等领域进行投资，“购建”资产运营，实现企业跨越式发展。

譬如，博洋与日本外新锐设计研发团队联合打造的国际化生活方式的厨房小家电品牌SrueHome(西松生活家)，以减少资源消耗和凸显产品个性为开发导向，倡导简约、亲和的生活态度，为现代家庭打造时尚简约独特适用的高品质居家生活方式，面向每一位追求品质生活的消费者。

至今，博洋拥有神龙谷景区、白云岩景区等多个3A/4A级风景区，运营着创客157、博洋智谷、前洋26、新大昌、郎官驿等产业园，以及多个正在筹建的主题产业园。

除此之外，还有定位于时尚创意产业聚能空间、产业开放协作平台、时尚生活方式引领空间的NFCC时尚创意中心于2021年正式封顶，将于2023年竣工并投入使用。

多元并举的“藤蔓”交互成长，更有利于充分打通并嫁接各产业板块的优势，打造稳健增长、基业长青的博洋集团。■

# 中哲：“新零售男装第一股”的“地瓜经”

“地瓜经济”已进入 3.0 时代，浙江正成长出一批在全球细分行业具有影响力的领军企业，中哲集团作为其中一股优秀力量，正在不断汲取能量，扎根发展。

## 甬产“地瓜”

**地瓜企业：**中哲控股集团有限公司

**创建时间：**1998 年

### 衍生地瓜

**洗护品牌：**大象洗衣

**服饰品牌：**GXG、gxgjeans、gxgkids、MOVBAIN、MODE COMMUTER、TKY SHOP、青色 atelier intimo

**母婴个护品牌：**润贝舒 Unbeso

**科技品牌：**Freewings、Soundlab

## 多元发展“新锐藤蔓”

地瓜的汲取养分的多少，根本在于藤蔓延伸的能力。要想在更大的经济丛林中获得更多养分，不断地拓展藤蔓就显得尤为重要。

中哲从宁波起步，2007 年开创 GXG 品牌，2009 年，该品牌销售突破 2.5 亿元，2010 年创下了第一个中国品牌突破千万销量的纪录。

自此，中哲一路腾飞发展，开始多元化扩张，每隔两三年就推出一个新的子品牌。

2010 年，gxgjeans 上线，主打街头、潮流及牛仔；2012 年，gxgkids 上线，目

标瞄准 4-10 岁儿童，主打舒适；2014 年，瞄准 18 到 38 岁人群，推出运动休闲品牌 YAtlas；2017 年，引入澳洲运动品牌 2XU，并在天猫开设 2XU 旗舰店。

中哲实业与产业投资并进，横跨服饰品牌、大宗商品、消费电子、新材料与新能源、大健康、未来社区运营、产业投资等领域。现已发展和打造“GXG”“gxgjeans”“gxgkids”“YATLAS”“ONE MORE”“TKY SHOP”“大象洗衣”“优宿 YOUSU”“Free Wings 翼动”“艾贝 abyy”“dyplay”“润贝舒”“MIXSOUL”等数家时尚特色国内知名品牌，领跑时尚

行业。

2019 年 5 月，中哲慕尚在香港上市，慕尚集团是港交所第一个以新零售概念上市的企业，被誉为“新零售男装第一股”。

中哲的多元化扩展不仅体现在品牌培育和发展上，伴随着劳动力成本上升，服装成本增加，中哲将目光投向省外。

2011 年，中哲就把最大的服装生产企业移到了淮安，2021 年又在河南新建厂房，招工规模达 3000 人。从宁波到河南，将中哲的“藤蔓”伸向远方。

## 新能源孕育“跨界藤蔓”

汲取了养分和水分生长的“藤蔓”具备了前行的活力与动能，将在肥沃的土壤中强劲生长、枝繁叶茂。

对于中哲，离开“舒适圈”，从服装





行业跨界到新能源，正是其实践“地瓜经济”的生动体现。

2019年下半年开始，中哲开始“华丽转身”——向科学化和数据化转型。据中哲集团董事长杨和荣说，数据主要体现在经营、管理、营销方面，例如服装对市场的预测、集团内部的管理、大宗商品对市场的预测和研究等；科学化转型主要体现在行业上，中哲现在有两家新能源公司，瞄准了新方向。2021年，宁波中哲新能源科技有限公司成立。

“我们的新型商业化水基新能源电池很快就要面世了，这是世界范围第一种可以兼顾动力和储能使用的水基电池，主要用在大型的储能电站，也可以大规模替代动力领域铅酸电池。”创始人杨和荣坦言，这种电池的安全性与充放电性能特别好。因为是以水溶液作为电解液，代替了易燃有机溶剂，具有环保友好性。

不仅如此，每年中哲都会推出新项目，除了企业内生的创新，也有通过投资研发新品牌。例如研究水基电池的是加拿大滑

铁卢大学的一个华裔团队，杨和荣当年用了5000万把该团队带到了宁波。

如今，中哲新能源成为专业从事锂离子电池、模块成组、PACK/RACK、系统集成为一体的“储能+”智慧能源解决方案服务商。

### 园区孵化“强劲藤蔓”

不管“藤蔓”如何伸向四面八方，中哲的“根茎”始终在宁波这块土地上。

二十年来，中哲经营的业务已横跨服装品牌、大宗商品、消费电子、新材料与新能源、大健康、未来社区运营等六大板块，销售收入超过200亿元，跻身中国制造业500强、中国民营企业500强。

如何让“根茎”更加壮硕？培育和壮大更强劲的“藤蔓”？

中哲将目光投向了“产”与“园”的更新与迭代。

通过打造青年理想社区、智慧工厂、创客空间、青年公寓、创意街区等为一体的时尚特色综合体项目，打通中哲集团、

中哲产城资源双循环。现已打造了中创科技园、中哲都市产业园、中哲智慧工业园、中哲青创工场、中哲总部经济大楼等8个项目。

以中哲都市产业园为例，目前旗下已打造GXG、TKY、润贝舒、白小T等知名品牌。园区重视数字化建设，致力打造成品牌孵化、加速于一体的创新型数字产业基地，打造宁波KOL产业链、企业品牌、云物流管理、大数据运营、主播培训孵化为一体的数字营销生态圈。

其中，中哲旗下投资品牌“白小T”致力于打破传统服饰行业研发和销售思路，短短几年已坐上国内T恤单品头把交椅。2022年GMV超10亿，目前是抖音、天猫等平台品类TOP级选手。

伴随着投资与培育的“藤蔓”不断向外延展，中哲将有利的资源不断向内输送，未来将给“根部”更多成长的养分和向下扎根的动力。❖

# “地瓜经济”

## 宁波 藤蔓

## 得力：小文具蜕变为“大地瓜”

得力四十多年的发展，既是一场质的飞跃，也是一次创新的蜕变。在倡导“地瓜经济”大背景下，对得力来说又是一次“破圈”的机会，也成为得力向文创科技型企业转型的宝贵财富。

### 甬产“地瓜”

**地瓜企业：**得力集团有限公司

**创建时间：**1981年

#### 衍生地瓜

**主品牌：**得力、得力文具、得力办公

**背书品牌：**得力工具、得力益智、得力普乐士

**独立品牌：**集什、安格耐特、纽赛

### “地瓜”标杆， 从国民文具到综合性品牌

品牌不仅是企业发展实力的象征，更是国家经济发展实力的象征，是未来决胜国际市场的重要战略性资源。在大力发展“地瓜经济”背景下，中国品牌肩负着格外艰巨的时代发展重任。而得力更是“地瓜经济”飞速发展的样本。

始创于1981年的得力集团，正是新时代中国品牌创新变革、“地瓜经济”发展的代表之一。深耕文教行业40余年，得力通过持续不断的产品创新、科研攻坚、多元化产业布局，书写中国文创科技品牌硬实力，诠释大国品牌的责任与担当，向世界展示新时代中国品牌发展风采。

在得力，涵盖了得力、得力文具、得

力办公、得力工具、得力益智、得力普乐士、集什、安格耐特、纽赛的众多品牌。而多达20000+的SKU数，4000+的每年新品上市产品数量，共同构成了得力在文具王国里的广泛覆盖。

自2009年开始，得力在行业里率先开展了大规模品牌宣传，登陆央视、寻找形象代言人、努力于线上线下进行传播。这些创新之举，让更多人看到和选择得力，它构筑起来的品牌红利，直到今天仍然产生着影响。

在全球拥有无数粉丝的哈利·波特；超级英雄齐聚的DC正义联盟；陪伴无数年轻人成长的火影忍者；彰显大国科技实力的中国航天；在儿童心中有强烈感知的“汪汪队立大功”；以及备受女生欢迎的“音乐公主

爱美莉”；承载东方园林艺术文化代表作的颐和园等，都成为了得力探究Z世代心理，顺应年轻用户情感体验的切入点。

### 科技突围， 实现文具到科创的转型

在文具行业拥有巨大竞争优势的得力，早已不仅仅是“文具”这么简单。为响应国家推动“地瓜经济”的号召，得力率行业之先进入多品牌领先战略转型的智能化技术和产品的研发与制造领域，从单一的办公文具产业拓展至办公设备、数码打印、益智教学、五金机电、智能办公、云科技等智慧大办公生态等领域，通过实践探索制造企业转型之路，并在多个细分产业领域取得业内领先地位，守在“大地瓜”位置稳如泰山。





敢于破圈，从不设限。得力才能不断取得新突破。在如今的 B2B 电商集什商城上，得力已成为备受关注的电商品牌。在五金工具领域中，得力的市场份额也占据着非常重要的位置，实现了从多品类领先战略到多品牌领先战略转型，成为了享誉全球的综合品牌。

2022 年 8 月 12 日，一场主题为“破界而生，跨越而来”的发布会如期召开，它的主角是得力自主研发的彩色喷墨打印机。得力先进的数字打印技术也让其成为了中国首个同时掌握激光、喷墨两大打印核心技术的企业。用过硬的技术为品牌保驾护航，将创新与研发能力打造成得力的品牌核心竞争力，正是得力焕新升级的一张王牌。

得力同时深耕得力专业工具品牌，选择推出搭载自主创新研发“三电”技术的电动工具新品，主动进行全新的电动工具产品线布局、以及随之投产的得力苏州电动工具智能制造基地，这一系列主动的战略选择，背后自有深意。

在当下的全球电动工具行业中，正迎来锂电化、智能化变革的 2.0 时代。作为中国手动工具行业第一的得力，进一步推动工具全产业链布局的战略选择，必然是瞄准全球快速增长的电动工具市场。这个领域里的突破，将成为未来得力集团高质量可持续发展的下一个增长极和动力引擎。

### 多维布局，单一品牌升级典范

真正让得力转型成功的，不仅仅在于它在科技产品上的突破，更是因为其深耕多品牌领先战略转型，围绕主藤蔓将分支拓展到不同领域，从而让得力主品牌在不同行业根深蒂固，这便是得力玩转“地瓜经济”的绝妙之处。

得力推出的个性创意品牌：纽赛。为了跳出传统设计思路，得力选择另辟蹊径——由韩国、日本、德国三国设计团队共创品牌。联名 IP，到独创有风格、有新意的文具、生活和礼品品牌，得力作为文具制造商的制造能力依旧，而它的品牌内涵却获得了与时俱进的焕新。重要的是，这是得

力作为一家文创企业在消费市场上的重新亮相——每一次对消费者需求的成功捕捉，就是一次对品牌话语权的重塑。而正是在这种捕捉与重塑中，得力完成了对自己新内涵的充实。

政府、央企与大型民营企业，是办公用品需求大户。为了便于全方位满足客户一站式采购服务需求，得力推出了“集什”品牌。2021 年营收已超过百亿元规模，成为行业领先的专业数字化采购服务平台。

新锐家具品牌的得力普乐士、旨在帮助孩子探索潜能的益智教育品牌得力益智、以及致力于为青少年提供更多高品质体育用品的安格耐特……得力多产业布局的背后，是一个传统制造业品牌，通过技术突破、前瞻和敏锐的市场意识、主动提升附加值等策略，沿着多产业布局的思路，最终找到科创企业新定位的完整样本。

而在这种升级中，得力的定位也悄然发生了变化——它迈出了从“中国制造”到“中国智造”的一大步，从一家文具生产商，跃迁为一家多品牌集合的“地瓜”企业。<sup>[1]</sup>

## 方太：高端厨电“地瓜”培育记

作为国产厨卫第一龙头，方太秉持着“因爱伟大”的品牌主张，以“地瓜经济”的藤茂根壮，不断重构中式烹饪产品，让浙产“地瓜”的藤蔓通达全球。

### 甬产“地瓜”

**地瓜企业：**宁波方太厨具有限公司

**创建时间：**1996年

#### 衍生地瓜

**厨电品牌：**方太

**集成家居：**柏厨

**清洁品牌：**米博

**服务品牌：**方太至诚服务

**生活方式和幸福服务品牌：**方太幸福家

**文教品牌：**方太文化研究院

### 让“地瓜经济”落地生根

谈及中国厨电，方太无疑是家喻户晓的品牌。

在方太创立之前，方太集团董事长兼总裁茅忠群经过一番调研，发现欧美的油烟机不能很好地解决中国厨房油烟大的痛点，因此把生产一款适合中国市场的油烟机作为目标。

在这样的背景下，1996年，方太推出的第一款产品“A型机”，售价比当时市场上最贵的机型还要高出20%，但在上市当年就取得了巨大成功售出3万台。

自此，如何为产品增添魅力，是方太一

直探索的课题。从15年的三合一水槽洗碗机、16年的极火直喷燃气灶、17年的智能云魔方、19年的集成烹饪中心、保留有益矿物质的M系直饮净水机……一路走来，方太深耕“空气、水、烹饪”三大基础科学领域，对产品不断进行调研和研发，一次次地破解了传统厨电的难题，突破厨电“无人区”，终于在2019年发布方太集成烹饪中心，开创性地以中心化布局打造烹饪场景中的“黄金三角区”，打破传统厨房空间逻辑，实现烹饪动线的合理规划。

作为一家以吸油烟机产品起家的厨电头部品牌，方太在净水领域也有着其深耕十余

年的专业性与引领性。

事实上，方太的净水技术和产品是后起之秀般的存在，早在2012年，方太就成立了净水项目，开启了净水领域的不懈探索。经过十余年的深耕，方太净水NSP选择性过滤技术如今通过中国轻工业联合会权威鉴定，达到国际领先水平，现已成为中国净水品牌走向国际的一张名片。

不断研发与突破的过程，犹如地瓜不断扎根于沃土之上，方太在高端厨电的领域成功种下了属于自己的“地瓜”。

### 让“地瓜经济”开花结果

地瓜在快速生长期，不仅需要充足的养分，还要保证充足的阳光和雨露。对于企业而言，创新是核心竞争力，是发展的“阳光雨露”。

不打价格战，走高端创新之路，是方太





一直以来坚持的理念。2021年，方太推出了第二代集成烹饪中心，在吸烟科技、烹饪科技基础上，集成制冷科技，推动了高端集成厨电的发展。在洗碗机相关科技领域，方太已获得439项国内专利、83项发明专利、18项国外专利。方太还与华为在生态研发和标准制定等多个领域达成深度合作，联合共创物联网智能家居新生态。比如，搭载鸿蒙系统的智能社交烤箱，给消费者带来更高效便捷且富有乐趣的烹饪体验。

为了支持产品创新，方太完善升级了自身的生产模式与供应链。通过“1+5+N”全流程网络协同智能制造新模式，即建设1套方太集团中央控制系统，搭建研发设计、计划、供应链、制造、销售及售后五大协同制造平台，以及覆盖冲压、焊接、部装、总装、仓储物流等制造流程和环节的N个可复制的智能制造示范工厂，从而提升生产效率、降低运营成本、缩短产品开发周期等。

为了用创新科技更好地服务于亿万家庭，方太步履不停，“藤蔓”始终锐意向前，推出立足“高端清洁电器专家”的新定位的

子品牌米博。米博传承自方太的油烟机科技，在2022年以“无滚布洗地机”的问世，昭告着无布清洁时代的到来，成为清洁电器赛道的一匹黑马。

在厨电之外，由方太投资的博地（宁波）现代影视基地2017年落户北仑，如今已经成为北仑影视文化产业发展的重点载体，形成了以博地影秀城为产业平台，以内容为核心，以产业化发展为引擎，以影视基金、影视基地、影视制作板块为重点的影视全产业链平台。

2022年，博地影视文化产业园累计入驻企业1027家，出品、制作、孵化各门类影视作品80余部，年均接待拍摄剧组数量及年均产值在全国同类型影视基地中位列前三。


## 让“地瓜经济”枝繁叶茂

方太将藤蔓伸向海外市场，是当下宁波企业做大做强“地瓜经济”的缩影。地瓜的藤蔓伸向四面八方，但根茎还是在这块土壤上，藤蔓是为了吸取更多的阳光、雨露，发挥更多的光合作用。

2002年，方太进入马来西亚、巴基斯坦市场，率先开启方太国际化之路。

2012年进入美国市场。在北美，人们对家电、家具都崇尚DIY精神，所以方太的产品中会提供安装图纸和视频，让买家即使自己动手安装，也完全没有难度。而有服务合作的地区，目前已经覆盖：丹佛、费城、旧金山、洛杉矶、马里兰、休斯顿、亚特兰大、波士顿、纽约、新泽西、圣地亚哥、西雅图、拉斯维加斯、达拉斯、芝加哥、奥兰多、坦帕等。和国内一样，安装费用与产品费分开，单独与安装师傅结算。

2017年，在方太登陆美国五周年期间，方太与北美当地的自媒体、站外平台还专门做了面向北美华人的一系列“免费体验”、感恩节折扣、双十一等活动，在海外把品牌营销玩得像主场一样。

迄今为止，方太海外业务已遍及美国、马来西亚、泰国、新加坡等20多个国家和地区。通过在海外市场不断进取，方太汲取更多养分，使得块茎愈发壮大，“地瓜”越耕越甜。

## 均胜：汽配界的资本“地瓜”

在“地瓜经济”迈入3.0时代的当下，从强调“走出去”到“既要走出去也要引进来”。均胜将“地瓜经济”作为重要抓手和着力点，依托外向型经济优势，企业“走出去”取得积极成效，宁波均胜跨国指数这一单项指标位列全国第一。

### 甬产“地瓜”

**地瓜企业：**宁波均胜电子股份有限公司

**创建时间：**2004年

#### 衍生地瓜

**智能车联：**均胜电子、均联智行

**新能源管理：**普瑞

**汽车系统：**均胜群英、均胜安全

### “地瓜”雏形隐现

地瓜经济并不局限于同一概念，其本质也在被更多的其他地方的企业所运用着。均胜就是其中一个例子。“地瓜经济”用于企业，意在强调创新产品，满足不同消费者的需求，实现根系扩展，实现长足发展。发挥均胜“地瓜经济”的既有优势，通过智能技术，构筑在不同领域“地瓜经济”的新藤蔓，推动均胜再上一个新的大台阶。

深耕汽车座舱领域超20年，均胜凭借过硬的产品力，悄然拿下上千万辆汽车的装载量，客户遍及全球主流车企。堪称智能座舱领域的隐形冠军。

均胜的汽车电子业务起步早、布局广。自2011年成功并购德国普瑞后，均胜电子开始涉足汽车电子，成为全球汽车电子部件

领先提供商，目前已全面布局智能座舱、智能驾驶和新能源管理三大业务，顺利赶上了汽车电子化、智能化风口。均胜今年第一季度交出了不错的财报：营收132.22亿元，同比增长了12.7%，实现归母净利润2.00亿元，同比去年增加3.58亿元。

与众多新进的玩家不同，均胜电子旗下子公司均联智行早在1997年就入局汽车座舱领域。2020年均联智行成立，并与激光雷达领先供应商图达通合作，2021年公司设立新能源研究院和智能汽车研究院，着手布局新能源与智能化。均联智行未来还可将车机和导航、驾驶辅助、移动通信和驾驶员监控等其他功能集成在智能座舱域控制器上，通过人机交互控制整个系统，并通过软件、生态应用及空中下载OTA升级使座舱

变得更主动、智能和人性化。

2022年11月，均联智行宣布与华为签署全面合作备忘录。共同打造基于智慧出行HiCar平台的整体产品解决方案，共同拓展市场。目前搭载合作产品的量产车型已在研发中。均联智行已从提供单一模块或系统迭代为覆盖域控制器、操作系统、人机交互、中间件和应用层算法的智能座舱整体解决方案。

### “并购王”转为“大地瓜”

“地瓜经济”已经进入了3.0时代，浙江正成长出一批在全球细分行业具有影响力的隐形冠军企业，他们在全球供应链重构中走出去时，并不是简单的“搬家”，而是分工调整，是升级。均胜便是如此，越来越向高附加值、高端方向升级。种“瓜”得“瓜”，均胜深谙其道。

自2020年起，中国汽车出海实现了“加速跑”，从100万辆快速跃升至300万辆。预测2023年我国汽车出口规模将达到400万辆水平。伴随车企出海浪潮，国内不少供应链企业也逐步开启海外布局。

早在12年前，正当国内车市尚处于黄金增长长期时，有这么一家中国零部件企业开始将目光盯向了海外，凭借一场漂亮的并购一夜成名，并快速打开了全球化局面。它就是于2004年成立的均胜电子，而被收购的





则是拥有百年历史的德国企业——普瑞。

均胜和普瑞携手共步，开创了“1+1>2”的双赢局面：均胜电子营业收入从20亿元增至近500亿元；行业地位也快速攀升，在2023全球汽车零部件供应商百强榜中位列第40名。而融入中国血统的普瑞一路高歌猛进，年营业收入翻了4倍，增长至17亿欧元。当中，智能化、电动化相关产品订单增长尤为迅猛。均胜普瑞2022年新能源管理系统实现主营业务收入约23亿元，同比增长约11%，剔除汇率影响后同比增长约18%。

无独有偶，均胜在拓展“地瓜”藤蔓的过程中，不止将目光放在了普瑞身上。回顾均胜群英的整个发展史，2019年3月，均胜电子旗下子公司均胜汽车电子与德国群英合并成为全新的均胜群英汽车系统公司。两者的合并，支撑着均胜电子功能件事业部越发强大。均胜电子收购Quin是非常成功的案例，日前，均胜电子将旗下均胜群英12%股权出让给香山股份，对价5.1亿元，均胜群英总体估值42.5亿元。这是继2020年12月，均胜电子把51%股份出售给香山后的继续出让股权。

完成一系列并购和战略的部署，均胜已经初步对外完成“地瓜”藤蔓的壮大和延伸，并成为具有“德国血统”的中国“隐形冠军”，并继承了德国“隐形冠军”的特质和“地瓜”经济属性，凭借强大的技术实力，走上从国内领先到国际领先的全球化、多元化发展道路。

### 再播种“地瓜”种子

像地瓜藤蔓一样延展，在开放中拔地而起，茁壮生长。均胜不断扩张、板块持续多元，着力成为时代杰出的企业。但唯一不变的是均胜始终深耕汽车领域，这就像地瓜，无论藤蔓如何向八方延伸，可“根”一直在“发芽”的地方，这便是均胜的成长路径。

过去，汽车被动安全行业的壁垒较高，外资企业凭借着先发优势，叠加技术、规模等方面处于领先地位，基本实现了对行业的垄断竞争。均胜汽车安全系统是均胜电子旗下的全球汽车安全领域的领导者，主要研发与制造汽车方向盘、安全气囊及安全带等汽车被动安全产品。

安全板块分别通过并购德国KSS、日本高田资产整合而成。日本高田成立于1933

年，是一家全球领先的汽车安全系统制造商，此次收购使均胜电子真正成为全球汽车安全领域的巨头，全球市场份额占到第二位。将高田在全球20个国家拥有的56个生产基地收入囊中。均胜电子作为首家中国企业跻身全球汽车零部件百强排行榜前三十行列。

凭借此前对KSS和高田的并购，均胜电子跃升为全球汽车安全领域的第二大供应商，全球市占率接近30%。因此承接了一批忠实的、大牌汽车用户，如本田、丰田、大众、奔驰、宝马等外资厂商，以及吉利、广汽、“蔚小理”等自主品牌及新势力品牌。

均胜安全在东南亚地区有较为成熟的布局，在泰国、印度尼西亚、印度、菲律宾都建有汽车安全系统生产制造工厂。截至2022年底，均胜安全亚洲区（除日本）拥有工厂及分支机构共有16家。

不论是走出国门、勇于并购，还是均胜钻研同一领域，都是为了精心培育经济发展这株地瓜。均胜成为数智化转型升级和迭代创新的先行者及引领者，将决定着未来均胜发展“地瓜经济”的层级和愿景。

# “地瓜经济”

## 宁波 藤蔓

## 麦克英孚：竞速地瓜新重法

作为国内“汽车儿童安全座椅”的引领者，麦克英孚坚持地瓜经济的模式，做深做大做强专业领域，不断延伸藤蔓，带来了更多的营养，让地瓜茁壮成长，引领了国内汽车儿童安全座椅制造和品牌销售行业的发展。

### 甬产“地瓜”

地瓜企业：麦克英孚（宁波）婴童用品有限公司

创建时间：1998年

### 衍生地瓜

宝贝第一、猫头鹰、袋鼠爸爸、宝得适

### 安全座椅的领头羊

深耕“地瓜经济”，需要把“根”做大。“地瓜”的核心在于“块茎”，把“根”做大的核心就是要发展好总部经济，培养企业核心竞争力，做到为我所有，壮大根茎。

麦克英孚就是这样一家从创立到现在25年始终如一日般坚持深耕汽车儿童安全座椅制造的企业。为了打造儿童座椅这一细分领域的地瓜版图，促进企业向全球化转型，提升企业在全中国范围内价值链的竞争实力，麦克英孚于2001年创立了自主品牌——“宝贝第一”。

做品牌的最初10年，过程异常艰辛。这也可以从销售数量中看出，2001年，公司销售额两千万，国内销量份额忽略不计，2010年一两个亿，国内销售份额只占5%，足见市场的惨淡。

转机出现在2012年，中国要着手建立

儿童座椅的国家标准。麦克英孚作为行业老大，自然而然地成为国标的起草单位之一。2012年7月1日国标颁布，市场出现了拐点，商家不能销售未通过标准的产品，客观上推动了行业升级。

从2015年开始，上海、深圳、山东等地陆续出台地方性法规，强制规定使用儿童安全座椅，自从立法出台，“宝贝第一”的销量不断增长，这也成为了麦克英孚下好地瓜经济这盘大棋的第一步。

### 多元化的藤蔓拓展

地瓜的汲取养分的多少，根本在于藤蔓延伸的能力。要想在更大的经济丛林中获得更多养分，不断地拓展藤蔓就显得尤为重要。麦克英孚在专注把地瓜经济的块茎做大的同时，也在不断拓展业务范围，进入多个业务领域，推动业务的横向多元化发展。

创始人徐立宏在电商市场如火如荼的情况下，决定抓住新技术和新商业模式带来的价值，自己组建电商团队。他又看中一位90后的电商平台创业者，不拘一格地邀请他共同成立合资公司，专为其开发“猫头鹰”品牌，面向90后群体销售，从产品设计到营销方式皆以小众、文青为差异化的突破口。

双电商平台运营之后，麦克英孚通过和消费者的互动，积累了丰富的数据，可以洞察消费者的喜好和需求，提供更为贴心的服务，而不仅仅是把产品一卖了之。

所有的付出都是值得的。次年的“双十一”就交出了漂亮的成绩单，双平台一天的销售额就超过一亿元。2016年4月才启动的“猫头鹰”品牌，如今的销售额正在逼近经营了18年的品牌“宝贝第一”。

通过“猫头鹰”品牌的开发，麦克英孚





尝到了“地瓜经济”越耕越甜的滋味，针对国内市场在品牌规划上做出清晰的定义，除了“宝贝第一”，还布局了“宝得适”“猫头鹰”“袋鼠爸爸”三个专业座椅品牌，基本涵盖了高、中、低各个层次定位，以满足不同消费者的需求。

### 跨界融合的新可能

发展地瓜经济只有“跳出去”，才能

天高地阔，获取更大的发展空间；只有“走出去”，才能任尔翱翔，激发更为持续的发展动力。在智能化蓬勃发展的战略背景下，麦克英孚积极寻求与其他领域的跨界融合发展，打造差异化竞争，让麦克英孚的藤蔓覆盖更广，受益越多，让根部的地瓜长势更好。

随着智能出行的逐步成熟，客户对私家车的体验感、智能化需求逐步代替了传统出行方式，麦克英孚在儿童座椅上的智联创新走在行业前沿，目前已跟奔驰、宝马、特斯拉、吉利、通用、比亚迪、蔚来等大型车企签订战略合作，将赋能智能出行更具体的应用。在2022年的Harmony OS Connect伙伴峰会上，麦克英孚作为华为鸿蒙智选战略合作伙伴，携“宝贝第一”创新产品亮相。

同时，麦克英孚积极寻求跨界合作来实现产品推广。2015年，麦克英孚与国内知名的共享租车平台——凹凸共享租车达成战

略合作，共同推出“宝贝计划”，用户通过凹凸共享租车APP下单，即可在活动的首发地上海免费体验麦克英孚旗下“宝贝第一”和“宝得适”的旗舰产品，凹凸共享租车的车管家会将安装好汽车儿童安全座椅的车辆送至用户指定地点，用户亦可同时免费体验其手推车产品。

内卷浪潮席卷儿童安全座椅行业，通过地瓜经济的打造，深耕儿童安全座椅领域，同时拓展多元化、差异化的市场，成长为今天站在头部阵营中的麦克英孚，不仅引领了儿童安全座椅市场的发展，也成为了业内打造地瓜经济的标杆品牌。<sup>[6]</sup>

## 天港：多品牌撬动“地瓜”热潮

从餐饮到酒店，从禧悦再到漫非，天港花了十余年时间完成多品牌的延伸拓展和转型，不断探索、变革，精心锤炼，2004年至2023年，从快速增长到实现弯道超车，是天港规模不断扩张的19年，更是天港深耕“地瓜经济”不断领先的19年。

### 甬产“地瓜”

地瓜企业：天港控股集团有限公司

创建时间：2004年

#### 衍生地瓜

酒店品牌：天港、天港禧悦、天港漫非

餐饮品牌：火凤祥、蛙二爷、锅里仙物

### 餐饮酒店双布局，为地瓜续蔓

天港坚持与时代同步，立足酒店、辐射餐饮、面向其他的发展轨迹与“跳出单一品牌发展”的“地瓜经济”不谋而合，在不同行业布局、壮大“地瓜根茎”的同时，不断向外延伸“地瓜藤蔓”，在跨界中转型。

天港的“地瓜”，不仅仅体现在餐饮，还涉及酒店、物业等领域。酒店板块稳业绩，餐饮板块做布局，物业板块抓拓展。达成多品牌战略、多领域发展形成天港的核心竞争力，增加顾客粘性，提高复购率，紧紧抓住“以客户为中心”的“牛鼻子”。

天港创建于2004年，横跨酒店、餐饮、食品供应链和物业四大领域，是一家综合性现代化服务业集团。2022年集团实现产值25.70亿元，位列浙商全国五百强、浙江省服务业百强、宁波市综合百强。

以餐饮起家的天港酒店集团，经过19年发展，拥有全服务中高档品牌天港禧悦酒店8家，有限服务中档品牌天港漫非12家。因良好的营收情况和区域品牌影响力，天港酒店集团成为进入2022宁波市综合百强的酒店服务企业，是宁波酒店业当之无愧的“排头兵”。

围绕餐饮服务，以品牌孵化与管理以及周围产品电商化为核心布局餐饮上下游产业链。2021年，天港依托收购餐饮品牌成立的饮食集团，是以品牌孵化与运营、食品食材供应链及周围产品电商化为核心的国际化餐饮连锁集团，现拥有“火凤祥”鲜货火锅、“蛙二爷”牛蛙火锅、“锅里仙物”高端海鲜火锅等餐饮品牌，已布局全国28个省市自治区，已开业200多家门店，筹建中100多家。

### 酒店细分品牌，为地瓜打顶

将藤蔓延伸出去，对于天港而言，是做大做强必经之路。地瓜的藤蔓向四面八方延伸，为的是汲取更多的阳光、雨露和养分，但它的块茎始终在根基部，藤蔓的延伸扩张最终为的是块茎能长得更加粗壮硕大。天港始终坚持立足酒店，多品牌、跨区域、连锁化，而酒店行业的迅速发展也同样反哺天港，打响知名度。

作为酒店业本土品牌，天港围绕中产人群需求，打造酒店新消费生态链，旗下拥有“天港禧悦”与“天港漫非”两大品牌。其中“天港禧悦”坚持中国传统文化的继承与创新，坚守餐饮文化的传承与发扬，从民族文化中汲取灵感，引领“创新中国风生活方式”，赢得了市场与口碑。2016年，“天港禧悦”品牌“2.0版本”正式推出，并实





现了品牌的迅速连锁扩张，为民族酒店品牌提供了“天港方式”。

纯餐饮起家的天港经历了从餐饮到酒店，再到多品牌跨区域发展的转型路径。天港企业高质量发展的序幕开始于“天港喜悦”品牌的创立，品牌定位聚焦商务接待和中产家庭消费，以“创新国风生活方式”为引领，为客户提供“高品质、高颜值、高性价比”的产品。在2012年八项规定出台导致酒店业变革时期，天港喜悦凭借着精准的市场定位，以及优质的产品和服务，成为酒店行业的一匹黑马。随后，天港将市场开拓到中高端精选酒店，创立了“天港漫非”品牌。

天港的两大品牌形成了多品牌、跨区域、连锁化发展的路径模式，促进企业的高质量发展。

### 按下餐饮赛道，为地瓜壮根

“打顶”是为了让地瓜茎叶茂盛，但最终目的是增强地瓜的光合作用，从而促进块

茎膨大。藤蔓再长，终究瓜落故土。以餐饮起家的天港，最终依旧重回故业。理解餐饮赛道的游戏规则，可以连续创品牌、出品牌、吸引流量。

“以宴会为主、散餐为辅、多样化经营”成为现在酒店布局餐饮领域的共识。就此，有着丰富餐饮行业经验沉淀的天港酒店集团具化“禧、聚、合”三大餐饮消费场景，打造酒店餐饮品牌，形成市民消费记忆。

“蛙二爷”以川系火锅为本，深耕美蛙鱼头火锅品类，不论是在运营团队上，还是在餐饮供应链上，都联合了火凤祥火锅团队共同打造。该品牌立足于“新国潮元素”的空间设计理念，由明星作为品牌推荐官，拉近消费者和明星的距离，共同打造美蛙品类新品牌。除了成功打造火凤祥以外，蛙二爷管理团队多数在餐饮行业拥有15年工作经验，一流管理团队，成功管理运营过国内多家知名餐饮品牌，累计经营门店数百家，营业额达数十亿。

天港更换主航道的背后，需要一个更加“短频快”的赛道来抢风口，这才是酒店企业纷纷加持“餐饮”赛道的潜台词。火凤祥已经从重视明星效应，开始转向回归餐饮本质，更加注重产品、供应链和运营等基本功。天港未来餐饮版图已经规划出了三条发展路径：一是，持续深耕中高端酒店餐饮，未来有希望将其模式复制到每一家天港；二是，继续打造天港自主研发的海鲜火锅品牌“锅里仙物”；三是，借助火凤祥的流量优势和品牌思维，后续开发火凤祥鲜货火锅、蛙二爷美蛙火锅等爆款单品，走规模化扩张之路。

在延伸“藤蔓”的同时，天港也不忘壮大“根茎”。宁波是浙江“地瓜经济”的样本之一，天港的成长就是“地瓜经济”的生动诠释。■

解密“地瓜”

# 只有“强”藤蔓才会有“好”地瓜 >>>

兰建平

中国区域经济研究会副会长、浙江省科协常委、浙商发展研究院高级研究员

20年来，从加入WTO、顺应全球化的时代大潮，到开启双循环、新格局的变化，面对国内外经济社会发展的新市场与新空间，新机遇与新挑战，浙江如何在中国式现代化的道路上，走出“地瓜经济”的新路径，是浙江始终在强藤蔓上下功夫，在链接上世界上做功课，着力打造最强的藤蔓，支撑地瓜经济更好地发展，在全球经济丛林彰显更好的风采。

## 在传统物理空间上“强”藤蔓

地瓜的汲取养分的多少，根本在于藤蔓延伸的能力。要想在更大的经济丛林中，获得更多的养分，不断地拓展藤蔓就显得尤为重要。现代经济的藤蔓，十分重要的形态的就是“链接”。从历史视角上看，如果在近200年历史方位上看，如果把中国比喻为东方睡狮的话，那么唤醒这头狮子、建立起与世界联系的最强“藤蔓”之一，就是宁波港。

为了更好地发挥宁波舟山港这个藤蔓的力量，20年前的“八八”战略中，就明确作出相关规划部署，做大做强港口经济这篇大

文章，一直是浙江强藤蔓、链接世界的重要内容。截止到2022年，宁波舟山港完成货物吞吐量超12.6亿吨，连续14年位居全球第一。

今天从宁波舟山港、大小洋山港、再到上海港，已经成为世界第六大城市群通往世界的最强藤蔓。

藤蔓在海上延伸，更在陆上丝路延伸。从宁波港、到宁波舟山港，再到长三角城市群；从东北亚最大的不冻不淤港，到义甬舟大通道，再到义新欧班列，新时代的海上丝路与陆上丝路，实现了完美的藤蔓延展。正是这种藤蔓的不断延展，为浙江的各种地瓜获得全球养分，提供了最强的渠道支撑。

## 在数字新空间上“畅”藤蔓

2003年，习近平主政浙江期间，亲自部署谋划了“数字浙江”战略，为迎接信息化、网络化、数字化时代奠定了坚实基础，由此掀起了之江大地在数字藤蔓延伸上的高潮。

如今，城市算力，是数字藤蔓的重要体现。经过新世纪以来二十多年的努力，浙江省算力规模达到8.86Efllops，拥有166个数据中心，大型、超大型数据中心28个，成为数字长三角网络的重要组成部分和强藤蔓最好的数字注解。

以数字化推进藤蔓建设，构筑数字藤蔓，努力实现硬件的自主可控与软件的系统



集成，让浙江与世界距离更近、联系更便、交流更畅。

### 在组织化程度上“织”藤蔓

浙商是“跳出浙江发展浙江”“地瓜经济”发展的实践主体。如何面向全球化时代，让更多的浙商从竞争走向竞合、携手走向更大的蓝海？

有组织的商会应运而生，浙江总商会与省工商联，成为了数字孪生。多年来，广大浙商发扬“四千精神”，走出去创业发展，藤蔓遍及全国乃至世界各地，呈现出规模化、集聚化、组织化、品牌化的“四化”特点。截止到2022年，在省外经商务企业的浙江人已有1172.05万人，与2016年（675万人）相比增长73.63%。其中，在省外注册的浙商企业164.26万家，与2016年（71万家）相比增长了131.35%。另外，除了在省外的这个巨大群体外，走向全球的海外浙商，共同构成了规模庞大的“浙江人经济”。

有组织的藤蔓延伸，织成了浙江更有效率的市场网络。可以说，浙江的产品、服务、项目到哪里，商会组织就延伸到哪里。如果说市场之手是无形的开疆拓土，那么商会之手就是有形的巩固阵地。

### 在构筑新规则上“筑”藤蔓

面对双循环、新格局，建立统一的大市场，国家成立了数据局。浙商的新藤蔓如何对接“2030年议程”中的可持续发展目标（SDGs）数据对于优化政策制定、应对当前全球挑战、打造营商环境至关重要。为寻找解决获取公平开放数据的方案，第四届联合国世界数据论坛上半年在杭州隆重开幕。大力推动“浙商”向“数商”转变，成为了浙商高质量发展的重要选择。


各种“国际藤蔓”不断向“浙”里延伸，也在很大程度上改变着浙商与世界对话的方式。全球500强，已延伸进浙江设立了9大机构。不仅仅是外资企业，更多的本土化国

际公司也以各种藤蔓，不断地向浙江延伸。如ICT领域创新代表性公司华为，把最能够代表未来的智能计算研究所设在杭州。杭州，全球创新策源地，在过去的10年，也成为了年轻人创业、就业的首选地。

### 在反哺根块上“翻”藤蔓

众所周知，地瓜的“藤蔓”在向外延伸的过程中，有着非常重要的“翻”藤环节。随着地瓜藤不断地向外延伸，藤蔓会在相对肥沃的地方“安营扎寨”，为了促进藤蔓对地瓜养分的导入，更好地抚育根块的成长，需要对藤蔓进行“翻”操作，确保藤蔓所吸收的养分可以持续地输送到“主根块”。翻藤蔓进化、确保地瓜茁壮成长为必不可缺的环节，更是“强”藤蔓的重要工程，因“翻”而“腾”（藤）进化，确保养分始终回流到根块，反哺根块发展壮大、茁壮成长为。以格兰诺维特在《弱联系的力量》中所描述的场景比拟，今天浙商走向外省、国外市场中得到的虽是“弱链接”，呈现出的却是“强关系”，这是对格兰诺维特的理论校准。

梳理历史，对比标杆，无论是外企的亚马逊、微软，还是本土的华为、阿里巴巴，都有着几乎相同的广告语：“一切因链（联）接而改变”，强大的藤蔓链（联）接，是实现资源优化配置最好的渠道，只有不断地“强”藤蔓，才会不断地结出“好”地瓜。

未来，将在物理空间、数字藤蔓上，更是文化上与规则上，将开启浙江与世界联系的新的篇章。

# “地瓜经济”

## 宁波 藤蔓

解密“地瓜”

## 共寻“地瓜经济”新解法 >>>

面对新市场与新空间，新机遇与新挑战，宁波如何从块茎到藤蔓、到枝叶汲取更多养分，做大“地瓜经济”，请看各界人士的建言献策。

### 彭佳学

浙江省委常委、宁波市委书记

在“八八战略”实施20周年之际，要全面认识“地瓜经济”的重要意义，责无旁贷扛起“开放大市勇挑大梁”的使命担当，以高能级开放引领高质量发展，更好服务和融入新发展格局，奋力走在高水平开放发展前列。

### 王永贵

浙江工商大学校长、党委副书记

推进浙江自贸试验区改革创新，打造对外开放新高地，就是壮大“地瓜经济”根茎的重要突破口。具体而言，可以把制度集成创新摆在首位，引领自贸试验区更高水平开放提升，并在大宗商品、新型国际贸易、航运物流、先进制造业等领域形成更多可复制、可推广的制度成果，加快建立以贸易投资自由化和便利化为核心的制度体系。

### 张延

宁波市商务局党组书记、局长、一级巡视员

发力“地瓜经济”，宁波在实践中须深刻把握三个具体要求。首先，坚持融入外循环与链接双循环有机统一。然后，坚持要素流动型开放向制度型开放跨越转变，形成“地瓜经济”发展的倍增裂变效应。最后，坚持“引进来”与“走出去”一体推进。与时俱进推动宁波经济与宁波人经济深度融合，不断拓展对外经贸合作的深度与广度，培育国际经济合作和竞争新优势。

### 陈建奇

中共中央党校国际战略研究院全球治理与国际组织研究所所长

当今逆全球化潮流来势汹涌，“地瓜经济”提能升级面临着全球经济减速分化的新形势。世界各国只有同舟共济，方能合作共赢。“地瓜经济”提能升级或许将为全球经济发展带来新的革命，创造新的动力。

### 张钱江

浙江省商务厅副厅长

“地瓜经济”的本质内涵是高水平对外开放，要牢牢锁定打造对外开放大省的目标；充分认识“地瓜经济”的基本逻辑是双向双循环，始终聚焦制度突破和产业提能两个落脚点推进更高水平开放；进一步吸取实践营养，利用好浙江企业开拓国际市场的生动样本，推动“地瓜经济”实践之树常青。

### 叶建亮

浙江大学经济学院教授、经济学系副主任

按照八八战略的指引，来“跳出浙江发展浙江”，以开放纾发展之困。要鼓励更多的企业出去开枝散叶，我们把土壤施肥施好，只要它的根在这里，走出去的越多，流回来的养分就越充足，“地瓜”的根茎就会长得越加粗壮。



## 张海燕

### 浙江金融学院国际商学院院长

“地瓜经济”提能升级需破解的三个重要问题，即当市场优势取代成本优势成为我国吸引全球资本的最主要的因素时，我们的市场运行体系需要做出哪些调整；当地缘政治取代地缘经济成为全球经济合作最主要的因素时，我们如何拓展发展空间；当供应链安全取代供应链效益成为全球生产格局最主要的因素时，我们如何确保“走出去”的是地瓜藤蔓。

## 邱建林

### 浙江恒逸集团有限公司董事长

我们将始终扎根浙江，在省内全面构建全球化、集约化和数字化的全球创新中心、全球总部中心、人力资本中心和营销结算中心，进一步做大做强总部经济，全力打造“地瓜经济”高质量发展样板。

## 胡成中

### 中国德力西控股集团董事局主席兼总裁

20年多来，德力西的年营收翻了10倍，我们的“藤蔓”延伸到了全国、全球，但“根”始终在发芽的地方。从我们的报表数据看，我们在家乡乐清不断追加投资，建设了智能化水平一流的湖头园区，向上下游企业共享精益生产、质量管理、行业最新技术趋势与解决方案，协同产业链发展，大约有七成营收、四成产值、六成纳税都是在乐清。

## 杜德海

### 宁波大叶园林工业股份有限公司墨西哥工厂负责人

浙江企业投资海外，一要输出现代化的管理模式，赢得本地员工的认可，稳定团队、保证生产；二要强化国内总部研发设计能力，为海外工厂提供强有力的支撑。

懂制造，更要懂得海外项目运营和管理。这是在全球配置资源的浙商需要掌握的新技能。唯有如此，浙江“地瓜经济”的藤蔓才能越来越粗壮，才能在与全世界合作伙伴的合作中行稳致远。

## 郭广昌

### 复星国际有限公司董事长

我认为“地瓜经济”有两层内涵。通过创新开拓，浙商企业的藤蔓伸向世界各地，充分汲取全球化的养分，并在新兴领域长出新枝。复星正是代表性浙企之一。创业30年来，复星立足上海、走向世界，“全球组织+本地经营”模式日趋成熟，40多家海外品牌企业稳步发展，不断拓展全球化的产业深度和人才广度。

因此，无论国内还是海外的“浙江人经济”，只要与“浙江经济”深度融合，都将极大提升两个市场、两种资源转化，通过高水平“走出去”闯天下与高质量“引进来”强浙江有机统一，实现乘数效应。

## 汪力成

### 华立集团股份有限公司董事会主席

现在的“地瓜经济”已经进入了3.0时代，浙江正成长出一批在全球细分行业具有影响力的隐形冠军企业，他们在全供应链重构中走出去时，并不是简单的“搬家”，而是分工调整，是升级。浙江也会由此越来越向高附加值、高端方向升级。

## 张江平

### 太平鸟集团有限公司董事长

在时尚产业成为增强城市能级和核心竞争力重要支撑的今天，太平鸟坚定品牌创新，坚守实体经济，坚持将数字化转型、地瓜经济模式等打造成企业迈向未来最坚实的底座，助力企业腾飞的同时，为中国时尚产业的发展注入蓬勃动力。

## 马红州

### 宁波南洋车业有限公司副总经理

我们把欧洲产生的效益带回浙江、带回慈溪、带回南洋，再投入研发，开发更好的产品。“走出去”赋能企业发展，让企业块茎更壮。

# 守正创新 数字赋能

## 2023 宁波市职业经理人活动日举行

8月12日,由宁波市职业经理人协会主办、宁波杜亚机电技术有限公司协办的“守正创新,数字赋能——2023宁波市职业经理人活动日”主题大会在宁波工业互联网研究院盛大举行。围绕数字融合赋能,本次大会分为“数字赋能,工匠筑梦”“数字智造,聚才汇力”“坚守创新,光彩绽放”三大篇章,助力打造“361”万千亿级产业集群,为宁波建设现代化滨海大都市贡献职业经理人的力量!

文 | 本刊记者 陈秘秘

### 提升“中国职城”经理人 助力“361”万千亿级产业集群

2023年,是贯彻落实党的二十大精神的开局之年,是“十四五”规划承上启下之年。现如今,宁波锚定“全球智造创新之都”新坐标,以“绿新高”为导向,聚焦“361”万千亿级产业集群的培育与发展,走深走实高质量发展之路。

大会伊始,十四届宁波市政协副主席范谊,宁波市职业经理人协会会长、宁波杜亚机电技术有限公司董事长孙宜培进行了致辞,他们对宁波职业经理人为宁波经济发展做出的贡献表示了肯定,并对经理人未来的发展寄予了厚望。精彩的致辞拉开了“宁波市职业经理人活动日”主题大会的序幕。

在新一轮科技革命与产业变革加速融合的当下,大会围绕“数字赋能,工匠筑梦”的主题对数字化经济发展进行了探讨。为了深入了解数字化转型这一全球经济发展的大趋势,积极推动数字经济发展,助力

数字宁波建设,在“宁波职业经理人大讲堂”环节,宁波工业互联网研究院常务副院长庄开宇和金蝶软件(中国)有限公司总部高级数字化转型顾问叶永青两位围绕企业数字化转型进行了《企业数字化转型实施建议》和《数字化经济趋势下的企业数字化转型之道》的演讲,让在座的职业经理人都受益匪浅。

作为“经济的操盘手”,宁波职业经理人将个体与时代相互深嵌,以奋斗者的名义,以向2023这个“全面贯彻落实党的二十大精神”的开局之年,中国改革开放45周年,浙江省决策部署“八八战略”20周年”献礼的名义……助推数字经济高质量发展,彰显职业经理人的使命和担当。

### 聚焦2022中国和宁波职业 经理人幸福指数

在中国经济的发展历程中,职业经理人作为最重要的职业群体之一,有着不可磨灭的贡献。我国职业经理人的幸福指数

与城市营商环境的好坏、与收入的满意度、社会认同和后天内在因素有着显著的正相关。在本次大会上,发布了2022年宁波职业经理人幸福指数报告和2022年宁波职业经理人幸福指数报告。

本次报告由全国职业经理人协会联席会议联合宁波工程学院研究团队,结合我国职业经理人发展实际情况,根据中外幸福科学的研究成果,设计了我国职业经理人幸福指数调查问卷,形成了2022年中国职业经理人幸福指数报告。

同时,在2021年调查基础上,2022年宁波职业经理人协会联合宁波工程学院研究团队,在全国职业经理人协会联席会议的指导与协调下,继续开展宁波职业经理人幸福指数调查,形成了2022年宁波职业经理人幸福指数报告。

报告显示,与2021年相比,样本量增加了47%,但是样本结构变化不大。年龄结构上,30-50岁占76%,比上年71%略高;性别结构上,男性女性之比



为 52.60:47.40，相比上年的 50.48:49.52，男性稍增；从业结构变化较大，如从事服务业的群体从 54.29% 降为 38.31%，从事制造业的群体从 15.24% 上升为 23.38%。大专及以上学历的近 96%，学历层次有所提高。从事职业经理人职业 10 年以上的占 42.86%，为最大比例，比 2021 年增约 10%。董事长、总经理等高层管理（技术）人员与中层之比约为 6:4。

根据调查，宁波职业经理人幸福指数中等偏上。调查群体中，感觉自己非常幸福和比较幸福的分别占到 19.48% 和 57.14%，其余为说不清或者不太幸福。折合 5 分制的幸福指数约为 3.86，高于中国企业家调查系统连续 10 年对企业家群体幸福感调查的幸福感在 3.46-3.78 之间（5 分制）的结论，也高于几年前宁波职业经理人协会所做的 4.99（10 分制）幸福指数结论，总体处于中等偏上水平，但低于 2021 年宁波的 4.05 和 2022 年全国的 4.05，这也与 2022 年宁波作为外贸依存度较高的城市受

到疫情冲击较大、经济形势复杂多变有关。

### 第八版《宁波职业经理人发展白皮书》发布

在“2023 宁波市职业经理人活动日”主题大会上，第八版《2023 宁波职业经理人发展白皮书》如期面世。

“白皮书”犹如职业经理人发展现状“圣经”一般的存在，已经连续发布第 8 版。它权威地分析了宁波职业经理人群体发展的现状和趋势，并对我国职业经理人的未来发展之路做了理论和实践上的探讨和思考，同时罗列了近年来宁波职业经理人的重大活动足迹，收录了一众宁波职业经理人代表的声音以及这两年宁波经理人荣获的荣誉等。宁波的职业经理人队伍日益壮大，其发展势头方兴未艾，无疑已成为宁波经济界不可小觑的人才力量。

此外，白皮书还一针见血地指出了宁波职业经理人发展中的主要问题，包括存量队伍素质偏低、高层次职业经理人资源

紧缺、发展环境欠缺、流动性较强等等。可以说，这本白皮书对宁波的职业经理人群体进行了全方位、各角度、深层次地解读，是宁波职业经理人发展的指明灯。

### 四大服务赋能 新一批杰出职业经理人诞生

为了更好地推进宁波市职业经理人队伍建设，促进宁波经济发展，本次大会通过总结职业经理人在宁波经济发展建设中的重要作用，概括出了数字、金融、知识、健康“四大赋能”，为助力“中国职城”发展提供了方法论。同时，围绕“数字赋能”“金融赋能”“知识赋能”“健康赋能”新增了一批助力“中国职城”服务合作单位。新一批的合作单位将与协会一起，共同为宁波经理人提供更好、更丰富、更优质的服务。

在过去的一年里，宁波涌现出很多杰出职业经理人，为了表彰在宁波经济发展中有卓越贡献的职业经理人，“宁波市杰出职业经理人”评选每年举办一次。今年，



依旧有很多的职业经理人踊跃申报，经过推荐、申报、专家评审，最终诞生了8位“2023宁波市优秀职业经理人”和8位“2023宁波市杰出职业经理人”。对他们而言，这不仅仅是一份荣誉，更多的是一份沉甸甸的责任，这一份荣誉将鼓励杰出的职业经理人们在未来创造更大的价值。

## 职业宣言

### 与企业共成长，在宁波赢未来

作为职业经理人聚会的“经典曲目”，本次大会上宁波泓宇仁禾股份投资基金管理有限公司销售总监赵晨含、华纳圣龙（宁波）有限公司运营总监麻桂杨、浙江众信人力资源服务有限公司总经理杨培、环发讯通（天津）国际货运代理有限公司宁波分公司总经理章群、宁波北城绿地铂骊酒店总经理章明念5位职业经理人先后上台，围绕自己的职业经历与成长讲述了《跨行业创新：从金融服务到预制菜》《双XIN伴我成长路》《一个职业经理人的跨行突破》《航运物流的守成创新》《款客业与服务业》五个职场故事。故事或许不同，但很多感受相通。

活动的最后在《与企业共成长，在宁波赢未来。我们，准备好了！》的宣言声中落

下帷幕。就像宣言中说的那样：去行动、去坚持、去相信、去创新和创造，去履行使命担当，去融入奔竞的时代大潮，去与这个时

代同频共振、肝胆相照。让我们向每一位职业经理人致敬，让我们向每一位努力拼搏的职业经理人献上最衷心的祝愿！

## 2023年度宁波市杰出职业经理人

- 李晓儿 数字宁波科技有限公司总经理
- 吴桐 宁波广源忆江南酒店有限公司总经理
- 杨培 浙江众信人力资源服务有限公司总经理
- 麻桂杨 华纳圣龙（宁波）有限公司运营总监
- 赵宁 浙江杰博人力资源股份有限公司总经理
- 周鑫 宝略科技（浙江）有限公司副总裁
- 章群 环发讯通（天津）国际货运代理有限公司宁波分公司总经理
- 章明念 宁波北城绿地铂骊酒店总经理

## 2023年度宁波市优秀职业经理人

- 丁志华 浙江华恒电力科技有限公司执行董事
- 马超鹏 浙江寇拉文化传媒有限公司艺人开发部总监
- 张婷婷 君云信科商业管理（浙江）有限公司总经理
- 戚增荣 宁波荣胜网络科技有限公司总经理
- 屠凯 浙江和宸环保科技有限公司副总经理
- 楼军杰 浙江汉君金属制品有限公司副总经理
- 蔡聪聪 浙江吉润梅山汽车部件有限公司人力资源经理
- 赵晨含 宁波泓宇仁禾股份投资基金管理有限公司销售总监

# 宁波经理人立下“与企业共成长”宣言

## 与企业共成长，在宁波赢未来

无边光景时时新，又踏层峰望眼开。

在新一轮科技革命与产业变革加速融合的当下，从企业到产业，从城市到国家，都在抢抓新机遇、扩展新赛道、培育新动能；

党的二十大，擘画好了中国式现代化的蓝图，让你，让我，让他，未来可期、有梦可追。

功成不必在我，建功必须有我。加快发展数字经济，推动经济高质量发展——徐徐铺展的精彩画卷，那么值得期待，那么值得奋斗！

我们，宁波职业经理人，准备好了！

准备好了！我们宁波职业经理人，必须有这时代期待的新担当。

当前，时代之变、世界之变、历史之变，正以前所未有的方式展开：全球科技创新的力量，继续演进，此起彼伏；与此同时，国际冲突仍在，经济尚未复苏，远方与近处，都还袒露着一些彷徨与疲惫。

没有什么人，能够脱离时代而成为“孤勇者”，也没有哪个时代，不需要每个人的挺膺奋进。

作为“经济的操盘手”，我们宁波职业经理人，将把个体与时代相互深嵌，以奋斗者的名义，以“强国有我”“吾爱吾城”的名义，以向2023这个“全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，中国改革开放45周年，浙江省决策部署‘八八战略’20周年”献礼的名义...

去行动、去坚持、去相信、去创新和

创造，去履行使命担当，去融入奔竞的时代大潮，去与这个时代同频共振、肝胆相照。

准备好了！我们宁波职业经理人，必须有这城市期待的新作为。

大变革的时代，一切都在破局，考验着一个社会、一个城市、一个群体的韧性和实力：今天的宁波，肩负着为中国式现代化和共同富裕探路先行的重大责任，号角声声，催人奋进。

城市敢闯、企业敢干、职业经理人敢放手一搏，时与势，在我们这边——我们要当好浙江建设全球先进制造业基地的主力军、排头兵，争创国家制造业高质量发展试验区，让宁波在国家高质量发展版图中的地位，更加实实在在；

我们要巩固和扩大“单项冠军”、专精特新“小巨人”数量在全国的领跑优势，让我们的城市能量超群；我们要更大力度实施数字经济创新提质，让我们的城市聪明智慧；

我们要加快打造“全球智造创新之都”，让我们的城市美誉世界……锚定目标，我们笃行而热忱、求索而坚定。

准备好了！我们宁波职业经理人，必须有这世界期待的新模样。

时代巨变、国家复兴、城市跃迁、企业蝶变，从来就是和职业经理人的事业和命运紧密相连；面对更大的挑战、更高的要求、更重的担子，心底翻涌的一次次澎湃与激昂，是奋进新征程的一道道动员

令、是建功新时代的一声声号角。

眼里有光、脚下有路，我们保持奔跑的姿态，是因为每一步的付出，都不会被辜负——

依托宁波这片向海而生、开放而兴的经济热土，我们宁波职业经理人要有勇气，以自己道德准则、使命担当，以及在经济建设中越来越重要的参与度和贡献度，更有力量、更有尊严、更有价值。


在中国树立起、向世界展示出：一个区域职业经理人群体的文化气质、精彩魅力和国际风范。让世界通过宁波和宁波职业经理人，读懂中国城市，也读懂中国在各领域的追梦人。

前行的路途上，总有理想可循，总有力量可依。

宁波职业经理人，每一个“我”，可能很弱小，但是，“我们”很强大；每一个“我”，可能很孤独，但是，“我们”很温暖。

望向前方，我们要做的，就是愈发自信、自强和坚韧，也更加团结；制造业补链强链、数字化加力提效、智能化创新突破，靠你，靠我，靠他。

初心灼灼，未来坦荡，拥抱“与企业共成长”的美好明天，开启“在宁波赢未来”的无限可能，去拼去闯，去兑现价值——

我们，准备好了！我们宁波职业经理人准备好了！

(宣言执笔：冯洪江)

## 北京银行宁波分行： 为专精特新企业注入发展新动能



2019年3月26日，北京银行宁波分行揭幕启航。四年来，北京银行宁波分行始终把高质量发展作为第一要务，紧紧围绕地方经济脉搏，不断加快转型步伐，提升发展动能，把金融资源配置到宁波经济社会发展的重点领域和关键环节，全力推动自身发展与地方经济同频同振。

今年，北京银行宁波分行深入贯彻落实总行“专精特新第一行”发展战略，二季度正式向宁波专精特新企业推出专属产品“领航e贷”，最高额度1000万元，该产品“纯信用、线上申请、随借随还”的功能受到市场好评，目前该产品授信规模已超过7亿元（截至8月末），宁波芯健半导体有限公司是属于较早尝试“领航e贷”线上信用贷款的国家小巨人企业之一。

宁波芯健半导体有限公司是浙江省首

家圆片级先进封装量产企业，属于“新领域、新技术、新理念”的新高端企业，与北京银行宁波分行有着长期合作。该公司经过长期研发沉淀，通过了华为、小米、vivo等客户稽核，企业的量产客户已经达到60余家。宁波芯健半导体有限公司“诚信务实、追求卓越、技术创新、精益求精”的企业文化深受北京银行宁波分行的认可，行领导带队多次上门主动服务，在“领航e贷”上线后第一时间向企业进行了宣传。

专精特新中小企业不仅是产业链供应链体系的主要参与者，更是攻克关键核心技术和解决“卡脖子”问题的重要力量，北京银行宁波分行将会不断优化产品，升级服务，持续为宁波专精特新企业注入发展新动能！

**北京银行一领航e贷**

“领航e贷”是北京银行积极响应国家支持“专精特新”企业发展战略要求，为“专精特新”企业量身定制的线上信用类贷款产品。

**产品特点**

- 额度更高** 额度更高，最高可贷1000万元。
- 速度更快** 线上申请，模型审批，全部授信线上化。
- 信用模式** 信用方式，无需提供抵押担保。
- 灵活随还** 线上放款，随借随还，节约财务成本。

贷款材料：法人身份证、营业执照、公司章程、银行流水、纳税证明等

小巨人

4008-18888 95506 www.bjbbank.com

# 名人堂

CELEBRITY

李莹

公司及职务：

宁波伊司达洁具有限公司副总经理

成立时间：1988年

所在地：宁波海曙





# 李莹：伊司达出海记

在古林，宁波伊司达洁具有限公司从2台设备起步，历经35年发展，如今已发展成为“中国轻工业行业十强企业”。随着企业新一代李莹的接棒，开辟精细化、数字化的跨境电商发展新赛道，又将如何书写新篇章、注入新活力，带领伊司达奔赴“百年征程”？

文 | 本刊记者 王诗蔚

## “专”—— 深耕产业，把握时代机遇

作为全国重要的制造业城市之一，制造业是宁波经济的根基所在、优势所在、硬核所在。因此，宁波有着数量众多在细分领域高质量发展的企业，它们年复一年深耕于自己的本业，在各自的领域做到了极致，因而具备了无可比拟的竞争力。

由李莹父亲李爱良一手创办、发育壮大的“伊司达”，便是其中一个生动的缩影。

早在1988年，2台设备、2名职工和2000元不到的启动资金，却支撑起李爱良独立创办了小五金厂，生产五金、玩具等配件。时隔两年，1992年，李爱良凭借其敏锐的市场眼光，开始生产、销售经过自己改进过的新颖拖把，同年10月第一款拖把获得国家专利。1995年在广交会上，李爱良历经磨难终于拿到了第一份外销订单，首批27000把拖把远涉重洋出口到美国。同年7月，企业更名为“宁波伊司达洁具有限公司”，从此开始了一个自主品牌的

创业之路。

随着第一把拖把产品的成功出口，李爱良带领伊司达顺利叩开了国际市场的大门，昂首阔步，先后成立伊司达环保机械、毕士达智能洁具等多家分公司，多方位产业布局，将伊司达打造成为集研发、生产、销售为一体的多元化企业集团，涉及地拖、窗刷和汽车护理用品三大类十个系列400余品种，拥有专利400多项，产品远销美、澳、日、欧等60多个国家和地区。

取得了令人瞩目成绩的李爱良，仍然坚守着伊始之心，潜移默化中，也让女儿李莹形成了专注、钻研、实干的企业家精神。从1995年12月公司第一批拖把产品出口至美国到今天，在李莹眼中，父辈一直持续深耕于从事于洁具领域，只靠着五六个产品，便让伊司达成为宁波第一个将清洁用品打入超市的企业。

父亲坚信“一生选择一件事，一件事做一生”的理念，对产品始终严控质量、创新求变，受到鼓舞的李莹自小就体悟

到——要将自己热爱的事业做到极致，做到专精。

为了悉心培养李莹，高中时期，李爱良会在每个暑假安排她到车间里工作，从缝纫车间、装配车间到植毛车间，从而进一步了解公司、了解员工和了解产品。大学期间，李莹更是自发地来到车间，了解不同系列的优势与特征。

作为白手起家的“创一代”，李爱良自己更是以身作则，每天5点起床，凡事亲力亲为，不仅平衡了家庭与工作，更适应时代发展，积极拥抱技术创新，为企业注入新动能。

对于他而言，一手创立的伊司达犹如孩子一般，从呱呱坠地到独立成熟，历经了不少挫折，酿就了诸多甜蜜，它与女儿李莹可以说是共同成长、共同进步，是其一生中最为弥足珍贵的宝藏。

正因如此，自小目睹父辈在风风雨雨中的坚守与务实，李莹的心中也已埋下了传承的信念与责任，以“用我们最好的产





从2台设备起步，历经35年发展，如今伊司达已发展成为“中国轻工业行业十强企业”

品让生活更轻松更美好”的伊司达使命为自己前进的力量源泉。

## “新”—— 布局出海，拓宽全球视野

回看伊司达的发展历史，可以看到的不仅仅是一家满载荣誉的企业。作为宁波老牌洁具企业，伊司达可谓是见证和参与了中国制造和外贸的腾飞。

现如今，中国经济在快速的变化中前进。宁波作为全国跨境电商“第一阵营”的城市，跨境电商发展迅猛，许多企业看到了出口电商的趋势，开始布局B2B、B2C这条“黄金赛道”，具有敏锐市场意识的李莹同样认识到了这一点。

如果依托于伊司达的优势基础与资源，布局海外，开启跨境电商运营，是否能破

解传统外贸低迷的市场？突破企业发展天花板？

2017年，留美七年归来的李莹主导搭建了专门的电商运营团队，在父辈的鼓励和支持下，挑起伊司达出海开拓的大梁。

万事开头难。

虽然李莹留美期间积累了丰富的专业知识，但跨境电商运营并非易事。起初她以为，只要产品优质，再加上价格优势，两者犹如“王者搭配”，不管放在任何渠道，都会获得消费者的青睐。

但事实并非如此。当李莹带领团队把传统外贸的优势产品嫁接到亚马逊上，发现有几款拖把因为拖杆长度过长导致产生了高额的包装费用，而且销量也不好。

面对变化莫测的国际市场，李莹转被动为主动，第一时间对产品结构和海外消费者的需求画像进行了剖析和反思。最终，

以满足用户需求为导向，把产品优化成可拆分拖把，既能快速组装、便于收纳，还有利于运输的便利和包装成本的降低，实现产品的创新和消费者体验的提升。

自此，李莹总结规律与经验，对客户进行数字化管理，分析和存储海外消费者和本土消费者不同的购物习惯和消费偏好，更充分地考虑到各个地区之间的差异性，以便于对商业生态资源做出实时调整，更好地掌控数据、规则、促销方式，从而适配特定市场的独特需求，创造出新的利润增长点。

不仅如此，在李莹的带领下，伊司达利用数字化技术，开启数字化营销与转型，特别是对数据管家的善用，精细化运营P4P推广。如通过定向推广锁定目标市场美国和欧洲的客户，从而让客户与询盘更为精准，成交更加快速。



2023年，李莹赴德国拜访客户

## 伊司达“大事记”

- 1988年2月 鄞县古林装潢配件厂成立(宁波伊司达洁具有限公司前身)
- 1992年10月 第一款拖把获得国家专利
- 1995年7月 宁波伊司达洁具有限公司成立
- 1995年12月 第一批拖把产品出口美国
- 1998年 通过 ISO9001:1994 质量体系认证
- 2005年10月 设立“300万元伊司达扶贫助学基金”
- 2006年 工厂搬迁至新厂区
- 2007年 “伊司达” 洁具产品被评为“浙江省名牌产品”
- 2009年 宁波伊司达滨海厂区建成
- 2015年 宁波伊司达旷野厂区建成
- 2014年1月 “EAST” 商标被国家商标局认定为“中国驰名商标”
- 2016年11月 宁波伊司达环保机械股份有限公司新三板上市
- 2012-2017年 胶棉拖把、清洁刷地刷、纱线平地拖、清洁刷厨房用刷轻工国家标准制定实施
- 2018-2021年 连续四年伊司达洁具荣获“中国轻工业刷类及清洁用具行业十强企业”
- 2022年12月 宁波伊司达洁具有限公司荣获“国家高新技术企业”

伊司达积极与高校建立合作机制，主动参与宁波诺丁汉大学商学院“卓越奖课程(NAA)”的“数字化转型咨询项目”，既为宁波本土企业的数字化转型贡献一份力量，同时也展现了伊司达引进优质人才及先进管理理念应对数字化转型的决心。

在出海大潮中、在数字化转型上，李莹所面对的棘手问题多如牛毛。她回忆过往踩过的“坑”、遇过的“雷”，依旧历历在目。但纵观其表现出的突围精神、冷静思考和活跃思维，不仅来自于个人能力的积累，更有其父亲李爱良提供的自由空间与宝贵经验作为强有力的支撑。

在父辈从小的潜心栽培之下，锻造了李莹一脉相承的务实精神和拼搏闯劲，让她从父辈的发家史中不断汲取坚守与前进的力量，担起从父辈身上延续的愿景——立志将伊司达打造成为“拥有卓越产品的全球化百年企业”。

无论“创一代”还是“创二代”，“创”都是一种常态，一种思维和一种使命。

使命感驱动着李莹成功地在创业中接班，在接班中创业，动态实现了“创业式传承”。带领伊司达从传统外贸到跨境电商，从传统制造到数字转型，不断创新求变。直至2022年，由李莹主导的伊司达跨境业务年GMV破千万美金，团队也由起步期的2人扩充至30余人，以平均年龄25岁左右的年轻人为主，集思广益，充满着锐意进取的拼劲与年轻创新的活力。

父辈的自由包容与李莹的韧性拼搏，为伊司达赢得了更多的荣耀与增长点。

### “拓”—— 代代相传，实现创业式传承

“存伊始之心、创司洁之业、怀达济之情。”



两代人的传承，让伊司达立志打造成为拥有卓越产品的全球化百年企业和老字号品牌

这是伊司达如今正在步步实践的企业文化理念。

受早年高考经历影响，李爱良自创业初期就萌生了“创业、攒钱，帮助贫困学生完成大学梦”的想法。一经条件允许，伊司达就设立了1000万元的“伊司达慈善扶贫基金”，用于助老助困助学。基金会成立多年来，目前已资助200多位学子重返校园，同时还资助了困难群众1000多户，在全国各地指资建造爱心学校8所。

疫情期间，李爱良结合伊司达多年洁具制造经验，萌生为医院防疫“定制”抑菌拖把的想法。“要为防疫助力，就要拿出自家最好的产品。”李爱良说，“抑菌拖把是我们企业团队研制了2年才投产的高新技术产品，拥有实用新型专利，通过几十种材质上千项实验才达到了最佳抑菌

效果。为了匹配医院防疫需求，我们对抑菌拖把做了三色区分标志的改进升级。”

2022年10月24日，伊司达教育发展基金捐赠暨校企合作签约仪式在万里学院举行，李爱良与李莹父女携手出席，共同向浙江万里学院捐赠50万元，用于支持学校教育事业，希望双方在人才培养、科技研发等方面保持良好合作。

2023年，在“山海协作”助力山区26县高质量发展对接会上，伊司达及高桥镇商会，分别与庆元县同源村、道岗村签订对口帮扶协议，并给予10万元的帮扶资金，两地工商联签订了合作框架协议，搭建“三方共富”平台。

企业的传承从来不是单纯地传财富、传产业，更是传心传情、传使命传思维。如今，这颗“达济之情”也传到了李莹的

心中。

2023年3月16日，首届“伊司达”杯产品创新挑战赛启动仪式在万里学院举行。李莹希望借大赛的契机，挖掘更多产品创新、品牌策划和推广的人才，助力宁波制造业转型升级。

如果把中国经济的起承转合投射到人的身上，就是一代又一代的接力，伊司达的百年愿景亦是如此。

海阔潮更平，风劲好扬帆。作为宁波清洁用品领跑者，伊司达坚持“用我们最好的产品让生活更轻松更美好”为使命，以“质量”为立厂之本，以“创新”为腾飞之源，从李爱良到李莹，代代相传，快步行进在百年征程的道路上。

与李莹面对面

出海之路 →

《甬商》：在迎头搏击的出海之路中，有没有遇到过印象深刻的棘手问题？

李莹：早期遭遇过的困难还是比较多的，比如我们曾经有出现备货过多导致产品滞销的情况，不但造成了库存方面的压力，还错过了重要的销售节点。如今，就会在运营决策上变得更加冷静，并且会制定更加精细化的管理策略，获得更大的销量增长。伊司达会提前做好淡旺季的备货计划，旺季前也会根据历史销售数据，结合亚马逊库存报告的多项数据报告，推算预计销量，并选择FBA和海外仓结合的策略，视销售情况进行迅速补货。

出海心得 →

《甬商》：您在带领伊司达出海过程中发现的国内外消费者不同的爱好与特征？

李莹：第一，国内现在以线上为主要市场，而国外还是以线下采购为主；第二，对于伊司达洁具而言，产品的颜色、尺寸等就有很明显的划分，国外市场相对偏爱蓝绿色系的外观和较大尺寸的产品，国内市场则追求灰色、白色等浅色系，尺寸也更青睐于小巧和轻盈。

数字转型 →

《甬商》：伊司达如何进行数字化转型的？

李莹：首先是机器设备、车间和人员管理的数字化，可以对生产数量和人员分配进行提早安排；其次是对客户的数字化管理与维护，譬如对于目的国的销售数据、受欢迎产品的信息等进行汇集、整理和整合积累，从而“反哺”伊司达的高质量发展；最后，在人才方面，我们搭建专门的电商运营团队，广招人才。以有活力、有创新、善于思考的年轻人为主，通过更科学的管理，为公司注入新鲜的血液，带动整个公司的数字化转型。



2023年，李莹参加春季广交会

传承心得 →

《甬商》：“创二代”在接过父辈的旗帜之后，如何更好地继续引领企业、引领商道、引领时代，甚至打造百年企业？

李莹：传承企业需要“一代”经验与“二代”想法相融合，因为“一代”经验具有很好的借鉴意义和指引作用，两者相结合可以更好地发展企业、发展中国品牌，在全球市场中获得更高话语权，迈向百年企业。

百年愿景 →

《甬商》：伊司达想要成为百年企业，究竟要往哪走？怎么走？

李莹：经过调研我们发现，在经济全球化的语境里，没有任何一家企业，可以在没有品牌的情况下生存100年，而通过跨境电商，在亚马逊等平台可以赋予我们品牌增长的第二曲线，助力品牌跨越式升级。

# 智融科技：利他思维，探路金融助企 2.0

文 | 本刊记者 孙俞巧

## 抛出正向激励“橄榄枝”

信息的不对称是金融助贷服务行业产生的直接原因，有句话说：专业的事情交给专业人来做。庞大的借款人群及贷款需求，同时存在着大量的信息不对称，金融助贷服务的存在就显得尤为必要。

我国的助贷业务最早可追溯至 2008 年，最初只是以银行和小贷机构、银行和电商巨头联合放贷的形式出现。其后随着经济的发展，民间融资需求大幅增加，但金融机构与贷款用户之间的信息不对称，一面是借款人找不到贷款的门路，另一面却是金融机构的资金闲置，于是各类贷款中介如雨后天春笋般涌现。

2018 年宁波波邦商务信息咨询有限公司成立，开展融资规划和信用管理事业并且施行贷款中介服务。时隔一年，浙江智融科技有限公司成立，创立之初便坚定了让天下没有难融的资金的使命，致力于为中小微企业解决融资难、融资贵的难题。为此并自主开发“智融金科”数字化金融服务软件系统，进一步帮助企业纾困贷款问题。

乘胜追击的智融科技在 2020 年研发的“智融金科”软件正式上线，成为了国内首款 AI 智能匹配的助贷神器及征信报告解读神器，注册用户超过 5 万人，智融凭借优质的服务和客户的认可。

潮水退去，方知谁在裸泳。走到今天，智融科技在不同城市布局了多家窗口和代理分公司，拥有专业金融助企团队，解决

很多资金周转难题，挽救濒临破产的中小微企业和个体工商户，发展成为一家在行业内有着领军地位的公司。

## 亮出科技智能“雷霆剑”

互联网与智融科技的发展，是金融服务业顺利开展的重要前提，使平台和资金方在纯线上、无人工的环境下完成借款人资信审核成为可能，改变了传统金融的业态和格局，是金融行业未来发展的主流趋势。

对智融科技来说，智融金科的智能匹配系统、产品管理系统等，可以独立、高效地完成海量的数据分析工作，交互智能化、数据可视化、服务高效化、方案定制化，每一位客户获得的方案都有据可依。

而金融服务的难点、痛点集中在最后一公里。由于银行和融资机构以及贷款产品的多样性，客户很难选择到最适合自己的融资组合方案。但智融科技可以轻松通过客户发布的需求和自身资金状况，平台就可以推荐相对应的产品，为客户提供明细介绍及咨询服务。

通过与银行、消费金融、互联网金融等合法持牌机构合作，以商城的形式展示以上机构提供系列金融产品，并通过 AI 智能匹配系统帮助消费者轻松准确快速地找到符合条件的产品，从而做到为企业或个人减少融资成本，提高效率。智融科技立志成为企业身边的金融管家。

## 坚持人才兴起“黄埔军校”

新时代下谁占领了人才的高地谁就掌握了企业发展的主动权，而智融科技始终将人力资源和人才培养打造成为企业的长板放在发展战略重点任务中。

智融科技对企业的人才培养非常重视。2021 年“智融金科”财商教育学院正式成立，经中国管理科学院授权成立了专业人才实训基地，全面开展“融资规划师和信用管理师”专业人才的岗位技能培训，并由中国管理科学院职业鉴定合格后颁发相关职业技能证书。同年，宁波智融商务有限公司成立，设立了“智融金科”融资规划事业部、信用管理事业部、财商教育学院“智融金科”等，从此迈向现代金融服务业人才的职业技能实训、AI 智能工具研发、数字化金融服务平台的建设以及全国连锁加盟体系建设的新征途。

2023 年智融金科旗舰店开业，将在宁波各市区相继布局。通过深化四个角色三大体系的改革，打造行业黄埔军校，进一步为全国的各窗口、分公司输送优秀的人才，为更多客户提供优质服务。

人才与科技是驱动企业发展的两个轮子，也是引领企业阔步向前的强大动力。未来，智融科技将继续深耕金融服务行业，坚持优化产品和服务创新模式，继续为客户提供优质的一站式融资解决方案，打造世界级融资服务平台，为中国的融资行业发展贡献自己的力量。



# 慧盛智能：激发工业机器人“内生动能”

从“中国制造”向“中国智造”转型过程中，机器人已成为工业生产的主流方向。机器人占据全球“半壁江山”市场优势和日渐佳境的产能优势，足以证明中国工业机器人产业发展在近几年取得的卓越成就。宁波慧盛智能科技有限公司二十余年深耕于行业发展，为自动化行业从“机器换人”到“智能制造”而不懈奋进。

文 | 本刊记者 孙俞巧

## 机器人从“0到1”新机遇

从应用领域上划分，机器人可以被大致分为工业机器人、服务机器人和特种机器人。工业机器人是所有机器人中占比最高、应用最广的一类，2022年我国工业机器人累计产量为44.31万套。

工业机器人主要是在工业生产中代替人类做一些枯燥乏味或者重体力的工作，比如罐装、包装、搬运等。譬如在食品行业中，如果要人工去分装产品，一是可能需要很多人力，二是人的速度可能很慢，或者很快就会感到疲劳，并且很难把握每一袋食品中的分量，这就需要机器人替代人的工作。

宁波慧盛智能科技有限公司始创于2000年，慧盛是自动化设备集成企业，致力于工业自动控制系统装置和智能机器人的研发、推广和应用，为客户提供以工业机器人技术为核心的柔性化、智能化制造解决方案。

自2015年以来，国内机器人行业蓬勃发展，机器人本体厂家如雨后春笋般出现，设备种类进一步细分，应用场景不断丰富，国产机器人市场规模及份额不断扩增。而早在2000年慧盛智能总经理郑刚就接触了与机器人产业密切相关的行业。先是成立宁波南北机械有限公司，主营生产雅马哈减振器公司的配套产品和活赛杆、五金零部件等轴类产品。在2011年公司因订单量增大，基础的设备无法满足生产，特自己研发专制活赛杆的数控自动化设备。到2019年基于自身在现有领域累积的经验和技术，以及大环境下自动化替代人工的未来发展趋势，专项设立智能自动化应用改造团队，成功研发出工业机器人、生产检测一体化生产线等应用设备。2022年，正式成立宁波慧盛智能科技有限公司，为客户提供以工业机器人技术为核心的柔性化、智能化制造解决方案。

成本优势的工业机器人解决方案是抢

占市场份额的良策，慧盛在积极尝试出海，未来有望抢占更大的市场“蛋糕”。

## 成本优势对标“机器人先锋”

我国制造业有着“大而全”特点，且自动化程度有待进一步提升。这为工业机器人应用场景扩展提供了巨大潜在空间。对于更多行业领域而言，优先选择技术达标且兼具性价比优势的工业机器人参与生产，无疑对于成本控制有着巨大诱惑。这期间，国产工业机器人当仁不让。

企业应如何利用数字化、智能化技术强大的动力引擎来促进转型升级并进一步拓展市场？

在郑刚看来，机器人的智能化意味着机器人能够承担越来越多的任务。机器人的通用化意味着它能够在越来越多的场景下应用。在能够承担多功能、多元化任务的情况下，就意味着广大的企业在机器人方面的应用会越来越广泛。



从长远来看，对于企业来讲，要“养活”一个工业机器人的主要成本有首次购机和安装费用、运行的电费、和维保费用。人工费用需要企业持续平均的支出，而工业机器人费用是前期投入大，后期持续平均的微小支出。

慧盛机器人生产成本与人工成本相对比节约成本 180 万元/年，工作时效却提升 6680 小时/年。并且只需要有电气和适当的维保，给工人提供更多的空间自由，更好地解决招工难的问题。

在竞争日益激烈的今天，慧盛面临原材料及人力成本、管理成本的不断上涨，如何降低成本，提高生产效率，提升品质成为慧盛争优势的重要指标。经济进步需要成本与效率的双线提升，伴随着第四次工业革命浪潮袭来，工业机器人不断打开应用空间，以高增长率冲击并改造着现代工厂。

## 以智能化实现“边缘突破”


数字化、智能化技术加速应用到工业机器人制造领域，也促成了工业机器人的智能化发展。今后，伴随自主学习与智能技术进步，工业机器人也将逐渐向自主学习、自主作业方向发展。此外，5G 等新一代互联网技术的发展也让工业机器人获得了高速网络支持，从而在扩大应用领域上“如虎添翼”。

作为面向工业领域的多关节机械手或多自由度的机器装置，工业机器人主要应用于生产制造领域，用于代替人工从事柔性生产环节，是靠自身动力和控制能力实现各种功能的一种机器。加大力度推动工业机器人的应用对于提升生产效率而言至关重要。尤为值得一提的是，慧盛奋力打造性价比优势的中国工业机器人品牌、加速抢占市场份额，并且针对不同客户的需求，推出了 V 系列、Z 系列、Y 系列、T

系列和 J 系列等不同产品。如 V 系列固定式料盘搭配工业机器人，布局使用一托二配置，实现一人多机生产；选用速度更有优势的工业机器人满足高效率生产同时减少换线时间。

同时，慧盛凭借模块化设计这一亮点，可拥有 3 款机器人和 5 个系列搭配选择，满足各种产品加工需求，将料盘换线更灵活方便，大大加强通用型。

在郑刚的带领下，用好数智技术保障，持续提升创新驱动能级、谋划推动链式发展，以“机器人+”应用行动为抓手，不间断加力推动机器人产业高质量发展方为良策。

当前工业机器人的竞争态势愈演愈烈，行业内企业短期面临一定挑战，慧盛在“机器换人”“国产替代”和“产业升级”的多重驱动下，工业机器人行业将持续进行技术迭代和应用场景拓展，前景一片光明。

导语：为进一步帮助企业提升商业秘密保护意识和能力，营造尊重商业秘密、遵守商业道德的良好社会氛围，激发企业创新创造活力，《甬商》杂志联合商业秘密网知识产权保护平台特开辟“甬商·商业秘密保护在行动”走进名企专栏，通过聚焦一批以商业秘密保护为核心的知识产权典型案例，为宁波企业商业秘密保护进行降本增效、保驾护航。

## 甬商·商业秘密保护在行动 NO.2

### ——走进前湾新区



“防患于未然”是商业秘密保护的“王牌”。宁波通过示范引领，持续聚焦生物医药、绿色石化、汽车零部件等领域，在产业园区及特色小镇、行业协会（商会）、重点企业全面布局商业秘密保护基地示范创建，做到保护端口前移。

#### 商业秘密保护的“宁波经验”

商业秘密是企业创新成果中极具价值的知识产权，是企业最核心和最具竞争力的无形资产，保护商业秘密就是保护企业的创新能力，直接关系到企业的生存与发展。随着跨区域、跨领域、跨企业人员往来日益频繁，商业秘密保护问题成为当前影响企业经营及其重要的法律风险之一。不仅如此，商业秘密保护作为反不正当竞争的重要组成部分，对于保障公平竞争、优化营商环境具有十分

重要的意义。

宁波作为全国首批商业秘密保护创新试点城市之一，商业秘密保护工作起步早、推进快。2000年，宁波出台《宁波市企业技术秘密保护条例》，并于2023年完成第二次修订，为宁波企业技术秘密保护提供强有力的法律保障。

2015年，宁波全面启动商业秘密保护示范创建工作，聚焦新材料、新能源、生物医药、绿色石化、汽车零部件、模具、文具

等集群领域，瞄准上市公司、单项冠军、“小巨人”、“专精特新”等重点企业，截至目前，宁波市已创建商业秘密保护示范基地392个，其中省级示范区9个、示范站（点）90个，市级示范区9个、示范站（点）284个，创建数居全省首位。商业秘密网知识产权保护平台（高密网）成为主力军，专业化地指导、帮助、培训企业，成功创建慈溪滨海经济开发区、江北工业区、宁波石化经济技术开发区、北仑大碶高端模具园区、宁波





软件园、宁波模具产业园、中国塑料城等浙江省商业秘密保护示范区以及成功将一批代表性的企业创建成为宁波市商业秘密保护示范点、浙江省商业秘密保护示范点，前湾新区等地正在创建中，商业秘密保护专家孙佳恩为管委会、园区、市场监督管理部门、企业培训商业秘密管理专业化知识与如何破获侵犯商业秘密案件 20 多场。

此外，宁波市在持续强化监管执法、凝聚部门打击合力、推动社会共治、构建多渠道支持体系方面积极探索，均取得了显著成效。如推动模具、汽车零部件两大重点行业协会发布了《商业秘密维权自律倡议书》，强化行业自律；指导文具行业成立了商业秘密保护联盟等。宁波推行商业秘密保护保险，以市场化方式降低企业商业秘密维权成本。

未来，宁波将紧盯制造业、外贸等重点企业，继续创建一批高质量的省市级商业秘密保护示范基地。到 2025 年，全市将累计建成省级商业秘密保护示范基地 150 个以

上，建成市级商业秘密保护示范基地和《商业秘密保护管理和规范》浙江省标准贯标企业 1000 家以上。

## 打造商业秘密保护高地

技术秘密作为企业知识产权家族中的重要权利，一直是知识产权领域保护的难点、困扰企业商业秘密保护的痛点。为进一步优化营商环境，提升企业创新动能和核心竞争力，依据省市有关法律法规和文件精神，宁波杭州湾新区产业发展有限公司（以下简称“产发公司”）在商密网专业化服务下，于 2023 年全面推动数字经济产业园“省级商业秘密保护示范区”创建工作。

为保障示范区建设工作顺利开展，产发公司特创建了工作专班，配备具有商业秘密保护经验的工作人员，并引进专业商业秘密保护服务机构，切实做好创建“省级商业秘密保护示范区”前期材料准备工作，确保顺利通过创建验收。截至目前，专班小组已指

导帮助宁波 GQY 视讯股份有限公司、宁波群芯微电子股份有限公司、宁波云德半导体材料有限公司、宁波安芯美半导体有限公司等一批园区入驻企业完成商业秘密保护示范站（点）创建筹备工作。

数字经济产业园下一步将继续坚持以提升企业核心竞争力为根本出发点，以创建“商业秘密保护示范区”“商业秘密保护示范站（点）”为载体，以点带面，点面结合的工作方针，分阶段快速推进园区企业商业秘密保护工作，提高企业商业秘密保护意识，加强行业自律，形成自我约束、自我管理、自我发展、自我完善的企业商业秘密保护新格局。建立健全企业商业秘密保护长效监管机制，确保全区商业秘密保护各项措施规范化、常态化。

专班小组领导表示，产发公司计划从 2023 年到 2026 年，通过四年时间的努力，进一步完善“政府主导、市监牵头、部门协作、企业负责”的商业秘密保护体系新格局，

推动园区商业秘密保护工作规范化建设和系统性提升，努力把园区建设成为在全省范围内有一定影响力、规范有效的商业秘密保护高地。

### 企业创新发展的“安全锁”

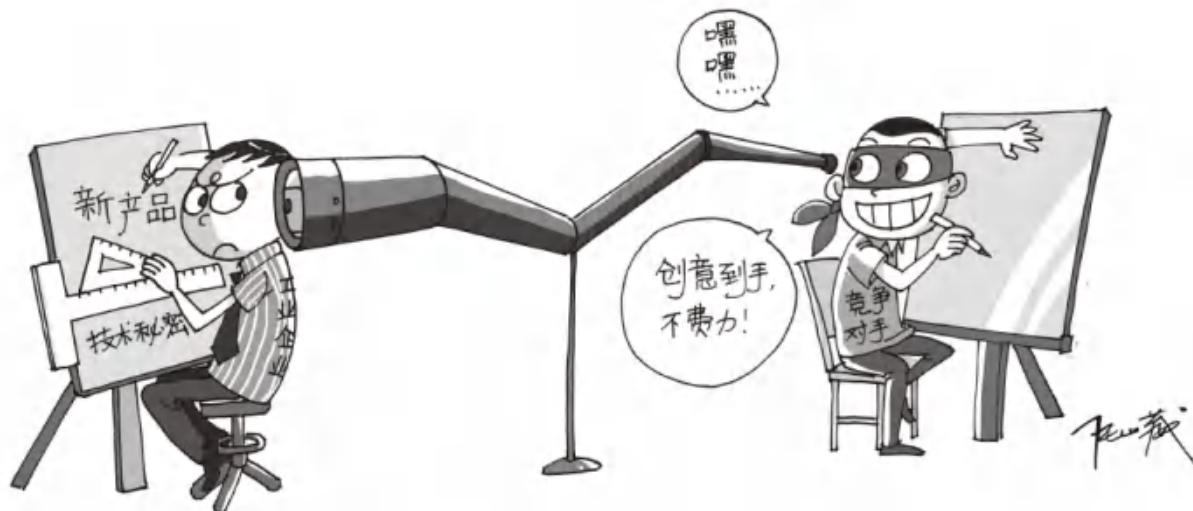
近年来，宁波持续加大商业秘密保护力度，为企业创新发展加上“安全锁”。为强化企业商业秘密自我保护意识，提升企业创新动能和核心竞争力，不断激发市场活力和创造力，宁波市市场监督管理局前湾新区分局认真对照标准，积极开展商业秘密保护基地创建指导工作。通过培训、指导，上半年新增贯标企业15家。前湾新区分局委派业务骨干不断跟进商业秘密保护示范区创建进展，并会同商业秘密网知识产权保护平台（商密网）不断推进相关工作，对拟创建省、市级商业秘密保护示范点企业均进行点对点调研走访，指派专人负责，高效指导服务。

**一是政策领航，持续优化营商环境。**分管局领导带队，积极开展企业调查走访，以座谈交流等方式摸清辖区企业当前商业秘密保护现状及措施。并针对调研反馈情况，结合新区实际，经多次讨论，分别于3月份、5月份以管委会层面发布《宁波前湾新区关于推进“质量强区”的若干政策意见》和《宁波前湾新区加强企业商业秘密保护工作实施方案》，为商业秘密保护示范基地创建打下基础，企业商业秘密保护能力进一步提升，营商环境逐步优化。

**二是服务续航，逐步筑牢保护防线。**积极编发宣传手册和指导手册，为企业提供行政指引并指派业务骨干担任商业秘密指导员，在企业遇到问题时，能够及时提供指导和服务。导入商业秘密网知识产权保护平台，对复旦杭州湾科创园、数字经济产业园、全盛、柔创等企业开展“点对点”培育指导，了解园区内商业秘密制防、人防、技防、当前面临的困难等问题，针对亟须解决的问题

提出指导性意见，为后续商业秘密保护基地创建推进做好准备。4月底，开展《宁波市企业技术秘密保护条例》宣贯活动，覆盖复旦杭州湾科创园、数字经济产业园及辖区内60余家企业。6月开展以“商业秘密保护进企业”为主题的服务月活动，收集商业秘密保护相关意见建议32条，解决10余家企业提出的17个问题。

**三是创新远航，不断激发创造活力。**统筹谋划、大胆创新，以创建“一个商业秘密保护示范区”“多个商业秘密保护示范点”为抓手，重点推进，辐射四周，以点带面，点面结合快速推动业务上下游、前湾新区“134”主导产业集群，营造行业创新发展环境，助推企业核心竞争力提升。不断完善“政府主导、市监牵头、部门协作、企业负责、多方联动、示范引领、全面帮扶”的商业秘密保护创新发展格局，使商业秘密保护监管系统化、服务指导规范化、管理运行制度化。



## 筑牢企业“保密屏障”

商业秘密，直接关系着企业的生存，尤其是对处于初创期的创新类企业来说，因人员配备不完善、经费不足等原因，商业秘密泄露风险高。创新类企业又往往是凭着一项新技术而建立的，如果发生商业秘密泄露，对企业无疑是致命的打击。商业秘密保护也日益成为企业，特别是创新型企业保护知识产权的重要手段和要求。开展创新试点工作，是有效加强商业秘密保护，激发企业创新活力和创造力，推动产业创新发展和转型升级，进而实现高质量发展的重要保障。

一直以来，复旦杭州湾科创园都在商业秘密保护方面持续发力，多角度、多层次贯彻落实商业秘密保护工作，全面普及企业员工商业秘密保护意识。先后多次举办线上线下商业秘密保护培训会，邀请专业人士为广大企业系统讲解商业秘密保护策略、维权途径等相关知识，大大提高企业商业秘密保护意识。同时积极引导、协助园区企业争创商业秘密保护示范点，在园企共同努力下，园区运营管理公司、园区入驻企业柔创纳公司于2022年成功获评宁波市商业秘密保护示范点。

2023年园区继续积极大力引导入驻企业争创商业秘密保护示范点，先后排摸走访多家园区企业，讲解指导商业秘密保护示范点申报方法，发放商业秘密保护宣传资料，先后有4家企业决定共同申报宁波市商业秘密保护示范点。

同时为能够更好地服务广大企业商业秘密保护工作，园区于今年启动“浙江省商业秘密保护示范区”创建工作，在宁波前湾新区市场监管局相关领导的指导下，多次组织召开专题会议，学习领会省局有关通知精神和要求，对照《浙江省商业秘密保护基地建

设指南》精准开展创建工作。

为提升对园区企业开展具体商业秘密保护工作的指导水平，园区积极集中组织系统学习《浙江省市场监督管理局关于全面加强商业秘密保护工作的指导意见》《浙江省商业秘密保护基地建设指南》《浙江省商业秘密保护管理与服务规范》（地方标准）等政策文件。邀请专家授课，讲述企业商业秘密保护实际案例，提高风险防范意识。

结合复旦杭州湾科创园商业秘密保护工作实际情况，制订建立《2023-2026 复旦杭州湾科创园企业商业秘密保护工作实施方案》，从组织架构建设、保密工作领导小组

职责、经费保障、调研指导、宣传培训、泄密应急处置与维权、奖惩机制等方面，对园区商业秘密保护工作进行了全方位的机制构建，为后续相关企业商业秘密保护工作的政策开展打好基础。

创建省级商业秘密保护示范区不是园区推进商业秘密保护工作的终点，而是一个新的开端。园区将持续向企业宣传商业秘密保护意识、辅导好商业秘密保护日常工作，帮助企业筑牢“保密屏障”，为维护全区市场公平竞争秩序、打造优质营商环境保驾护航。■

### 商业秘密保护专家点评

#### 商业秘密保护专家、商业秘密网知识产权保护平台创始人 孙佳恩

人才流失、侵犯商业秘密、违反竞业限制协议、软件反盗版等与商业秘密保护紧密相关的现状，让企业家、高管头疼、担忧、烦恼、无奈，企业由此付出的代价甚至超越一场大火！

复旦杭州湾科创园、数字经济产业园在宁波市市场监督管理局前湾新区分局、宁波市市场监督管理局支持下创建浙江省商业秘密保护示范区，将持续推动宁波市创建全国商业秘密保护创新试点工作，宁波 GQY 视讯股份有限公司、宁波群芯微电子股份有限公司、宁波云德半导体材料有限公司、宁波安芯美半导体有限公司等一批园区入驻企业积极创建宁波市商业秘密保护示范点、浙江省商业秘密保护示范点，已经给更多企业示范，并且不断深化。

随着经济全球化进程的加快，跨城市竞争、跨城市侵权、跨国家竞争将成为常态，企业家、高管需要强化企业商业秘密日常管理，依托商业秘密网知识产权保护平台已经集聚的全国性的网站优势、标准优势、专家优势、律师优势、检测优势、管控优势、装备优势、案例优势、维权优势、媒体优势等十大核心优势，获得“商密专案服务+权威装备集成”专业化服务，导入涉嫌违反竞业限制协议调解、软件反盗版争议调解、涉嫌侵犯商业秘密行为调解，四轮驱动，并肩作战，保护商业秘密财产，保护国家经济安全，为宁波市创建全国商业秘密保护创新试点城市服务，为我国知识产权强国建设作出贡献！

## 看得力如何借势“代言人经济”

品牌要想长久发展，大众化是其必然要面临的选择，而在与普罗大众沟通的过程中，代言人营销往往是最直接的方法之一。如何在茫茫人海寻找一个相得益彰、互相成就的代言人，已经成为许多品牌的一大难题。

文 | 本刊记者 陈秘秘

### 线上线下，联动出圈

品牌和代言人的携手共舞早已成为品牌公关圈经典的营销手段，一个和品牌高度适配的代言人能够成为品牌触达消费者最好的“抓手”，以优质、匹配的个人形象更具象地传达品牌的理念和内涵，帮助提升品牌形象甚至销售表现。

7月26日，得力在微博用一组悬念海报拉开全球品牌代言人官宣序幕，从悬念海报到悬念音频，代言人形象呼之欲出，赫然是当下热门实力派国民演员胡歌，实现热度蓄水。而后在7月28日官宣当日衔接热度，集中上线微博商业热搜、微博大视窗和全国开屏等热门资源，以高质感TVC为内容抓手引爆流量，助力流量资源转化，最大化覆盖人群。

为实现全渠道官宣内容的高频曝光，得力同步上线微信信息流和抖音信息流，二次加热官宣热度，实现了人群的反复触达，深化了得力全球化品牌的认知，实现了“官宣流量+品牌声量”的双重爆发。

在线上传播的基础上，得力打通线下流量通路，于官宣首日在杭州西湖天幕大屏同步上线代言官宣资源，以地理位置优势实现了核心人群覆盖，实现了商圈人群的高密度渗透，同时高质感地标大屏资源

激发了消费者及粉丝线下打卡热情，反向推动了线上话题热度强势上涨。

此次官宣胡歌为得力全球品牌代言人的核心目标，其一是利用艺人影响力向外扩散并强化得力“全球化文创科技产业集团”“得力不只是文具”的品牌认知，其二是与艺人深度捆绑，深化企业勇于创新、创造美好的品牌精神内核，其三则与艺人“共生”成长，实现人群聚集和认知交互，进一步扩大品牌影响力。

### 双向奔赴，革新品牌

在流量为王的时代大背景下，“有效流量”也变得稀缺起来，优质的流量意味着能使品牌与用户之间建立更强的粘性，从而助于品牌的二次传播。

在能够引发圈层传播的大量营销活动中，一方面是广告本身的优质与否，另一方面则是来源于品牌本身的忠实用户的分享，进而形成圈层内的广泛传播。

而得力的高明之处就在于找到品牌与代言人之间契合点的同时，尽可能地将广告做出质感，让代言人成为革新品牌形象的一枚重磅砝码。

其实早在2009年，得力签约著名主持人陈鲁豫作为形象代言人，得力借助陈鲁

豫的名人效应，成为行业首家在央视进行广告投放的企业，将“得力，办公当然更得力”这一个个性鲜明的广告语推向千家万户。这是得力第一次借助明星IP，从“得力文具”成功转型成为“得力办公”。

随着时间的积累，得力变得更加成熟，2014年愚人节这一天，得力正式启用杨澜作为新的品牌代言人，以更为成熟、自信的姿态，向世人展示“得力办公，办公当然更得力”的领导者姿态。五年后的得力，从办公整体解决方案的服务能力，过渡到“好品质，选得力”的品牌理念，进一步强化了得力品牌的消费者认知，在消费者心中留下深刻的烙印，同时也大大巩固了得力在办公行业第一品牌的地位。

而胡歌此次作为备受大众喜爱的国民演员，拥有广泛的影响力和粉丝基础。他以优秀的演技和亲和力获得了观众的认可和喜爱，以专业认真、富有爱心、亲力亲为的形象深入人心。

这与得力品牌的核心价值相契合，借助其高端国际化的形象也与得力品牌出海、走向全球化的策略不谋而合，让整体营销变得浑然天成。除此之外，品牌并没有放弃在社交平台上的营销造势。

回应时，总有得力积跬步，方至千里。

7月28日，胡歌携手得力发布《美好如歌》品牌片，通过细腻的镜头表现，值得推敲的文案描述，给“为美好而创新，让工作学习更得力”带去注解。

依托TVC本身所具有的高级感，在评论区内，就引发了不少网友的应援热潮，得力的产业布局已从文具扩展至办公设备、数码打印、儿童益智、精品工具、智能办公、办公家具、专业画材等多个领域，且在多个细分产业领域取得业内领先地位。

某种程度上，得力官宣胡歌，一方面自然是借势明星自带的流量价值，扩大品牌营销声量，另一方面则是对品牌内涵和实力的一次沉淀。

## 双轨并行，不止文具

得力品牌以文具为起点，但不止步于文具。

在追求自身进步的同时，得力作为国民品牌，坚持文创、科创双轨并行，为品牌源源不断注入新能量。

在文创领域，通过与国内外知名IP联名、创立新锐个性文创品牌纽赛，得力推出了大量富有创意和设计感的时尚潮流文具，让更多人了解到文创艺术的魅力，也使得力的品牌内涵获得了与时俱进的焕新。

在科创领域，得力依托科技创新，实现打印机领域的自研自产，并已成为中国首家同时掌握激光、喷墨核心技术，且唯一拥有激光、喷墨、热敏、针打等全系列打印产品的企业。

同时，得力全方位布局电动工具产业，发布的“红芯”系列新品搭载自主创新研发的“三电技术”，其技术水平行业领先，体现了非凡的科创魅力。

在深耕国内市场的同时，得力还积极开拓国际市场，从“产品出海”到“品牌出海”，得力完成了国货品牌全球化的重

要转型。

截至目前，得力在全球共设立了11个区域营销总部、22家海外分公司，布局了亚马逊、Shopee、Lazada、Wildberries等跨境电商平台，产品销往全球140多个国家和地区，并与当地合作伙伴形成了长期、稳定的合作关系。

让自家产品走出国门的同时，得力也让品牌成功走出了国门。



得力不仅希望将自己的产品推向全球市场，还致力于传播中国文化和品牌形象，成为国际舞台上的中国品牌代表。

从文具企业到多产业集团，从文创到科创，从产品出海到品牌出海，得力的发展之路正如tvc视频所说，哪怕是一点一线，也要敢于突破。

“创造美好产品，服务全球用户”并非一句空话，得力做到了。<sup>[1]</sup>

# 从健康产业发展趋势看经理人职业发展之路

党的二十大以及《“健康中国2030”规划纲要》提出，把人民健康放在优先发展的战略位置，加快推动健康服务业发展，促进形成内涵丰富、结构合理的健康产业体系，到2030年健康服务业总体规模要达到16万亿，成为我国经济转型升级的重要组成部分。健康产业需求各类人才将超过3000万，职业经理人是大健康产业发展的重要力量。健康服务业管理人才缺口将超过500万，加快开发培养、努力造就一支高素质的职业化管理人才队伍成为当务之急。

文 | 焦名明

## 健康产业有望转暖

2023年，作为新冠疫情逐步缓解稳定的新一年，在人口、老龄化、技术创新和深化医疗改革等背景下，我国医疗健康行业投资有望转暖。医疗健康行业的快速发展促使企业开始调整公司战略以适应时代变化，进而带动了医疗健康企业人力资源优化。对投资机构而言，医疗健康是大赛道，创新药、精准医疗、高值耗材、体外诊断、医疗服务、数字医疗等，仍有着较活跃的细分投资机会。

据调研数据，健康产业经理人关注度TOP5的细分领域分别是医药制造29.08%、康养产业16.56%、医疗器械16.11%、医疗技术12.03%、新医疗8.00%。2023年7月14日，国家发改委发布《产业结构调整指导目录（2023年本，征求意见稿）》，一定程度透视出健康产业的五大发展趋势。

医药关键核心技术开发与应用，包括新型生物给药方式和递送技术，以及载体病毒制备；诸如膜分离、新型结晶、手性

合成、酶促合成、连续反应等原料药生产技术，新型药物制剂，大规模细胞培养和纯化、药用多肽和核酸合成技术，抗体偶联，采用现代生物技术改造传统生产工艺等等，基本都是往年反复鼓励的范围；此前两版都提到的天然药物以及超临界萃取技术，则在本版中消失不见。

新型药品开发和生产：创新药依然是重点鼓励的范围，本次唯一新提出的概念是罕见病；其他包括儿童药、短缺药，疫苗、抗体、CGT、重组蛋白、核酸、生物酶等等，在上一版已经都被提及。

生物医药配套产业：生物医药配套产业首次归纳提出，与“制造强国”以及“供应链自主可控”等近几年的高频政策主体相合，包括过滤膜材料、疫苗新佐剂，以及即混即用和智能包装等新型包装系统及给药装置。

高端医疗器械：新提出了ECMO、高端康复辅助器具、脑起搏器、生物医用材料等。往年鼓励的高端放疗设备、电子内窥镜、假体等不再提及，国产替代已有长

足的发展。

中医药传承创新：首次提出“传承创新”，包括中药改良型新药（部分涵盖了往年提的“中成药二次开发”）以及全过程质量控制和信息追溯；同时，前两版提及的濒危稀缺药用动植物人工繁育、先进农业技术在中药规范化种植/养殖的应用以及中药现代剂型等涉及的内容有所减少。

## 把握职业发展方向

健康产业的发展，离不开人才的培养，尤其是中高端管理人才的培养。健康产业职业经理人具有良好的健康素养和职业道德，掌握相应的知识、方法与技术，熟练运用管理能力及专业技能，从事健康服务业经营管理的中高端人才。国家政策、市场环境双重变化下，企业的需求也在变化，职业经理人需把握职业发展方向，及时抓住新机遇、迎接新挑战。

医药领域有经验的职业经理人供不应求。从政策导向来看，医药行业在带量采购、仿制药一致性评价等政策的强力推进

下,国内外药企加速提高自身核心竞争力,企业也从营销驱动转为研发驱动,吸引了更多市场上的人才与资源。随着MAH制度的实施,CMC业务也在不断发展,CRO(研发&临床)、MAH持证方(资本)、CDMO(受托生产方)三方共同合作达到共赢的目的。上市前医学,PM和CRA,生物统计师,药物安全等人才需求依然十分庞大,尤其肿瘤和免疫领域,呈现出“供不应求”的现象,有经验的职业经理人依然是各家药厂、CRO争抢的对象。

医疗器械高质量研发管理人才十分短缺。随着关键技术的不断突破,国产器械也开始从原有的低端设备向中高端领域大力布局,影像、体外诊断和基因检测,以及心血管等高值耗材领域都陆续涌现出一批优秀的本土企业。各器械细分领域内的研发,质量,临床,注册等上游岗位将是未来5~10年的持续性热点,高质量的研发管理人才十分短缺。国内研究成果转化方兴未艾,知识产权保护、转让、孵化等专业人才将发挥重要的价值。

具有国际视野的复合型人才需求增加。随着研发制造能力的增强,国内企业走出国门打开国际市场,需要熟悉国际药品及医疗器械准入标准、经销渠道、医患沟通的复合型人才,这个领域有部分服务公司,人才紧缺,在国际竞争中树立中国品牌前景广阔。

## 呵护长久身心健康

职业经理人的身心健康,不仅决定职业经理人自己的未来之路,也影响着企业未来的发展。每一个职业经理人在职场中打拼,分分秒秒承担着责任与压力,从担下企业使命目标的那一刻开始,无论多难都要坚持下去。因为我们既然选择走上了


职业经理人这条路,就必将做好坦然接纳一切的准备,所以良好的职业心态,对职业经理人来说尤为重要。在职业发展中保持自身竞争力,需要持续学习进取、持续艰苦奋斗,才能游刃有余,有足够的掌控感,带来持久的身心健康。

首要问题应该是如何与老板建立相互信任?老板与职业经理人的“蜜月情感”随着彼此间的相互磨合与了解的增加,越来越趋于理性化,用熊彼特的创新观点来阐释,老板就是不断地制造问题,而职业经理人要不断地解决问题,就是在这种不断的制造与解决中,老板与职业经理人相互检验着彼此的思想、品格、能力、行动,看是不是一路人,能否有长久走下去的契合之处。在这种检验的过程中,职业经理人虽然稍显被动,但只要忠诚、敬业、有责任心、有胜任力,就能够得到老板的信任。

保持始终的学习能力,调适到“拥抱变化”的心态:时代的快速发展,让你昨天的经验和成功可能不能再复制。对于职业经理人而言,更重要的是自身从实践和行动中不断学习。这样才能做到融会贯通,

真正做学习的主人。无论在职业生涯开始时才居多高,如果没有继续进取,不断修炼业务技能,便不可能使自己的事业更上层楼。寻求各种途径使自己成为本领域的行家。从日新月异的技术到新的领导方式,不断提高自己,逆水行舟不进则退。

努力成为一个“斜杠青年”:健康产业执业经理人很多是“执业药师”“执业中医师”,有的曾经是“执业医师”,都有良好的专业基础。管理是一门综合艺术,越来越多的职业经理人通过自我学习成为“经济师”“项目管理师”“注册会计师”“人力资源管理师”等,职业发展道路上如虎添翼。

专业精深、生态整合:未来的社会活动一定会专精化,合作化,两类人可能会更容易生存,一种就是有匠人精神的,能把自己热爱的事情做到极致的,另一种就是能整合资源的人,进入了互联网的时代,组织应该从机械的管理方式转变成生态的方式。更重要的是积累自己的优势和资源,增强反脆弱性。



# 一页风云散，变幻了时空

## 谈照亮宁波如意发展路上的一盏灯

企业家最大的灵动和智慧，就是捕捉商机。商机在哪里？在世界市场，市场才是企业发展的核心。

文 | 宁波如意股份有限公司名誉董事长 储吉旺

### 出口创汇，富我中华

1985年，宁波如意股份有限公司初创时，做塑料产品，遇到难以拓展市场的困境，后来跟着西麦克展览公司走世界，宁波如意公司大展鸿图，今天专注生产物流仓储设备，产品销往130多个国家。我商旅81个国家，开阔眼界，开拓销售市场，提升创新产品能力，启迪企业走数字化、BOM、SAP、曼斯智能化连接等等。开阔视野，穿越时空，走在时代前列，这一切当初都离不开西麦克展览公司，他犹如一盏如意之灯带我们走世界市场。

1988年8月16日我随浙江省机械设备进出口公司第一次到美国走访客户，在经过日本东京成田机场转机时，见到机场上广告：“出口创汇，富我日本。”此时我心头颤动，多么值得思考的一句口号！

如何创汇？把产品推向国外，赚外国人的钱，才能更好地富我中华。我认识到随西麦克展览公司展团赴国外展出公司产品，是宁波如意股份有限公司走向世界大市场的光明大道。

西麦克公司是横跨大洋彼岸的桥梁，是一盏指引企业出口创汇的如意之灯，让

千军万马走向世界，让中国企业家腾飞。

那时，我想起了“羊毛出在羊身上”的俗语，只做国内市场，羊毛拔来拔去，羊头厚了，羊尾疏了，要让羊毛真的厚起来，要从狗身上去拔毛，把狗毛拔来种在羊身上，羊毛不就真的厚起来了吗？搞外贸出口创汇，才能富我中华啊！回国后，我写了“出口创汇，富我中华”一文，刊登在《国际商报》上引起了企业家的重视。

### 参展逸事，记忆犹新

第一次随西麦克展览公司去参加德国科隆五金展，记得西麦克负责人高毛毛小姐，小巧玲珑，婷婷玉立，一口流利的京腔，娇滴滴，声声厉，大大方方，飘飘洒洒对出国展销产品的厂长训话：“你们走出国门，不能土里土气，要严格讲究人格国格，胸部挺一挺，不要低头弓背，说话要轻一点，吃饭要文明礼貌，喝汤不能发出声音……”这是给像我一样穿解放鞋第一次出国的厂长非常必要的一课，今天仍让我记忆犹新。

住进科隆一家宾馆后，第二天吃自助餐，我小心惴惴，像刘姥姥进大观园，什么都新奇、好奇。自助餐上，我不敢拿好

的菜肴。饭后，我跟着同伴喝咖啡，不懂英文，便把白糖放在咖啡内，又倒进牛奶拌均。而那位上了年龄的德国女服务员，用鄙视的目光瞪着我看，我极不舒服。当我喝咖啡时，发现咖啡是咸的。啊呀，这是怎么一回事，高毛毛知道后，对我说：“储厂长，你出洋相，把盐当作了白糖……”怪不得那位德国女服务员用鄙视目光看我。从此我下决心学会糖和牛奶两句英文……这叫学到用时方恨少。

一次随西麦克去南非参展，又是高毛毛带队，她了解南非的治安，要团里的人严格遵守纪律，要随团行动，不可单独乱走。可团里偏有“牛厂长”不听，在展览结束上车时，他要单独办事，当我们回宾馆近三个小时，不见此厂长回来，高毛毛心里急得不得了，真怕出事，忽然，他穿条短裤狼狈回宾馆，说是坐出租车时被抢，毛毛见人平安回来便放心了。我们都感到出门在外，听团长指挥，团队集体行动多重要！

这样的例子还挺多，比如一次随西麦克展团去德国斯图加特五金展会，大家坐大巴士回宾馆时，车上中国同胞为小事吵架，几





乎打起来，毛毛一个弱女子劝不和，而那个开车德国驾驶员见状，要把车开到附近警局去处理，那真是丢尽了中国人的面孔。高毛毛阻止德国驾驶员行动，并由我去劝说吵架同胞，后来中国同胞终于劝和。高毛毛劝大家，出门在外，要以人格、人格和爱国为重！出门在外，团结一致，互退互让，相互关心，这是中国人的美德，不要在国外吵架，被外国人看轻，让大家铭记在心。我深感年轻轻、娇滴滴的毛毛团长真不好当呀！

一次随西麦克展团去迪拜展出，团长是陈民建先生，他知我在展会期间涂涂写写，特意为我安排了单人房间，展览期间，我不用轮流烧饭，只安排我去买菜，可以让我了解异国风情，添彩文章。一次，我到迪拜码头上去买鱼，见到活的大石斑鱼，便向渔民打手势，买一条大的，迪拜渔民可能第一次见到陌生的中国人到船上买鱼，很客气，当我付了钱后，居然又送我几条活的大石斑鱼，我反复推辞，他们坚决要送，让我真正体会到了中国和沙特两国人民的

友谊。陈民建先生知道此事后，哈哈大笑说，叫我这个文弱书生去买鱼，叫对了。

一次我随西麦克展团去南非展出，团长是侯自刚先生。他的吩咐严格而又详细，我是百听不厌，一切为了每一个企业的安全和生意兴隆着想，大家聚在一起，共同为发展企业经济服务。有一天，正好轮到我和一位哈尔滨厂长烧饭，烧菜时，锅烧红后，我把半个桶油倒入烧红的锅内，那位厂长把切好的洋葱也倒入油锅内，我却发现洋葱放进油锅内怎么一点响声都没有？哈尔滨厂长说：“人家国外油就是特别好！”我不信，便去告诉侯自刚团长，他看到到装油的塑料桶，啊呀一声：“储厂长你把洗洁精当油了。”原来如此，我俩不懂英文，我以为用过的半桶是油，未用的一桶尽量节约。我用洗洁精炒菜的笑话，从此在全团传开了，而且流传得很久。我深感不懂英语的缺失，要我的一对儿女，必须学好英语，如今我的儿子、女儿都成功地走向世界，让我很欣慰。

跟西麦克公司走世界，感触深深，收获多多。上面仅举几个生活上的例子……让我感受学习收获最大的是，通过随西麦克展团走世界，展出公司产品，让宁波如意公司外商云集，四海畅通。同时开拓了公司发展眼界，提升了我公司产品创新发展的路径。

## 商天下，文引航

我一直把参加国内广交会和国际博览会，当作是企业家学习创新的一本立体的书。

企业如何做大做强做久，在这本立体的书上，仔细读，深入研究，有读懂读通的奥妙。尤其是困难的时候，同行竞争，市场低迷，遇金融危机等，企业活着，活下去，能久存，就是企业家的真正水平。

当我随西麦克展团走进世界博览会，除了展出自己的产品，如何让众多客户认识宁波如意西林牌产品，同时购买如意西林牌产品外，我仔细观察别人是怎么推销自己产品的诀窍！我特别观察日本人的推位，他们的敬业精神，他们如何观察客户的眼神，如何捕捉客户对产品需求的信息，客户的眼神、行动，于细微之处听惊雷！让我心中佩服，学习备至。日本人的推销术，至今没有过时。当我观察国外同行物流产品展时，我既心跳、羡慕，又充满希望和超越的雄心壮志。

深感我公司产品前途广阔，但落后于人，向先进国家学习，向同行学习，超越同行是宁波如意西林产品的目标。每次国外参展回来，让我信心百倍，努力奋斗，我们物流产品也从单一手动液压搬运车，做到被称为“世界搬运车之王”，但王是称不得的，立即开发了电动搬运车、国内率先开发电动叉车、堆高车、三支点堆高车、双剪式堆高车、无人电动堆高车等上万个

品种的产品。这不是简单的模仿，而是在人家的优势上，激发自己的灵感，创造出别人没有想到的、让用户满意的系列化仓储物流新产品。创新无止境，不要怕别人竞争，不要怕低价打压，不要担忧别人抢了你的客户，创新创新再创新，新市场一定等着企业的到来！风靡世界的产品一定是创新的产品，走世界展览会，让企业家视野开阔，信心百倍，不断前进前进再前进！

我的一生中，公司产品随西麦克公司展出最多，走出最远，收获最大，从美国芝加哥、洛杉矶，到法国、意大利罗马，

从肯尼亚到摩洛哥，东西南北中的世界市场，东南西北风的滋味，都尝过、经历过。西麦克老将金长华大姐，好朋友易百水先生，还有让我铭心刻骨留在美国的孙晨先生等等，一群群鲜活的面孔，从我面前走过。我无限感恩、无限记忆，无法用语言和文字的表达。我总结出“商天下文引航”。在我十余部400多万字的拙著中，一一详细记录着中国西麦克带领中国企业家走向世界，走向成功，走向辉煌的历史。谢谢再谢谢！

世上没有消失的产品只有倒闭的企业。

企业家是不断学习，不断克服困难，不断成功，不断获得幸福的人。企业家随着时空穿越，跟上时代步伐，超越自我，千万别忘了曾经踩着西麦克展览公司的肩膀，横跨东西方大洋彼岸获得成功。

如今，我已经退休，企业由儿子储江接班。我那些陈年旧事，历史的一页已经翻过，过去厚重的前进步伐，已经消去，一页风云散，历史的天空，正如撕去的台历，不复更有。抓住今天，努力今天，做好今天，憧憬美好的明天，是我们对西麦克公司最好的感谢。☞

## 读者感悟

# 如意有情起歌声

文 | 中国管理科学研究中心高级研究员 董其岳

一口气读完储吉旺先生的佳作《一页风云散，变幻了时空》后掩卷三思，受益匪浅。

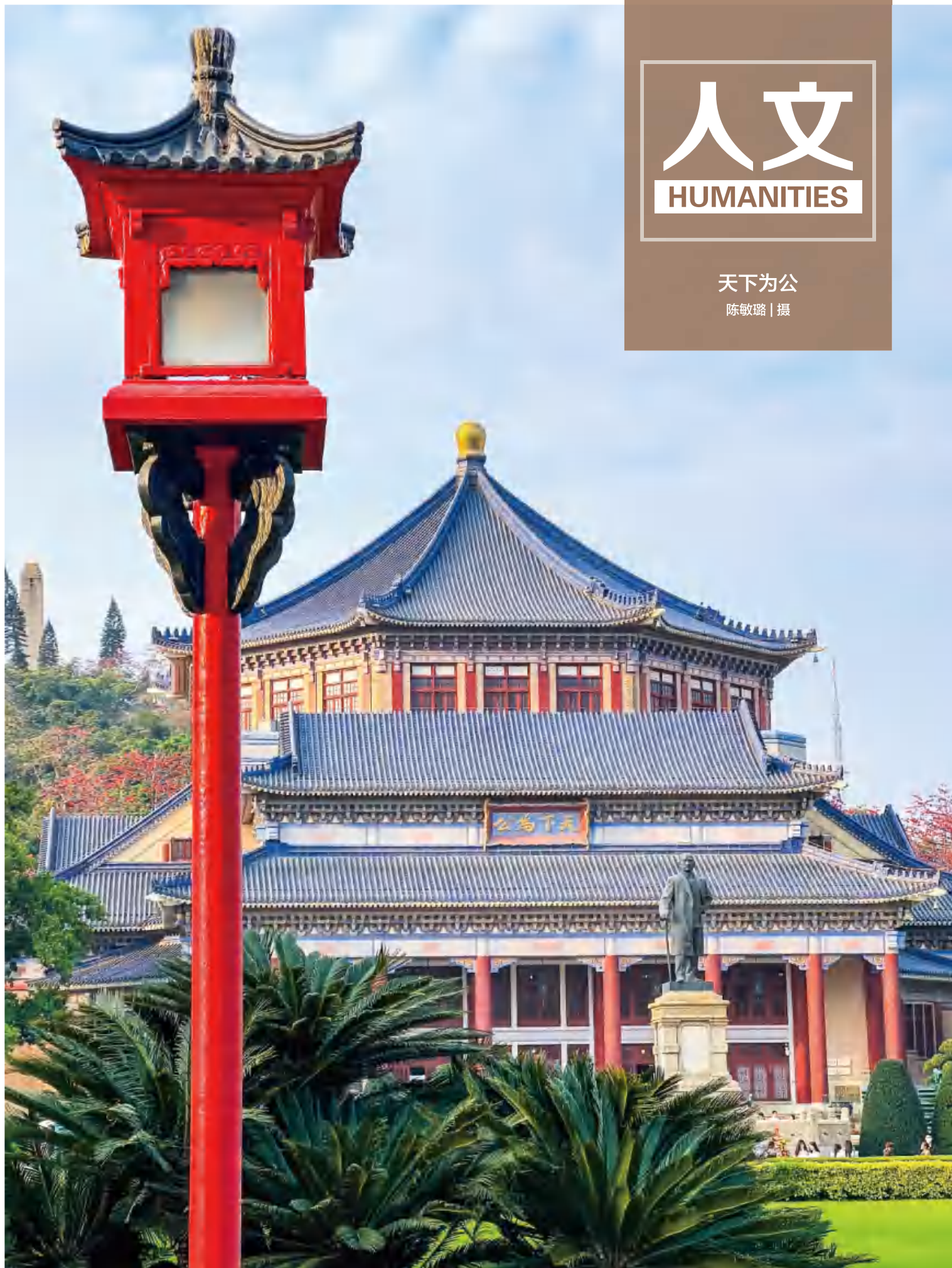
储总文笔犀利，开门见山，点出主题：“企业家最大的灵活性和智慧，就是捕捉商机，商机在哪里？在世界市场，市场才是企业发展的核心。”接着他精彩纷呈，娓娓道来。积几十年走东闯西、南征北战之经验，储总得出“如何创汇”之高见，就是“把产品推向国外，赚外国人的钱，才能更好地富我中华”。

这篇文章继承发扬了储总在许多出版社出版发行过的《风雨四十年》《我与外高打交道》《谈文化与谈生意》《商旅风云》《商旅拾遗》《衣带浪花水带香》等十余部400多万字的众多著作实事求是、实话实说的朴实无华的优良文风，畅谈了他曾经沧海难为水、除却巫山不是云、纵横商海几十年、辛酸苦辣我自知的亲身体会：“世上没有消失的产品，只有倒闭的企业。企业家是不断学习，不断克服困难，不断成功，不断获得幸福的人。”从中窥一斑以见全豹，真切地看到储总砥砺前行之心，矢志不渝；走向辉煌之志，长盛不衰；知恩图报之情，溢于言表。

# 人文

HUMANITIES

天下为公  
陈敏璐 | 摄



# 陈兰荪：知行合一的江厦金融街奠基者

文 | 董其岳



甬商陈兰荪（1871—1946），又名道域，宁波镇海庄市菱漕村人，是知行合一、知难而进、知书达理、知恩图报的践行者。他以雄厚的经济实力与杰出的经营才能，在宁波和上海的商业界、金融界、慈善界留下了浓厚的良好印记。他在创造丰厚的物质财富同时，形成了独特的精神风范与文化特质；他的数次华丽转身，书写了广阔经济舞台上的壮丽史诗。

## 沧海横流，方显大爱本色

宁波素有“儒商摇篮”“商贾之乡”之称，是一个历史悠久、人文荟萃、工商发达的港口城市。商贸的发展需要天时地利人和，更离不开历史文化底蕴的

滋润。宁波发达的商业文明既得益于得天独厚的地理环境，更受益于人杰地灵的地域文化。陈兰荪从小受到大思想家、大哲学家、大教育家王阳明的“知行合一”“致良知”的阳明心学的熏陶和黄宗羲的“工商皆本”“经世致用”学说影响，极大地丰富和拓展了对经济社会发展规律的认识，为他日后成为钱业会馆领头人、担任钱业公会理事长、当选宁波总商会会长、振兴江厦金融街奠定了重要的文化基础，为江南经济社会发展提供了深厚的思想资源。

陈兰荪早年就读私塾，14岁到宁波钱庄学徒，后升任高级职员。20世纪初参加孙中山先生领导的同盟会，为赞助辛亥革命光复浙江活动作出了杰出贡献。

民国初年，陈兰荪创办元亨钱庄，出任总经理，并以钱庄名义捐响北伐军入浙。北伐军光复宁波，陈兰荪代表宁波总商会赠银助饷，支持革命。接着当选为宁波钱业公会理事长、宁波总商会会长，兼任宁波民新银行总经理，主持宁波钱业会馆筹备和建设。

陈兰荪很有商业头脑，诚实守信，善于经营，换位思考，与人为善，资助农民大量种植优质棉花，实行种植棉花和纺织棉纱供、产、销一条龙服务，资产像滚雪球一样越滚越大。

陈兰荪投资和丰纱厂、太丰面粉厂、通利源榨油厂、永耀电力公司，持有很大股份，并任董事、监事多年。尤其从

1931年起，协助和丰纱厂经理俞佐宸参与抵制日货运动，同时大力帮助俞佐宸经理整顿内部，改进管理，创“荷蜂”名牌。至1937年，和丰纱厂年盈利120余万元，成为当时浙江省最大的纱厂，宁波市最大的工商企业，成为近代宁波工业化得以开启的重要标志与主要推动力量。陈兰荪同时与友人一起出资在上海创办协大祥布店、三阳南货店，成为“中华老字号”著名品牌。

陈兰荪集资参建庄市同义医院，就是现在的康宁医院。因为当年，庄市附近没有医院，时疫流行，缺医少药，百姓只能求神拜佛吞香灰，经常死人。

“宁波帮”叶澄衷弥留之际，留下遗言：“一定要在家乡办个西式医院。”陈兰荪牢记前辈嘱托，积极响应。作为宁波赴沪同乡会牵头人，陈兰荪利用宁波总商会会长身份，动员包括虞洽卿、朱葆三等诸多甬商，共同捐资，终于在1918年，办起了当时宁波郊区唯一的西式医院——同义医院。医院办起后，对穷人免诊金，特困者免药费，住院者免饭费。陈兰荪一直担任同义医院董事、监事、查账、贫产救济团团长，积极参加捐款、劝募、监督、管理等医院日常工作。

## 走遍天下，不如宁波江厦

陈兰荪与江厦金融街结下不解之缘。“江厦街”号称宁波金融发源地，地处奉化江、余姚江和甬江的“三江口”，

南起灵桥西堍与濠河头交叉的灵桥路，相交于药行街；北至新江桥南堍之东门口，全长约400多米。江夏街自唐宋起就是宁波文化、金融、对外贸易之地，是宁波最繁华的商贸街，也以自己的兴衰承载着宁波对外贸易最厚重的一页记忆，是宁波最具有地标意义的建筑。在宁波人的眼中，江夏街一直都是骄傲和自豪的代名词，在全国各地素有“走遍天下，不如宁波江夏”的说法。从唐宋时期至今，江夏街在千年时光中一直见证着宁波的贸易沉浮发展。

陈兰荪于民国初年在宁波江夏街北端创建的元亨钱庄以及在二十世纪三十年代出资筹建的钱业会馆、创立的民新银行，为江夏金融街的繁荣奠定了重要基础。陈兰荪是筹建钱业会馆的领头人，担任钱业公会理事长十余年，后又被推选为宁波总商会会长。江夏金融街的滨江庙一带，原有“钱业会馆”，建于清同治年间，后毁于大火，直至陈兰荪出资、集资重建钱业会馆。

钱业会馆是宁波金融业聚会议事的场所。根据《鄞县通志》记载：甬上金融向以钱庄为枢纽，方其盛时，资金在六万元以上的大同行有36家，一万元以上的小同行有30余家，几百元以上的兑换庄有40余家，其势力直达于上海、汉口各埠。另据《鄞县统计特刊》记载：民国二十年全县钱庄业已发展到160家，资金总额计3866万元。而不用现金支付的“过账制”（从清中叶开始）结算办法，也是宁波钱庄业首创。其次当上海还用银两时，宁波在清嘉庆年间已流通银元，也比其他各埠早百年。

1925年，由陈兰荪“元亨钱庄”等大同行发起，在宁波东门口战船街重建钱业会馆，陈兰荪义不容辞、责无旁贷



上海滩宁波商帮金融业巨头合影（左三为陈兰荪）

主持重修。他的元亨钱庄率先捐款捐银，29家大同行见陈兰荪慷慨捐巨款，就纷纷跟进，连33家小同行也都捐了款。尽管陈兰荪当年已年过半百，但仍不辞辛劳，几乎每天都去工地督查，看到工人乱扔木料、砖瓦，他都一一捡起归类。工人亲眼目睹，深为感动，再也不敢浪费建筑材料。因经费入不敷出，陈兰荪又投入巨额私款。两年多来，他为钱业会馆重修，呕心沥血、艰苦奔波、竭力呼吁、各方筹资、辛勤监督。

### 兼济天下，落成钱业会馆

新落成的钱业会馆，占地3208平方米，建筑面积1150平方米，视野开阔，紧靠姚江，风景宜人，中西合璧，分前后两进，中有戏台，后有花园，廊舍环绕，亭台楼阁，两层楼房，园林布局，砖木结构，水泥嵌抹，朱底金字，别具一格，十分优雅。楼上楼下挂满当时钱庄招牌。会馆集议事、聚会、交易、休闲于一体。1989年，钱业会馆作为近代钱业会所的一个典范，被省政府批准为浙江省文物保护单位。1994年，钱业会馆内的宁波钱币博物馆正式对外开放，成为人民银行系统第一家对外开

放的博物馆。2006年，钱业会馆被国务院公布为国家级文物保护单位。

为肯定和纪念知行合一的陈兰荪对江夏金融街的奠定与钱业会馆的重建所作出的贡献，在建造宁波植物园时，保留了陈兰荪故居——菱漕村陈兰荪大屋和老建筑陈家祠堂以及陈兰荪修建的菱漕大水塘，在宁波植物园中专门设置以陈兰荪的“兰”字命名的景点“兰园”。“兰园”占地面积1.3公顷，四面环水，架设桥梁，曲径通幽，小桥流水，深院兰花，美不胜收。在保留老建筑的基础上，借鉴了宁波当地古建筑的风格修葺而成。山中兰叶径，城外李桃园。岂知人事静，不觉鸟啼喧。其古朴雅致的中式院落和优美环境，为人们提供了一个品味兰花文化的好去处。

老一辈甬商陈兰荪百年前的光辉形象与非凡特质，激励着我们对中华民族和百年甬商的认同感与自豪感，鼓舞着广大企业家和现代甬商继承与发扬优良传统，传承和弘扬大国东方商帮的优秀文化，再接再厉，锐意进取，求真务实，开拓创新，为建设中国式现代化的社会主义强国贡献卓越才智与重要力量。<sup>[1]</sup>


# 甬城纺织的一丝一缕

摄 | 余德富

文 | 本刊记者 陈秘秘

在悠久的历史长河里,时尚纺织服装产业一直是宁波的“金字招牌”,他们曾经统领制衣江湖,小到裁缝匠大到品牌工厂,回望这段历史,宁波人创下的无数第一。

第一套中山装;第一家服装培训学校;第一件西装;第一家服装店铺;第一部西服理论专著《西服裁剪指南》……

宁波裁缝靠一把剪、一个电烫斗、一卷皮书闯荡天下,宁波纺织服装业的前身也就因此产生。由于手艺精湛,宁波裁缝也因此被称作“红帮裁缝”,他们成为了宁波的服装纺织业的技术骨干,成为了产品质量的保证。



1980年宁波灵桥羊毛衫厂,宁波麻纺织工业进入机器生产时代后,流水线在机器轰隆隆的响声中畅快地转了起来,图中纺织厂女工正在检查纺织产品。



▲ 1992年帕兰汀时装（宁波）有限公司，生产的各类丝绸化纤衬衣中高档时装产品静静伫立在展柜里，诉说着那个年代的时尚和历史。



▲ 1992年余姚第一化纤厂，纺丝女工的身影淹没在震耳欲聋的机器运作声中。这是上世纪80年代中期建成的一座化纤厂，与余姚第一棉纺厂并称为“姊妹工厂”。

# 藏在居民楼下的古着店

文·摄 | 本刊记者 王诗蔚




近两年，古着（vintage）逐渐从小众圈层走进大众视野，演化出一种独特的穿衣风潮：古着风。宁波也有这样一批年轻人迷上复古风潮，热衷于穿搭父母辈、甚至祖辈年轻时的流行服饰。

古着（vintage）由日本流行而来。真正的“古着”并不能被简单粗暴地归入二手衣的概念中，而是在某个年代流行但现在已不再生产的东西，这些服饰无论使用的面料，细节的剪裁甚至用途都反映出某个特定时代的缩影，他们有特殊的历史价值，有文化沉淀，能呈现代表某个时期的时尚元素，从而具有特殊的价值。

在宁波，从南到北、由东至西，藏匿着大大小小多家古着店，每家都有自己的古着单品搭配方案与风格。在这之中，往往能发现很多意想不到的宝藏。

绕过翰香小学，来到小泥沙街，一排排店铺中一眼能望到 Earth girl 的红黄色灯牌。门头运用了抢眼的嫩粉色，大胆的布料撞色混搭成具有童趣复古的外形，分外醒目。

Earth girl 古着杂货店面不算很大，但是内里仿佛一个超大万花筒，简直可以用“花里胡哨”来形容。琳琅满目的服装与配饰堆满了这个小小的房间，全是店主多年来淘“宝”的成果。

在这里，每件衣服与每件饰品都独具特色，只要你有足够的耐心，敢于尝试，敢于搭配，那么将拥有一次完全自由的古着体验之旅。





## Earth girl

特色：轻古着风、Y2K

主打：集美式、日系复古、韩系甜美等多风格于一体的平价古着店

坐标：浙江省宁波市海曙区小沙泥街 56 号

# 智融金科

智融金管家 邻里好帮手

## 数字化信息科技服务平台

DIGITAL INFORMATION TECHNOLOGY SERVICE PLATFORM



致力于打造安全、高效、便捷的助贷商城  
为中小微企业 / 个人提供省心、省事、省钱的解决方案  
建立一个开放、公平、透明的信息服务平台

加盟热线：400-090-1668

公司地址：浙江省宁波市鄞州区钟公庙街道长丰路34号

# 办公选址上 优租

## 专业信赖

陈彩强

优租科技创始人 CEO

我为优租代言

- 真实房源
- 免费专车
- 管家服务

客服专线  
400-009-9669



扫码体验选址服务

定制摄影 自主研发

用摄影为载体帮助每位新人打造极具爱优雅的婚纱照

WEDDING  
PHOTOGRAPH  
BY KD

CREATE THE  
ULTIMATE STAR-RATED  
PHOTOGRAPH  
EXPERIENCE

打造至臻至美的  
爱情影像见证  
一切以结果说话

THE ACME  
CREATING A LOVE IMAGE WITNESS

一个小众又独特的摄影机构。

A SMALL AND UNIQUE PHOTOGRAPHY ORGANIZATION

年轻/时尚/有趣/创新

YOUNG FASHION INTERSTING INNOVATE

KD 定制摄影工作室

- 宁波市海曙区江厦街7号
- 浙江省宁波市水门路189-191号
- 152 5812 3654 王经理

LOVE HER, GIVE HER THE BEST

...