

2010

外媒看

鄞州

YINZHOU IN THE EYES
OF OTHER MEDIA



NLIC2970792913

鄞州区委区政府新闻办公室 编

赠书

目 录 CONTENTS

一、实力鄞州篇

雅戈尔:依靠科技创新 培育世界名牌·····	经济日报	02
打造“创意创造的文化艺术世界”·····	经济日报	06
宁波鄞州区工商联助推企业转型升级·····	经济日报	08
宁波鄞州区:优化产业结构 加快转型升级·····	经济日报	10
宁波鄞州区广博集团:依靠技术进步促进转型升级·····	经济日报	12
鄞州蝉联全省财政收入冠军·····	浙江日报	14
鄞州铸造业就地升级·····	浙江日报	15
鄞州崛起新材料产业·····	浙江日报	16
鄞州半年财政收入逾百亿·····	浙江日报	17
鄞州 200 亿“撬动”小城镇建设·····	宁波日报	20
鄞州优化升级“三箭齐发”·····	宁波日报	22
鄞州产业从“传统低端”走向“高新高端”·····	宁波日报	24
“迁低筑高”推动鄞州产业升级·····	宁波日报	26
鄞州助中小企业科技创新“惊人一跃”·····	宁波日报	28
鄞州力促 159 家铸造企业“脱胎换骨”·····	宁波日报	30
宁波南部商务区开园·····	宁波日报	32
远见卓识谋划“宁波曼哈顿”·····	宁波日报	33
创新精神打造国际化 CBD·····	宁波日报	35
鄞州速度铸就总部经济高地·····	宁波日报	37
南部商务区璀璨亮灯·····	宁波日报	39
“低碳鄞州”危机之年凸现生机·····	宁波日报	40



NLIC2970792913

鄞州传统产业与文化创意共舞·····	宁波日报	42
鄞州科技孵化器助力中小企业“破壳”·····	宁波日报	43
5 年投资 5 亿元打造森林鄞州·····	宁波日报	44
鄞州两年“催生”45 家大型软件企业·····	宁波日报	45
三大基地托起鄞州高新产业集群·····	宁波日报	46
宁波城南崛起城市综合体群·····	宁波日报	48
融入大都市 建设新鄞州·····	宁波日报	49
鄞州力促旅游业蝶变·····	宁波日报	51
鄞州厚积智造力量·····	宁波日报	53
鄞州企业偏爱“低碳蛋糕”·····	宁波日报	54
风投公司轻松“相亲”鄞州民企·····	宁波日报	56
动漫花开, 宁波智造·····	宁波日报	58
亿元乡镇“财政部长”如何管钱·····	宁波日报	63
龙永图甬城论道·····	宁波日报	66
宁波城南将再造一个“和义大道”·····	宁波日报	68
首条商业水街落户南部商务区·····	宁波日报	69

二、和美鄞州篇

中国“明星区”钟情“碳基金”·····	新华社	71
改建一幢农居 新增十倍财产·····	新华社	73
鄞州城乡低保一体化·····	浙江日报	76
我的新村我做主·····	浙江日报	77
鄞州大学生进村当医生·····	浙江日报	79
鄞州百姓热捐碳基金·····	浙江日报	81
鄞州: 从早餐做起·····	浙江日报	83
新生代农民工文化需求调查群像素描·····	浙江日报	85
高温下的急诊室·····	浙江日报	97
听听农家烦心事·····	浙江日报	99

鄞州幼儿园逐步转公·····	浙江日报	102
请个钟点工 姜山也流行·····	浙江日报	103
电影回归农民生活·····	浙江日报	105
一道禁伐令 又见大森林·····	浙江日报	107
“吃”垃圾的日子·····	浙江日报	108
封封家书寄哀思·····	浙江日报	111
鄞州农民高校招人才·····	浙江日报	113
黄土高坡造爱心桥·····	浙江日报	114
小剧团 大舞台·····	浙江日报	116
他走了,爱留下·····	浙江日报	118
活着的古堰·····	浙江日报	120
美丽乡村好家园·····	浙江日报	122
鄞州农房新建面积突破千万平方米·····	宁波日报	124
鄞州基本解决“入园难入园贵”·····	宁波日报	126
鄞州设立国内规模最大绿色碳基金·····	宁波日报	138
万人测评,让群众当“考官”·····	宁波日报	130
大皎村“绿色储蓄”兑得满村碧海·····	宁波日报	131
鄞州“百千万工程”储蓄村级后备力量·····	宁波日报	132
平凡中的风采·····	宁波日报	133
6300 名低收入农民享受“市民待遇”·····	宁波日报	136
鄞州探索公共文化服务外包新思路·····	宁波日报	138
鄞州企业服务热线很“灵”·····	宁波日报	140
鄞州治懒治庸治散动真格·····	宁波日报	141
鄞州加大教育投入缓解学前教育难·····	宁波日报	143
鄞州农民走进高校招大学生·····	宁波日报	145
鄞州人的森林情结·····	宁波日报	147
鄞州 10 余万农民问诊“网上影像科”·····	宁波日报	154
陇西高原爱心“桥”·····	宁波日报	160
爱心·责任·奉献·····	宁波日报	164

陇西“宁波市民爱心桥”通车·····	宁波日报	166
严意娜,我为你感到骄傲·····	宁波日报	169
爱心是座桥·····	宁波日报	171
鄞州万户农民迁新居·····	宁波日报	178
鄞州逾九成高校毕业生找到“婆家”·····	宁波日报	180
村干部在忙啥 村民一清二楚·····	宁波日报	181
和邦大厦党委:服务企业真情贴心·····	宁波日报	182
鄞州多措并举保障外来工权益·····	宁波日报	183
鄞州“一镇一节”打造欢乐城乡游·····	宁波日报	184
鄞州积极探索城市区域化党建新路子·····	宁波日报	185
鄞州进城村民乐于回乡居住·····	宁波日报	186
三招护航农村“三资”阳光运行·····	宁波日报	187
鄞州“村务代理”3年服务群众 1.3 万人次·····	宁波日报	188
鄞州 3 年投入 6 亿元用于水利工程建设·····	宁波日报	189
七旬老太“团购”蔬菜·····	宁波日报	191
“幸福党建”推动非公企业高位奋进·····	宁波日报	192

三、媒体专版宣传

宁波鄞州区:加快科技创新 推进转型升级·····	经济日报	194
“从中心镇”到“卫星城”·····	经济日报	197
宁波鄞州:加快转变发展方式 加速发展城市经济·····	经济日报	205
创新品牌模式 实现跨越发展·····	经济日报	212
“森林鄞州”书写绿色低碳大手笔·····	浙江日报	218
回望“十一五”,鄞州辉煌 5 年路·····	宁波日报	223
十问鄞州,未来 5 年怎么走? ·····	宁波日报	233
鄞州跨越,向着更优·····	宁波日报	243
宁波经济转型升级高端访谈:转型升级再难 壮士断腕也要坚持·····	现代金报	251

一、实力鄞州篇

经济日报

雅戈尔:依靠科技创新 培育世界名牌

◎ 陈莹莹 郁进东

宁波是我国服装业重镇,全国服装企业百强中,宁波企业有 10 多家。

作为宁波服装业的领军企业,2009 年 1 月—11 月,雅戈尔集团实现销售收入 213 亿元,雅戈尔的主导产品衬衫、西服在全国的平均市场占有率也达到较高比例。

雅戈尔用 30 年时间打造了一条垂直的产业链条,从上游的棉麻种植、纺织、印染开始,一直延续到生产、加工、研发以及终端的零售,这条服装业完整的产业链条,最大程度地降低了雅戈尔的生产经营成本,为其争得了更多的利润空间。不但如此,这条产业链的打造,也为雅戈尔提升品牌层次、进军国际服装界奠定了坚实的基础。

从技术领先到市场领先

不断的工艺革新,使面料成为雅戈尔的核心竞争力。雅戈尔旗下一家科技上市公司专门负责汉麻纤维技术的开发。

“外观的颜色和款式很容易复制,但面料是我们的核心竞争力,别人很难仿制。”雅戈尔集团技术研发中心主任王庆淼告诉记者。

服装最重要的是其功能性,正因如此,雅戈尔集团非常注重对服装面料的研发,近 3 年申报了 30 项专利,其中就有“水柔棉”、“新昊棉”等新面料。

这些创新的面料不仅用于雅戈尔的产品中,也常成为国外的大客户指定的材料。每一件采用雅戈尔新面料的衣服,都会挂上“新昊棉”或者“水柔棉”的标牌,进一步扩大了雅戈尔面料的知名度。

技术创新在市场上有了最直接的反馈。雅戈尔集团设计总监张宏给出了一组数据:卖得最好的雅戈尔衬衫为 600 元一件的 DP 免熨衬衫,最畅销的西装是价位在 3000 元至 4000 元的抗皱系列。

为了达到免熨的效果,雅戈尔的 DP 免熨衬衫对织物的平整度、拉伸强

力和撕破强力都提出了更高的要求。前几年,用于制作 DP 衬衫的纱线仅仅局限于 80 支双股,经过后期整理、配比和组织密度调整,面料越来越薄,织物越来越细,后来可以达到 200 支双股。

“这样的衬衫每件卖 580 元到 880 元不等,洗完后不熨烫就可以直接穿,特别受商务人士的欢迎。”王庆森说,雅戈尔已经推出了 300 支双股纱的 DP 免熨衬衫,精细程度可比顶级羊绒,免熨衬衫能够达到的平整度也相应提高,一件衬衫能够卖到 2000 多元,大大提高了产品的附加值。

将新技术运用到新产品中,雅戈尔一直在市场上保持着新品的领先地位。成功开发出 HP 衬衫、VP 免熨衬衫、纳米 VP 免熨衬衫、DP 纯棉免熨精品衬衫等系列产品后,2009 年 3 月,雅戈尔举行了“雅戈尔汉麻世界新闻发布会”,这意味着,雅戈尔历时 5 年的汉麻研究已成为现实。

目前在欧美市场,汉麻的价格是棉花的两倍,而且全球汉麻面料的需求以每年 30% 的速度增长,市场效益可观。

在雅戈尔总部的展示厅,我们看到了采用汉麻原料制成的床上用品和家居用品,睡衣、内衣甚至原料的加工过程都被呈现在顾客面前。

“这是汉麻纤维剥离后出来的长纤维,这是切断后的短纤维,这是漂白染色后的样子。”王庆森介绍说,雅戈尔旗下的宜科科技股份有限公司负责汉麻项目的开发研究,宜科科技在云南有一个纤维基地,年产麻纤维 5000 吨,专门

研究如何通过不同的配比和技术改进,让汉麻系列的织物柔软舒适。

2009 年 4 月,雅戈尔投资建成世界上第一条汉麻纤维加工生产线,联合国粮农组织为雅戈尔颁发了特别贡献奖,表彰其在开发天然纤维领域所做的贡献。2009 年 10 月,在宁波的服博会上,雅戈尔展出了全系列汉麻服饰、家纺产品,第一次在宁波自己的行业展会上向世人展示这一新面料。

上下游合作带来更多机遇

从面料到成衣到贸易销售的一条完整的产业链已经形成。这条产业链带给雅戈尔的不仅仅是产品优势,还有灵活的市场反应和更多的国际合作机会。

雅戈尔的研发创新得益于一条垂直的产业链条。这条垂直顺畅的产业链条促进了公司内部的协调,成为一座桥梁,也让更多的设想和创新成为现实。

拥有自身的研究机构和纺织厂、织布厂、生产加工厂,雅戈尔就能对产品的技术指标提出具体的要求,不断用最终的合格指标要求上游企业:加工厂要求面料厂、面料厂要求上游的纱厂,通过确保棉纱长度以保证面料的强度。

这条服装产业链是从何时开始向上下游延伸的呢?

“当雅戈尔生产和销售都达到一定的水平,面料瓶颈开始显现的时候,产业链的整合就迫在眉睫了。”雅戈尔集团董事长李如成说。当时雅戈尔每年的面料采购额已达 5 亿元至 6 亿元人民币,其中 10% 采购自国外。“服装业的加

工能力已经具备,卡就卡在面料上。”李如成说,“解决这个问题,将促进整个产业的发展。在国内生产正装的企业中雅戈尔一直能保持增长,只有拥有自己的面料企业才可以巩固这种优势。”

如今,雅戈尔集团在新疆的纺纱厂拥有自己的棉田,年产量达 20 万锭。雅戈尔着力研发生产的高端品牌面料,其价格目前仅仅是意大利面料的十分之一,主要的国际买家已陆续转向雅戈尔。

与此同时,雅戈尔还将目光投向市场:1999 年 10 月,出资 6 亿元兴建的雅戈尔国际服装城首期竣工并投入使用。这个占地 30 万平方米的基地,融纺织、制衣、销售、贸易于一体。

至此,雅戈尔的垂直产业链从棉花种植、纺织印染等上游业务,一直延伸到成衣设计加工和零售。

“雅戈尔的生产部门、销售部门和面料厂,都成立了自己的研发团队。雅戈尔把这些研发团队整合在一起,既能够了解市场,也能够了解原料。原料、面料、生产企业、销售、零售为一体的产业链整合,是雅戈尔非常好的一个尝试,产品从研发、生产到上市,都在我们的控制中,能够迅速应对市场变化。”李如成说。

正因如此,雅戈尔会从产品本身的手感、质地出发,考虑用什么样的原材料,设计师可以直接和源头的厂家交流,好的面料、花型能快速成为现实。

这条完整的产业链也给雅戈尔带来了更多的国际合作机会,国外的品牌

厂商在这里下单,就可以享受到“一条龙”服务,产品的品质和交货日期都有保障。雅戈尔为很多国际上的一线品牌做代工,面料的 85%供应外贸。

从市场占有率到品牌提升

在整条供应链的基础上,雅戈尔开始了品牌细分的进程。企业开始从市场占有率提升向品牌提升迈进。

“市场占有率和提升品牌之间似乎永远有矛盾。雅戈尔的服装,已经开始从单纯的价位向价值的转型。”说这句话的是雅戈尔宁波区域销售主管张宁,他身着最时尚的 GY 服饰,这是雅戈尔细分的品牌中主打年轻受众的“绿标”(Green Young)。

张宁说,他从 2009 年 6 月开始负责宁波地区的销售工作,最大的感受就是雅戈尔的市场占有率不断扩大。“我们单个品牌的市场占有率已经达到 13%,但是一个品牌的兼顾人群永远有限,大众化的消费不适于创造高端的品牌形象。雅戈尔,需要迫切地进行品牌延伸和品牌细分。”

品牌细分有多重要?设计总监张宏举了一个订货会的例子:没有细分品牌之前,很多订货商会拉着他去看样品,请他结合各区域不同的消费状态和城市的时尚程度给出参考意见。

“因为在这之前,雅戈尔往往只是通过不同的系列对产品进行区分,消费者很容易混淆。”张宏说,品牌的个性化能更清晰地表达产品诉求,也更容易被人接受,符合时代发展。

2009 年开始,现有的雅戈尔品牌被细分为“金标”(Mayor Youngor)、“蓝标”(CEO Youngor)和“绿标”GY (Green Youngor)。“金标”主打 40 岁至 55 岁的行政公务人员,款式内敛、注重细节;“蓝标”面向商务人员,目标消费群体从 35 岁到 40 岁不等,款式时尚大方;而 GY 系列定位在年轻时尚的消费群,裁剪合体、领子窄而细,紧跟时尚。

事实上,20 多年来,雅戈尔一直在为品牌的多元化做基础工作。从做男装的成衣起家,先是做衬衫,接着又做西装,并把这两个主导产品的市场综合占有率都做到中国第一。在男装正装市场优势明显之后,雅戈尔进一步延伸产品线,相继推出了 T 恤、毛衫、西裤、风衣、领带、运动装等男装修饰。

2002 年,雅戈尔又率先在全国推行量身定制业务,为客户提供各种面料和款式,甚至连图标都可以不用,雅戈尔选用顾客自己的名字。顾客的定制信息反映到总部后便进入了智能的排料系

统,单子输进去后,一两分钟便可以完成设计、排料。

这项业务仅在 2003 年就为公司增加了 2 亿多元的收入。

在这些准备工作的铺垫下,雅戈尔于 2003 年推出了高端品牌金色雅戈尔,即“金标”。

当时的国内服装市场有一种根深蒂固的看法:本土服装品牌大多做中低端市场,国外品牌占据着中国高端市场。

金色雅戈尔在运行之初并不十分顺利,经过几年奋斗才逐渐步入正轨,为演变为“金标”打下了基础。

2005 年,意大利一家主攻高端市场的西服品牌看到了金色雅戈尔,觉得非常好,同意由雅戈尔贴牌生产。这意味着雅戈尔的设计能力得到了欧洲客户的认可,雅戈尔开始从单纯的制造向设计制造转型。

(2010 年 1 月 21 日 12 版)

经济日报

打造“创意创造的文化艺术世界”

——访宁波雅戈尔集团股份有限公司董事长李如成

◎ 郁进东

制造业是永恒的产业

记者:这几年,雅戈尔投资了房地产和证券资本行业,服装业是否仍将作为公司主业?

李如成:在我看来,制造业是一个永恒的产业。翻阅雅戈尔自1998年上市以来的年报,服装业的销售收入一直占集团总收入的大比例,处于绝对优势。雅戈尔是做服装起家的,也成功于服装。如今,雅戈尔衬衫和西服在国内市场占有率名列前茅,服装始终是雅戈尔的金字招牌。今年,雅戈尔还进军流行服饰、女装、家纺等领域。可以说,服装业过去是,今天是,明天依然是雅戈尔的主业。

很多人认为制造业利润低,把它作为产业链的低端来看待。其实,制造业是永恒的,关键是制造什么产品,制造什么档次的产品。制造业对全世界任何一个国家来说,都是很重要的基础产业。制造业是经济发展的基础与根本,

没有好的制造业,相应的服务、研发、渠道等就失去了基础。古人说衣食住行,如果服装业消亡了,老百姓穿什么?

服装业是技术密集型产业

记者:服装业一直被视为劳动密集型产业,很难与高科技挂上钩,您如何看待这个问题?

李如成:雅戈尔的服装业现在已是技术密集型产业。雅戈尔是从一个里弄作坊式小厂发展起来的。上世纪80年代,我们确实是加工型企业。没有品牌,没有设计师,没有自主知识产权。但那是短缺经济的年代,无论生产什么,都会销售一空。所以,那样的情形下,企业只要有大量的劳动力,日夜开工生产就行了,根本不需要过多地考虑设计、创意。

如今,短缺经济一去不复返了。中国加入WTO以后,我们和世界服装一流企业的交流更加密切,从中我们认识

到的重要一点就是,自主品牌、设计、创意对一个服装企业的发展太重要了。

目前,雅戈尔的制造业属于中高端,但还不是顶尖的层次。在成衣制造方面,我们仍需花相当时间才能达到世界顶尖水平。在研发方面,仍处于比较初级的水平。

为应对市场需求和竞争需要,近年来,雅戈尔加大企业研发创新项目的投入,成立研发团队,邀请国外专家,吸收国外先进技术,加大原始创新、集成创新的力度。

研发创新带来的直接好处是产品质量、档次和价值的提升,这是应对生产要素成本上升最好的解决办法。雅戈尔合理的产品升级换代速度,化解了外部经济环境不确定因素的负面影响,使企业获得了持续发展的动力。

打造“创意创造的文化艺术世界”

记者:雅戈尔从劳动密集型企业向技术密集型企业转型后,下一步的目标是什么?

李如成:我们现在正考虑更高层次的产业升级,要从技术密集型向艺术创意型企业转身,把雅戈尔从服装工厂打造为“创意创造的文化艺术世界”。

中国的服装品牌还缺少话语权,争取话语权是雅戈尔下一步努力的方向。也正因为如此,我们应赋予服装产业新的价值、新的定位和新的诠释。

如今,雅戈尔正从一家生产营销型企业向品牌型企业转型。我们提出一个新的目标,10年后,我们要培养出100个优秀的、有创意的、在业内一流的、大师级的专业设计人才,把雅戈尔变成一个创意创造的艺术世界。雅戈尔不再是跟随消费潮流,而是引领潮流,创造潮流。

为了更好地实现这个转型,雅戈尔在东华大学设立奖助基金,又出资500万元在浙东纺织服装学院成立雅戈尔奖助基金,扶持更多优秀学子投身服装事业,这是雅戈尔品牌战略的重要支撑。中国服装业经过30年的发展已经进入了装点和文化的阶段。在服装的最高境界——艺术层级,中国的服装企业要奋力冲刺,要有时不我待舍我其谁的历史责任感。雅戈尔将把它作为今后发展努力的方向。到那个时候,人们再来雅戈尔参观,看到的将不再是一个工厂,而是一个“艺术学院”,是一个“创意创造的文化艺术世界”。

(2010年1月21日12版)

经济日报

宁波鄞州区工商联助推企业转型升级

◎ 郁进东 寒石

宁波市鄞州区工商联积极搭建平台,优化服务,为企业发展献计献策,创造性地提出了“借脑、低碳、上市”发展思路,推动了企业转型升级。

借脑科研院校 促进产品升级

不久前,在北京科技大学会议中心,宁波东方压铸机床有限公司副总经理曹厚斌与北科大材料专业的董建新教授正在洽谈耐高温耐腐蚀材料在压铸机中的应用。“应用好新材料技术,对于优化升级注塑机产品起着关键性作用。”曹厚斌说。

当天,包括“东方压铸”在内的 40 余家鄞州民营企业携带 60 多项技术需求来到北科大进行合作对接洽谈,共有 22 个项目达成了初步合作意向。

另一家鄞州企业“天波电子”通过“借脑”成功实现产品升级。“今年公司和华中科技大学合作研发的远程抄表用的继电器产品项目已进入冲刺阶段,预计每只继电器售价将达到 100 元,是传统继电器的 100 倍。”总经理王铁伟

说,借助科研院校的“软要素”提升产品档次,是“天波电子”今后主攻创新发展的方向。

目前,鄞州企业已经先后与中科院、中物院、清华大学等“4 院 13 校”建立了全面合作关系。据不完全统计,近 2 年来,鄞州区工商联、科技局成功组织了多次校企科技合作对接洽谈活动,实现项目签约 125 项,合同成交总额 1 亿多元。

发展低碳经济 实施战略转型

宁波隆兴机械制造有限公司在停止传统铸造业的低端扩张后,寻找到了工程机械配件铸造新的“奶酪”。从粗加工到精加工,一“字”之差给企业带来了可喜变化:今年前 4 个月,单位产值能耗下降到 0.02 吨标煤,同比减少 96 个百分点。企业老总蒋乾感叹:“摘去高能耗的‘帽子’后,企业发展一身轻松。”

融入“软要素”,实现“软提升”;用信息、科技、人才、管理等“软要素”取代资本、资源等“硬要素”——这已经成

为鄞州区企业的共识。

制造业是鄞州区几个偏远乡镇经济的基础和命脉。今年一季度,地处鄞东南偏远山区的横溪镇工业产值同比增幅达 36%,而工业用电量同比下降 27%。“一升一降”说明既保增长又转方式,实现了传统产业的“绿色突围”。此外,在咸祥、瞻岐和塘溪等经济发展相对滞后的三个东部沿海乡镇,传统制造业的绿色转型也呈现良好势头。

国内办公文具行业龙头广博集团上马“环保概念”产品,自主开发了竹浆纸、苇浆纸、石头纸等多种高科技环保产品;自主研发的大豆油墨用于开发幼儿益智产品、相册及文具礼品等,具有安全无毒、可食用等特点,广受市场推崇,成为国内外采购商的抢手货。

走可持续的环保型产业发展让广博尝到了甜头。今年,广博环保文具产品的出口增长速度比普通产品高出 20 个百分点。据测算,仅使用环保纸张,广博一年就可节约木材 4.8 万立方米,相当于一年少砍了 16 万棵树。

鼓励企业上市 增强发展后劲

今年上半年,宁波立华制药有限公司

境外主体——朗生医药控股有限公司在香港联合交易所主板挂牌上市。这是该区首家在香港主板上市的企业。

上市对企业发展和区域经济转型升级有着巨大带动作用。在不久前召开的全区经济转型升级推进大会上,区工商联、金融办特别邀请深交所上市推广部负责人,为全区 260 余家企业做企业上市讲座。

去年下半年以来,该区完善企业上市的激励政策,形成了培育、协调、服务、考核等全方位鼓励企业上市的政策体系。目前,10 多家企业启动了上市程序,30 家企业被列入上市“后备库”。鄞州区工商联、金融办还主动联系保荐机构、律师事务所、会计师事务所、投资机构等,对上市后备企业开展对接服务。

目前,通过投融资和上市的方式,实现企业治理的规模化、集约化、公司化,已成为鄞州转型升级战略的重点,也成为鄞州企业家共识。据了解,今后 5 年内,鄞州区将力争新增上市公司 6 家以上,培育基本具备上市条件的后备企业 20 家,直接融资 100 亿元。

(2010 年 9 月 8 日 7 版)

经济日报

宁波鄞州区：优化产业结构 加快转型升级

◎ 郁进东 邱爱民 章燕飞

今年前三季度,浙江省宁波市鄞州区创下了 140.8 亿元的财政收入佳绩,达到去年全年财政收入的总和,这是继 2008 年、2009 年连续 2 年财政收入名列浙江省各县(市)区榜首之后,鄞州继续领跑全省。

财政收入持续增加,经济实力大幅增强的背后,是鄞州区优化产业结构,加快转型升级的坚实步伐和生动实践。近年来,鄞州区以优化产业投入方向为突破口,制订了“优势产业与新兴产业投资导向目录”,同时结合区域经济特色,提出了“5+5”产业发展计划,即以新光源、新材料、新能源、电子信息、生物医药为重点的五大新兴产业,以及装备制造、高档纺织服装、家用电器、汽车配件、文教文具五大传统优势产业,并出台政策加以着力扶持。

如何加快经济转型升级步伐?宁波市委常委、鄞州区委书记寿永年认为,区域经济要上新台阶,必须坚决淘汰落后产能,大力发展战略性新兴产业和现

代服务业。2008 年下半年起,鄞州区确定铸造行业作为全区产业优化升级试点行业,出台了一系列推进铸造行业产业升级的措施,整改提升一批、转移转产一批、淘汰关停一批。通过 2 年努力,目前,该区 159 家铸造企业中 104 家彻底关闭,55 家完成治理提高。该区蔺草企业也从原来的 283 家减少至 150 余家。一批小企业、生产环境不达标的企业已关闭,开诚等大型蔺草企业通过兼并整合,提升了技术装备和生产工艺,市场份额进一步扩大。

关闭部分企业后腾出的数百亩土地上,已落户了一批高新技术项目。雅戈尔是鄞州传统产业不断升级的一个代表。今年 5 月,雅戈尔“汉麻世家”杭州店开业。在这个温馨的生活馆里,呈现的是雅戈尔自主研发的绿色环保的汉麻系列产品:服装、家纺、卫浴、工艺品……这是继宁波、北京之后,雅戈尔开设的第三家“汉麻世家”。

传统产业嫁接高新技术,是鄞州改

造提升传统产业的成功经验。近几年来,鄞州区瞄准传统产业中具有行业领先性和示范带动性的重大综合技改项目,以技改带动传统产业突围。目前,注入了“科技元素”的轻纺、服装、文具等传统产业的竞争优势得到进一步强化,发展态势十分良好。

与传统产业高新化相映成辉的是,新材料、新能源、节能环保、生物医药、高端服务业等新兴产业异军突起。以合金材料、新型金属材料 and 新型纺织材料为重点的新材料产业,是鄞州新兴产业的一大板块。其中,新型金属材料以浙江广博集团的纳米金属材料为代表,该集团是世界第二大纳米金属材料制造企业,公司继我国第一条高水平超细纳米镍粉生产线成功投产后,今年初又投产了 16 条自主研发的纳米材料生产线。广博自主研发的纳米金属材料,打

破了此类高技术产品被国外少数几家厂商垄断的局面,大大提升了我国纳米金属材料研发生产的国际竞争力。

文化创意经济突飞猛进。服务外包示范园区集聚软件信息企业 220 多家,注册资本千万元以上软件企业 45 家,去年软件总收入突破 15 亿元。国家动漫游戏原创产业基地引进了华特迪士尼、水木动画等网络动漫行业巨头,去年动漫产量突破 1 万分钟大关,产量跃居全省第二。

产业的转型升级,使鄞州产业类型低端、产业链低端、生产方式低端的“顽症”得到了一定程度的破解。目前,全区 3000 多家规模以上企业中,符合“优势产业与新兴产业投资导向目录”的占 9 成;高新技术产品产值比重达到 44.5%。

(2010 年 11 月 9 日 7 版)

经济日报

宁波鄞州区广博集团： 依靠技术进步促进转型升级

◎ 郁进东 章燕飞

今年,坐落在宁波市鄞州区的广博集团投资近亿元建成的 16 条纳米材料生产线正式投产,至此广博的纳米金属材料年产能将达 400 吨,成为国内最大、世界第二的高端纳米金属材料制造企业。这是广博集团“转型升级”战略的又一新作。

近年来,广博集团不断加大投入,企业在转型升级方面下大力气,进军纳米金属材料行业,由原来的劳动密集型企业逐步转变为科技型企业,在多次悄无声息的“转型升级”和产业调整中尝到了“甜头”。

广博集团成立于 1992 年,最初是一家以制造相册、本册、办公文化用品为主体的轻工企业。随着市场的发展,仅靠简单的手工加工,企业很难有大的突破。

2009 年上半年,“金融寒冬”尚未过去,广博集团就果断斥资近亿元人民币,对原有几条纳米生产线改造升级的

同时,又引进了 16 条世界上最先进的纳米金属材料生产线。经这一“升级扩容”,企业人均产值提高了 200%,产品质量和产量也得到了稳步提升。

如今,纳米金属材料被广泛用于手机、相机等数码产品,市场前景十分广阔,但其核心技术一度被西方国家垄断。广博集团从加拿大引进高端人才,从浙江大学、兰州大学等高校引进硕士研究生,并结合我国实际,攻克技术难关,自成一体研发出“物理”生产法,产品质量稳定性大幅提高,但成本却比欧美国家的低了近 30%。

目前,广博纳米公司的 26 条纳米金属材料生产线,具备镍、铜、铝、银包铜、铜镍合金等多种粉体的生产,其中高端镍粉的产量已占世界总产量的 15%,产品远销美日韩等跨国企业,广博纳米公司还被评为国家高新技术企业。

广博在发展高新产业的同时,对传