



# FOCUS

# 决策精典

2021年2月24日

形势研判.....	2
【中国接连成为多方最大贸易伙伴意味着什么？】.....	2
要情要点.....	3
【优化布局四路攻坚，“十四五”国资国企开启发展新征程】.....	3
【环保约谈释放强烈治污信号】.....	5
产业观察.....	6
【以需定价也要合理合法】.....	6
创新发展.....	7
【私域渠道赶晚集，宝贝格子如何讲故事】.....	7
【推动新闻付费，微软发难竞争对手】.....	9
案例解读.....	10
【“宁津制造”谋变，智能技术成制胜招】.....	10



## 形势研判

### 【中国接连成为多方最大贸易伙伴意味着什么？】

疫情之下不少国家贸易“惨淡经营”，而中国却实现了新的飞跃。

据外媒报道，印度官方数据显示，2020年印度与中国双边贸易额达777亿美元。尽管这一数额与2019年相比有所降低，但足以使中国成为印度最大贸易伙伴。

同年，中国还首次超过美国成为欧盟最大贸易伙伴。据欧盟统计局数据，2020年欧盟从中国进口商品3835亿欧元，比上年增长5.6%；向中国出口商品2025亿欧元，增长2.2%。欧美贸易则比疫情暴发前明显缩水，欧盟自美进口、对美出口分别出现13.2%、8.2%的降幅。在欧盟前十大货物贸易伙伴中，中国是唯一实现贸易双向增长的。

另据德国官方最新数据，2020年德中贸易在疫情下逆势增长3%，总额达2121亿欧元。中国已连续第五年稳居德国在全球范围内最大的贸易伙伴。

中国官方此前表示，2020年中国外贸国际市场份额达到历史最高水平，货物贸易第一大国地位更加巩固。

中国一再成为主要经济体最大贸易伙伴，很大程度上得益于疫情防控和重启经济进度走在全球前列。

在其他国家因疫情纷纷“冻结”经济活动时，已经基本遏制住疫情传播的中国率先复工复产，凭借稳定的产业链供应链、强大的生产能力，源源不断为海外提供急需的各类日用品和防疫物资。一些跨国公司更是将医疗用品、“宅经济”相关产品的产能转移到中国。在此情况下，中国外贸特别是出口逆势增长也就顺理成章。

与此同时，中国经济加快复苏也为扩大进口创造了条件。中方统计数据显示，随着经济实现正增长，民众收入增加，去年中国进口了近1.6万亿元人民币的消费品，其中肉类、首饰、化妆品进口增幅都在30%以上。

中国外贸这一变化影响深远。

这意味着中国在国际经贸合作中的分量将越发重要。现在，作为贸易经济都成为全球唯一一个实现正增长的经济体，中国已成为其他国家要推动经济尽快走出低谷不容错过的合作伙伴。

一个例子是，据日本官方数据，得益于中国消费加速回暖，今年1月日本对中国出口同比大增37.5%，带动同期日本出口整体增长6.4%，连续第二个月上升。

如国际货币基金组织(IMF)研究部副主任佩蒂亚·科娃·布鲁克斯所言，中国是世界经济增长引擎之一，在供应链中也扮演着关键角色，在全球经济复苏中将发挥非常重要的作用。

最近，主要经济体已在释放愿同中国加强合作的信号。七国集团(G7)日前在领导人会谈后公布联合声明称，本着帮助全人类拥有一个公平、互惠的全球经济体系



的目标，G7“将同其它各方展开合作，尤其是同囊括了中国这样的大型经济体的 G20 国家合作”。

这也意味着，中国乃至全球贸易都将获得更多发展机遇。中国作为全球消费市场、供应方和资本提供方的重要性日益凸显，其他国家对中国的依存度上升。因此，中国外贸稳定增长不仅为国内构建新发展格局提供了支撑，也有助于全球贸易复苏。

[Top](#)

## 要情要点

### 【优化布局四路攻坚，“十四五”国资国企开启发展新征程】

推动中央企业净利润、利润总额增速要高于国民经济的增速，营业收入利润率、研发投入强度、全员劳动生产率都要有明显提高，同时还要保持资产负债率的稳健可控。这是 2 月 23 日国新办举行的国企改革发展情况新闻发布会上，国务院国资委主任郝鹏透露的 2021 年中央企业经营目标。

据介绍，围绕这一目标，今年国资委将在优化布局等多方面进一步发力攻坚，加大战略性重组和专业化整合。国务院国资委秘书长、新闻发言人彭华岗在回答记者提问时表示，下一步，国务院国资委将聚焦战略安全、产业引领、国计民生、公共服务等功能，支持中央企业按照市场化原则，采取重组整合等多种途径，加快国有资本的布局优化和结构调整。

他进一步“剧透”了四大具体路径：一是推动国有资本向关系国家安全和国民经济命脉的重要行业领域集中，加大对国防军工、能源资源粮食供应、骨干网络、新型基础设施等领域的投入。二是补齐产业链供应链短板，提升供应链保障能力和产业体系抗冲击能力。三是推动创新资源的整合协同，加快突破一批行业共性技术和关键核心技术。四是切实解决部分央企之间的产品相似、资源分散、重复建设等问题，形成资源合力。

数据显示，“十三五”时期，国有资本布局优化和结构调整加快推进，先后完成了 12 组 24 家中央企业的重组，新组建和接收了 5 家企业，中央企业数量从“十二五”末的 106 家调整到目前的 97 家。

“总的来看，重组的成效非常明显。”彭华岗认为，首先有力推动了资源向优势企业和主业企业集中，促进了相关行业、产业的高质量发展。其次有力解决了同质化竞争、重复建设问题，提升了中央企业的资源配置效率。此外，切实增强了企业的市场竞争力，在国际标准、行业规则制定上的话语权和影响力不断提升。

2020 年 11 月，中央全面深化改革委员会第十六次会议审议通过了《关于新时代推进国有经济布局优化和结构调整的意见》。会议指出，要坚持问题导向，针对当前



国有经济布局结构存在的问题，以深化供给侧结构性改革为主线，坚持有所为、有所不为，聚焦战略安全、产业引领、国计民生、公共服务等功能，调整存量结构，优化增量投向，更好把国有企业做强做优做大，坚决防止国有资产流失，不断增强国有经济竞争力、创新力、控制力、影响力、抗风险能力。

郝鹏表示，今年是国企改革三年行动的攻坚之年、关键之年，要确保完成总任务的70%以上。他强调，要在优化布局、狠抓创新上进一步发力攻坚。加大前瞻性战略性新兴产业等领域的布局力度，加大战略性重组和专业化整合，持续推动非主业、非优势“两非”和低效、无效资产“两资”的退出。加大激励创新力度，在关键技术上取得新突破。

据了解，今年2月，此前接连重组了马钢、太钢的中国宝武集团又与昆钢联合重组。该公司明确，到2022年底，在中国特色现代企业制度建设、推动国有经济布局优化和结构调整、提高国有企业活力和效率上取得明显成效。其中包括，大力推进兼并重组，实现高市占新突破，形成“超亿吨宝武”规模引领效应。中国五矿集团表示，2021年要实施重组整合战略行动，对内推进整合融合打造产业平台，对外推动并购重组。

地方国企重组整合也在提速。山东省国资委2月23日表示，2021年将发布“十四五”全省国有资本布局优化与结构调整规划和省属国资国企改革发展规划。深入实施战略性重组整合，完成部分省属企业重组整合任务。继续实施非主业清理整合三年行动计划，对主业发展情况实施常态化跟踪监测。

安徽提出，大力推动国有企业战略性重组和专业化整合，2021年将依托省港航集团启动新一轮港航资源整合。内蒙古透露，全区“十四五”国有资本布局与结构战略性调整规划将在今年6月前编制完成。支持区属国有企业与中央企业、其他地方国有企业、民营企业按照市场化原则重组整合。加快区属企业横向、纵向调整，优化产业链资源配置升级，推动众多中小国有企业优化整合。

切实防范风险也是今年重点工作之一。针对去年以来地方国企出现的债券违约现象，彭华岗表示，个别地方国企发生债务违约既有疫情冲击、市场波动的外部原因，也有企业自身盲目做大、管理不善等内部因素，是多重因素叠加的结果。近期在国务院金融委的领导下和相关部门指导下，地方切实采取有力措施化解债务风险，已经取得积极成效。

国资委透露，中央企业债务风险总体可控，下一步将继续督促指导央企加强债务风险防控，同时近期将会同有关部门建立国有企业债券风险预测预警工作机制，正在研究制定加强地方国企债务风险管控工作的指导意见，指导督促地方国资委精准识别高风险企业，加强资产负债率分类管控和资金投向管理。同时，还将联合人民银行、证监会专门召开防范地方国企债券违约风险专题会议进行工作部署。

#### ■兰瑞观察：

**“十四五”国资国企改革将着力于两个方面，一是紧紧围绕战略安全、产业引领、国计民生、公共服务等功能，来做好国有经济布局优化和结构调整；二是狠抓科技创新，突破一批“卡脖子”技术，实现“科技自立自强”来深化改革。在国企改革发展中，科技创新将居于核心地位，科技自立自强是国企高质量现代化发展的根本所在，国企特别是央企在科技创新中，要努力成为原创技术的“策源地”，现代产业链的“链长”。**



高质量现代化发展的根本就是坚持创新驱动发展，坚定实施创新驱动发展战略，全面塑造发展新优势。在“十四五”时期，全面建设社会主义现代化国家的新征程中，必须有一批以企业为主体的创新平台，国企特别是央企要发挥重要的核心性作用，发挥龙头骨干带动作用，必须有一批央企内部形成自身的有效的科技创新平台，同时加大国企特别是央企联合舰队的优势，形成强大的科技创新网络运行体系。

[Top](#)

### 【环保约谈释放强烈治污信号】

近日，安徽池州、江西上饶、湖北孝感、湖南衡阳、重庆南川和四川遂宁等六地因长江经济带突出生态环境问题整改不力被生态环境部约谈。在新春伊始、全国两会前夕这个特殊的时间节点，约谈释放了“十四五”污染防治的鲜明信号，虽然“十三五”污染防治攻坚战阶段性目标圆满完成，但歇歇脚、放放松的思想不能有，应继续保持治污方向不变、力度不减。

首次针对长江经济带突出环境问题进行的这次约谈，是在长江经济带共抓大保护、不搞大开发取得明显成效后开展的，意在巩固已经取得的成果，解决那些苗头性、倾向性的问题。即便如此，约谈折射出的问题仍然让人瞠目。有的地方在几年前的中央环保督察中被点名，但其环境治理不力、违法开采破坏生态问题一直悬而未决。整改到期前紧急变更治理方案，搞变通、走捷径，地方相关部门明知存在问题却通过治理验收、申请整改销号；有的地方存在的群众举报生态环境问题，被中央环保督察组先后 11 次交办，但该问题因整改难度大，地方存在畏难情绪，不敢较真碰硬，相关环境整治至今仍不到位。个别地方党委与政府长期以息访息诉作为工作重点，没有把工作放在真正解决环境问题上，对群众诉求响应迟缓。

这几年，全社会生态环保意识都在提高，生态文明理念不断深入人心，特别是中央环保督察的开展，以雷霆之势铁腕解决了一大批长期想解决而没有解决的生态环境“老大难”问题，不断压实生态环境保护“党政同责”“一岗双责”。而这次约谈所揭开的问题表明，一些地方和部门对于生态环保的思想认识仍不到位、重视不够，没有把生态环境保护摆在突出重要的位置上。有的地方对生态环境保护口头重视而实际不重视，或者环境治理一件事情摆在面前的时候重视，几件事情需要权衡的时候就不重视，再或者一时能重视而长远不重视。

#### ■兰瑞观察：

新春伊始的环保约谈犹如当头一棒，让沉浸在过往成绩中的部分人为之警醒。近年来，我国生态环境质量持续改善，人民群众感同身受。“十三五”污染防治攻坚战阶段性目标圆满完成、超额完成，但绝不可轻松懈怠，生态环境保护任务依旧艰巨。这次约谈不仅传导了环境问题整改的压力，更重要的是释放了强烈的治污信号，“十四五”时期要保持战略定力，方向不变、力度不减，深入打好污染防治攻坚战。要始终把保护和修复长江生态环境摆在压倒性位置，共抓大保护，不搞大开发。由此，各地要举一反三开展排查，想尽办法开展整改，并确保整改效果经得起历史、实践和人民的检验，迈好“十四五”开局第一步。



## 产业观察

### 【以需定价也要合理合法】

春节往往是餐饮业的黄金期。2月11日至17日，全国重点零售和餐饮企业实现销售额8210亿元，比去年春节黄金周增长28.7%。电影消费更不得了——春节档票房突破78亿元，比2019年大涨32.47%。

然而，也有些堵心的事情不得不提。

先说餐饮。今年春节，有消费者提前订好了座位，就餐前一天，餐厅通知改为只提供套餐，380元、580元、880元一位，不能点菜；还有消费者自带酒水，餐厅每瓶要收200元开瓶费；强制最低消费也重出江湖，有的餐厅就直接说包间有最低消费，3500元起。消费者能开心吗？

再看电影院。今年大卖的《唐人街探案3》《你好，李焕英》等是2D电影，但票价相当一部分是80多元、100多元，最高达680元一张。很多网友都在吐槽电影票价太贵。

就地过节助推了消费需求，电影院也好、餐厅也好，都有“报复性”赚钱的冲动。吃饭、看电影成了刚需，商家也就顺理成章地涨价了。可是涨价应不应该？合不合法？还得细说。

某影院经理表示电影票价高是因为受到限流50%或75%的影响，供不应求。但各大订票平台数据显示，很多影院开放预订的座位数远超规定，限流不构成涨价的理由。统计显示，春节期间全国影院上座率仅为30%、40%左右，很多场次并非一座难求。

更能说明问题的是，观影人次并未出现与票价一致的暴涨——今年春节档观影人次只比2019年增长21%，落后票房增幅约11个百分点，这说明有一些消费者因为高票价而忍痛放弃观影。

电影票价由市场决定，无可厚非，却不一定是最佳选择。高票价带来了高票房，却在一定程度上影响了消费体验。过高的票价还拉高了观众预期，低星评价里，有观众直言“100多块钱就给我看个这”，反而不利于影片的口碑传播。

电影是大众消费，希望从业者今后能制定更合理的票价策略，并作动态调整，让更多观众走进电影院。电影产业要健康发展，高票房还需高观影人次的支持，而不能依靠高票价。

电影票涨价是市场行为，监管部门不宜过多介入，但餐饮行业的各种强制最低消费、开瓶费可是霸王条款，是法律早已禁止的违法行为，监管部门应当严查。



2014年3月实施的《消费者权益保护法》规定，经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定。2014年，最高法在给媒体的回复中指出，“禁止自带酒水”“包间设置最低消费”均属于餐饮经营者利用其优势地位，作出的加重消费者责任的不公平、不合理的规定，违反了相关法律法规，属于霸王条款。

■兰瑞观察：

快7年了，“最低消费”“开瓶费”还屡禁不止，问题究竟出在哪儿？

由于时间成本的关系，消费者很难为“开瓶费”“最低消费”去维权，一旦监管部门没有主动作为，就会造成商家违法成本低、违法收益高的局面。有的商家可能会提前告知，也没强迫消费者消费，貌似给了消费者知情权和选择权，实则严重侵犯了消费者的公平交易权。消费者固然能够用脚投票，但这需要一个淘汰的时间和过程。

在此期间，监管不该失灵。应畅通举报渠道，严格落实《消费者权益保护法》，切实保护消费者合法权益。同时，还应指导餐饮企业制定合理的收费标准，例如，有些地方的物价部门允许餐厅为包间收取15%的服务费，或标明自带酒水服务费为本店售价的15%，并事先向消费者明示。对此，消费者大都理解并接受。

以需定价没有错，但制定合理合法的收费标准也是营造放心消费环境的重要一环。唯有如此，才能进一步扩大内需特别是有效促进消费，促进形成强大国内市场，让万亿级的消费市场真正火起来。

[Top](#)

## 创新发展

### 【私域渠道赶晚集，宝贝格子如何讲故事】

以微信小程序拓展私域渠道成为了电商寻找增量的“万金油”。近日发现，跨境母婴电商宝贝格子推出了微信小程序格物说，其不仅带有直播、拼团、1元学好课等业务，还以零门槛招揽用户成为格物说的店主。从业务模式来看，似乎很难看出格物说与其他电商平台之间的差异性。宝贝格子推出新平台的“故事”又在哪？

#### 新瓶装旧酒 0.01元拉新客

电商若是渴求用户流量，没有什么方式能比粗暴降价来得更为直接。在格物说平台发现，其不仅推出了0.01元新用户拼团活动，还通过1元学好课、限时购列表、



开心刮刮乐、拉新送优惠券、签到领现、直播等入口来拉升用户注册量和活跃度。值得注意的是，在主页上，格物说将“我要开店”频道也设置在显眼位置，以零门槛来吸引用户注册成为店主。据客服介绍，平台的分销层级共为2级，目前对店主的资质例如拥有的社群数量、个人职业等没有作出要求。

颇有趣味的是，从格物说的主页规划中能发现，其并未突出自身为“跨境母婴电商”的特质，和主站业态形成统一，而是更聚焦在社交购物的属性上。在公开资料中，宝贝格子创始人张天天对外谈论宝贝格子聚合私域流量时提及，宝贝格子会通过微信进行圈层，通过微信群进行社群营销。

可社交裂变的运营模式在跨境电商行业已经是老生常谈，例如考拉海购在2020年4月上线“爬树TV”和“Like社区”打造社交场景和直播带货，又在同年11月底新增友品海购App，以店主带货来打开私域市场。而洋码头、亚马逊海外购、豌豆公主等平台在海外直播、私域代购业务上也早有涉猎。相较之下，无论是开放店主权限，还是直播业态，宝贝格子都像是赶了个晚集。

### 平台净利下滑 寻找新入口

而从大环境来看，母婴行业尽管是刚需市场，其交易增速却在逐年递减。一份来自网经社的数据显示，2016-2019年，母婴电商交易增速从38.9%下滑至18.67%。

查阅宝贝格子历年的财报后发现，在用户维度，从2016年至2018年，宝贝格子App的在线用户注册数量从442万增长至642万，每年的用户增幅变化较为平缓。而在复购率上，宝贝格子从2016年的80.29%下滑至2017年的75%。值得注意的是，也就是从2017年起，其布局线下业态，打造“格子优品”线下母婴连锁品牌店，加盟服务收入达到996.4万元，占总营收的4.73%。

渠道的开拓对于平台整体收入和用户流量积累形成新的助推力。财报数据显示，宝贝格子的加盟服务收入比重逐年递增，由2018年的8.32%增长至2019年的18.98%，平台用户注册数量超过900万。同在这一年，宝贝格子的净利润达到2841.4万元，同比上涨6.72%，然而净利润增长率却显现出迟缓，同比下滑11.8%。

一位母婴电商行业人士表示，虽然国家开放了“二孩”政策，但一线城市的生育率并没有出现较高的增幅，因此母婴电商未来将更倾向于低线城市来寻找业务增长点。

另一方面，母婴企业依托线下渠道的体验式服务不得不面临疫情等不可抗力因素。在2020年上半年，宝贝格子的加盟服务收入同比下滑48.81%，公司整体净利与营收也呈现同比下降局面，分别下降44.69%和14.61%。

行业增速变缓、用户生育需求转移、疫情等不确定因素等重叠，加之直播消费的火热，似乎都在促使着宝贝格子寻找新的切入口。宝贝格子相关负责人回应称，格物说是一个生活方式平台，为品质家庭提供生活解决方案，将分享美食、育儿、旅行、时尚、个人成长和国际教育理念等，其App还将在苹果应用商店上架。

### ■兰瑞观察：

诚然，从某种程度而言，母婴消费背后的社群育儿交流需求和私域场景确实存在吻合，社群内用户的强联系又能进一步拉动平台商品的复购率。然而，要想顺利完成私域销售闭环的落地，除了以补贴吸引用户外，增值服务的多样性、直播KOL的引流能力、店主培训体系配套等等都是宝贝格子需要付出的潜在成本。仅以母婴社区类电商宝宝树来说，其销售费用在2017年、2018年和2019年分别达到1.46



亿、1.8 亿和 2.98 亿。显然，平台要想形成社区生态，不仅需要长期的用户沉淀，还逃脱不了经费燃烧。

店主带货早已不是新鲜事，电商企业间常彼此借鉴这些模式，因此主要还是比拼供应链优势，例如产品价格、品牌是否齐全、用户消费体验是否良好等。私域渠道的运作逻辑主要是维系老用户，加强核心用户群的交互和沟通，实际上是做存量市场，该模式带来的增量并不多。

微信商业近几年的体量越来越大，越来越多的品牌、平台在做小程序，打通私域流量，这也导致个人卖货的难度逐年递增，个人能整合的资源太少，难免出现卖不动货的情形，同时还会遭遇信任问题。跨境电商行业红利见顶的现状下，宝贝格子基于用户体量切入 C 端私域渠道是可行的，但要想做起来挑战也不少。

[Top](#)

### 【推动新闻付费，微软发难竞争对手】

微软、谷歌和 Facebook 在互联网阵地的竞争向来激烈，现在“战火”又烧到了新闻内容领域。根据微软公司 2 月 22 日宣布的计划，他们将在欧洲和四大媒体机构游说集团合作，在欧洲推动相关的司法框架，让拥有市场主导影响力的网络平台向媒体支付内容授权费，网络平台就包括微软的老对手谷歌和 Facebook。

具体来看，微软的合作对象包括“欧洲出版商理事会”“欧洲新闻媒体”以及“欧洲杂志和报纸出版商协会”等。该联盟表示，他们支持媒体和网络平台之间的授权费仲裁制度，而且也将密切关注澳大利亚相关制度的建立。

这也意味着，如果这项法律在欧盟获得通过，谷歌等平台将不得不向出版社、新闻媒体支付费用，因为其搜索结果中展现了新闻链接，而谷歌正是利用其搜索业务获利。

对此，欧洲出版商理事会负责人方喜罗（Christian Van Thillo）表示，很高兴微软公司认可媒体新闻内容对于搜索引擎和社交网络业务带来的巨大价值，欧盟监管机构也应该意识到这一点，另外，网络平台产品和单独媒体达成的授权协议还远远不够，“所有的媒体出版商都应该得到一个协议，无一例外”。

当然，作为潜在的“受伤者”，谷歌新闻副总裁 Richard Gingras 则表达了完全不同的观点，“我们不反对为该行业提供支持，问题是，我们究竟要支付什么？我们要支付的是整个发布者的生态系统还是一个商业组织？”

在过去多年中，谷歌和欧洲多国的新闻媒体发生了诸多法律纠纷，原因是谷歌新闻搜索中出现了新闻摘要或图片，媒体要求付费，谷歌则认为给媒体网站输送了访问量，不该付费。

事实上，欧洲并不是新闻付费的第一个战场。此前，澳大利亚政府曾要求 Facebook 和谷歌为澳大利亚本地新闻内容付费，这是全球首个旨在保护独立新闻的举措。Facebook 因为这个法案关闭了澳大利亚的新闻服务，澳大利亚总理莫里森称 Facebook 的举动形同“霸凌”。20 日，莫里森又表示 Facebook 已经开始与澳政府谈判。

与 Facebook 的态度类似，谷歌一直在努力游说反对该准则，称其“不合理”和



“不可行”。同时还发出威胁称，可能将搜索引擎撤出澳大利亚。而微软在当时就曾经试图“趁虚而入”，坐收渔翁之利。微软公司表示，它绝不会威胁要离开澳大利亚。

不过欧洲一些媒体高层以及欧洲议员认为，欧洲拟议的条款没有包括授权费仲裁制度，因此很容易被科技巨头“踢皮球”。

### ■兰瑞观察：

这是微软迄今为止最为大胆的一个举动，即和新闻媒体抱团，利用硅谷竞争对手所面临的困境，加紧推动自家的搜索引擎，成为媒体关系更好的网络新闻来源。

目前全球对于科技公司的监管日趋严格，主动总比到时被动要强一些，同时还能给竞争对手带来一些压力。

但新闻付费的可行性，目前对于社交平台 and 网站而言，主要收益来自广告，新闻服务并不是大头的业务，所以还需要看官方的态度和法案如何实施。

[Top](#)

## 案例解读

### 【“宁津制造”谋变，智能技术成制胜招】

熬过了“最艰难的时刻”，山东宝德龙健身器材有限公司(简称宝德龙)已经在康复健身器械的道路上迈开了步子。宝德龙副总经理路广感叹：“疫情考验之下，我们换赛道，破困境。如今看来，这一步走对了。”

地处山东省西北部、与河北沧州相邻的宁津县曾以杂技和蝓蝓出名。但现在，这里研发的商用健身器材“垄断”了七成的国内市场，也牢牢占据了出口市场的60%以上；“宁津制造”遍及美、欧、亚洲的100多个国家和地区。鼎盛时期，其健身器材产业的规模一度达到300亿元，并斩获“中国健身器材生产基地”称号。

突如其来的疫情冲击着健身器材行业，最难的时候，有企业“订单下跌80%”。

#### ■从零到百亿产业，“宁津制造”手握两大利器

汽车从滨德高速右拐，进入宁津收费站，各色与“健身器材”有关的广告陆续出现在道路两边，让人目不暇接。

“跑步机、动感单车、力量器械、划船机……这些健身房里的常见装备，在宁津都能找到货源。”宁津县科技局提供的一份材料显示：“宁津制造”商用健身器械和家用健身器械的十几个系列300多个品种、高中低档的产品这里都能生产。

这些大小117家健身器材企业，手握数百件专利，其中头部企业瞄准高端发力，背后以研发支撑；而中小企业依靠贴牌、代工发展。从高端到中低端，宁津



制造几乎囊括了市场所需的所有品种，更凭借原材料本地化的优势，打造了一张金灿灿的名片。

外人不曾想到，20年前的宁津，健身器材产业几乎为零。包括如今在业内掌握话语权的头部企业们，当时尚不知健身器材为何物。

2001年的中国，健身产业刚起步，台商开始进入大陆，在南方建厂。这让赵世晶、赵世龙兄弟坐不住了，循着“健身器材市场火爆”的消息找过去，他们发现了“新大陆”——这块市场大有可为。

靠着仿制和代工，宁津第一个健身器械品牌“久龙”诞生了。久龙，便是宝德龙的前身。而赵世晶、赵世龙兄弟分别为董事长和总经理。宁津百亿健身器材产业的故事，便是从赵氏兄弟开始的。

到了后期，赵氏兄弟分别创业，宝德龙、迈宝赫诞生。而另一家“巨头”大胡子的创始人，亦是赵氏兄弟的家族成员。路广直言：“我们宝德龙是宁津健身器材产业的‘黄埔军校’。很多人从这里走出去，创办企业，形成了今天的产业格局。”

### ■大洗牌时刻，新技术成产业赢家的胜负手

春节前后是路广和同事们最繁忙的时候。

一方面，宝德龙的转型成功，在新赛道上的订单量激增；另一方面，其承担的“基于新型人机交互技术的智能康复装备系列化产品研发与应用”等两大课题受到省级层面的重视，已拿到的七项发明专利更让其在行业内傲视群雄。但将“技术变现”，还需这家企业与大学、医院的配合。

“以往的健身，大部分以锻炼为目的；但现在，我们瞄准了康复人群，把健身作为身体恢复的一部分。”路广表示，这是他们选择的新赛道，也是没有竞争对手的赛道——环顾国内，将健身器材与身体康复结合，宝德龙是独一份。

在技术变现的道路上，宝德龙已经打造了典型场景：大学出药方，即诊疗方案；宝德龙出量身定制的设备；医院出场景，即将设备落地，按照药方，诊疗病患。

对赵世晶来说，这是不得已而为之的选择。疫情之下，传统的商用健身器材订单量骤降，“封闭在家，谁能去健身房？”同时，行业竞争激烈，利比纸薄。面对未来，转型势在必行。

不过，宁津健身器材行业是科技创新的受益者。该公司与山东建筑大学合作研发了一款电磁力医疗康复训练器械。传统的力量训练器材通过配重片起作用，而新技术通过电磁力起作用，体积小而还可以微调，从而实现了重量调节的高度精准，避免病人在身体康复训练中再次受伤。这让其在市场上广受欢迎。

在宁津，几乎全部的健身器材企业都感受到了疫情下的市场寒流，创新转型成为一致的选择。

在国内最大的商用健身器材企业——迈宝赫健身产业集团(简称迈宝赫)，其生产基地总经理刘新利道出了为何能成为最大的核心竞争力，“设计创新、质量管控、售后服务，三者缺一不可”。

刘新利眼中的设计创新，与智能化有关。普通的健身器材是一部冷冰冰的机器，需要教练辅助；而迈宝赫引入腾讯云，加入华为生态链，在一部实体的健身器材之外，“隐形教练”应运而生。后者通过体型扫描，给出健身方案，按需定制，还可以实现人机交互。

刘新利说，他们采用智能技术打造的产品都成了“网红”，受到追捧。

### ■迫不得已的转型，打开未来之门的钥匙

宁津拥有全国最大的商用健身器材产业集群，也被国家发改委选为体育产业联



系点典型案例推广，但技术创新的经验却是被逼出来的。

山东大胡子运动器材有限公司总经理任天恕就直言：“我们也遇到过一些竞争的品牌厂家，然后仿冒我们的产品，并且以更低的价格冲击我们的市场，并且影响我们的口碑。”

大胡子的遭遇也是整个宁津面临的难题：由于产业发展创新动能不足，曾出现了产品同质化严重、产业内部无序竞争等问题。

企业需要动一动，政府需要推一推。当地政府出台了财税和人才政策，帮助企业建立自己的技术中心，通过引进校企合作、国际专业设计人才等方式，提升产品核心竞争力。在此背景下，大胡子通过产学研合作设计出一款 EMS 电脉冲训练仪——不通过人体的大脑、中枢神经做控制，而是直接让人体的肌肉用电流来做强制性的收缩。即通过模拟生物电，大幅提升锻炼效率。

宁津健身器材企业转型，之前一直在低调推动，而疫情按下了“加速键”。时至今日，各家企业特别是头部企业都找到了自己的方向，他们或在“健身器材语音交互”上发力，或“让健身器材走向智能”，或让“康复设备”落地……疫情是一场考试，他们经受了煎熬和考验，最终换了一种新活法闯荡市场。对于未来，他们有十足的信心。

#### ■兰瑞观察：

宁津健身器材产业历经从 0 到 1，再到上百家的量变，除了“抱团发展”、全产业链的优势，还拥有两大利器：一是价格，二是技术。

智能化是我国装备制造产业发展的方向。智能装备制造是指运用人工智能、智能传感、机器人等技术，优化产品设计和制造过程。新技术的引入，必然会对产业发展带来革命性的变革。比方说，我国的健身器材产量大，但是科技含量却不高，往往是只卖器械，没有想过提供服务。智能技术的引入，可以很好地解决这一问题，不仅能让人们动起来，还能更好地吸引人们来运动、告诉大家怎样运动更科学，甚至可以带动新的消费增长点。

转型，转换，转变，是一年来众多健身器材企业的关键词。如宝德龙、迈宝赫、大胡子等当地头部企业都在谋求转型，转换赛道，寻求转变，而科技创新成为这一群体再次胜出的决定因素。

[Top](#)



### 综合快讯

- 据新华社报道，外交部发言人汪文斌 2 月 23 日表示，加拿大众议院有关涉疆动议罔顾事实与常识，对中国蓄意污蔑抹黑，严重违反国际法和国际关系基本准则，粗暴干涉中国内政，中方强烈谴责、坚决反对，已向加方提出严正交涉。
- 路透社最新消息，美国总统拜登和加拿大总理特鲁多当地时间 2 月 23 日举行美加两国领导人首次双边会晤，两国寻求翻过特朗普时代、翻开新篇章，强调两国关系深厚，并承诺在新冠疫情和气候变化问题上共同努力。
- 据马来西亚《东方日报》2 月 23 日报道，马来西亚移民局局长卡艾瑞·道得当天表示，当局遣返了 1086 名缅甸非法移民，由缅甸军方派出的 3 艘军舰接回。
- 据法新社报道，当地时间 2 月 23 日晚，尼日尔独立选举委员会公布了该国于 2 月 21 日举行的第二轮总统选举投票的初步结果，尼日尔争取民主和社会主义党候选人穆罕默德·巴祖姆得票率为 55.75%，在第二轮总统选举投票中胜出。

### 最新数据

#### 最新股市行情

日期: 2021/02/19

股指名称	收市价	涨跌	涨跌幅	股指名称	收市价	涨跌	涨跌幅
上证指数	3696.17	+20.81	+0.57%	道琼斯	31494.32	+0.98	+0.00%
深圳成指	15823.11	+55.67	+0.35%	纳斯达克	13874.46	+9.11	+0.07%
香港恒生	30644.73	+49.46	+0.16%	标普 500	3906.71	-7.26	-0.19%
台湾加权	16341.38	-83.13	-0.51%	英国富时 100	6633.10	+15.95	+0.24%
日经 225	29974.00	-262.09	-0.87%	德国 DAX	13995.50	+108.57	+0.78%
印度孟买	50889.76	-434.93	-0.85%	俄罗斯 MICEX	3457.68	+57.51	+1.69%

#### 人民币外汇牌价

单位: 人民币/100 外币

日期: 2021/02/19 23:35

币种	现汇买入价	现钞买入价	现汇卖出价	现钞卖出价	中行折算价
美元	644.290	639.050	647.020	647.020	646.240
欧元	780.680	756.420	786.440	788.970	781.620
日元	6.090	5.901	6.135	6.145	6.117
英镑	902.020	873.990	908.660	912.680	903.090
瑞士法郎	718.870	696.680	723.910	727.020	721.500
港币	83.090	82.430	83.420	83.420	83.360
新加坡元	485.860	470.870	489.280	491.710	487.320
加拿大元	510.130	494.020	513.890	516.160	509.870
澳大利亚元	505.900	490.180	509.620	511.870	502.230
泰铢	21.430	20.770	21.610	22.290	21.540



各国最新利率

国别	利率	涨跌	国别	利率	涨跌
中国	1.50%	不变	英国	0.10%	不变
美国	0.0-0.25%	不变	瑞士	-0.75%	不变
欧元区	-0.50%	不变	澳大利亚	0.25%	不变
日本	-0.10%	不变	加拿大	0.75%	不变

**我们的一切努力都是为我们的客户——  
提升竞争优势，共同创造持续长远的收益**

主办：兰瑞智库经济战略研究中心  
网址：<http://www.runwaysys.com/>  
e-mail：[runwaysys@188.com](mailto:runwaysys@188.com)  
全国客服热线：4001182162

会员内部资料 请勿复制外传