

史上最长‘618’，走到转折点

“今年没做‘数学题’，轻松多了。”“618”年中大促活动接近尾声，“00后”消费者思维的“购物车”已经基本清空。看着十余个在途订单，她不禁感慨：“看到想要的，就用领到的消费券直接买，不用凑单的感觉很棒。”

跟她有相同感受的消费者不少。今年京东主打“现货直降”、天猫取消凑单门槛、抖音部分商品立减15%……当促销玩法被简化，消费者参与门槛就会降低，紧迫感下来了，便利度上升了。

这个“618”，传统意义上的价格游戏逐步退场，背后是电商平台增长逻辑的重构。

这种重构也影响着宁波各企业、各商家、各品牌的生存与发展逻辑。

记者 孙佳丽
通讯员 颜宁 陈冰曲

新焦点：质价比或情价比

这段时间，潮玩 LABUBU以惊人速度火遍全球，各大城市的泡泡玛特门店前排起长队，有门店甚至上演“抢娃”大战……

记者在镇海骆驼街道找到了LABUBU等潮玩品牌的核心供应商之一——浙江陌凇工艺品有限公司，其生产车间内一派热火朝天的景象。

“近段时间，IP爆款不断涌现，我们加班加点生产的新品明显增多，订单量、生产量都较去年同期增长了至少10%。”陌凇工艺品董事长助理周坤说。

陌凇工艺品的生产热潮，离不开一个关键词——情价比。

往年“618”，人们追求性价比，关注点更多集中在价格、质量方面，如今的年轻人不仅追求性价比，还注重消费过程中带来的情感满足和社会意义。

情价比涉及的不只有潮玩经济，还有宠物经济。

宁波某商贸有限公司5月份销售额约2500万元，比4月份增加了近590万元。这家主营宠物用品的企业目前仅在线上销售，且只参加平台基础的促销活动。

除此之外，“618”更多的是走质价比路线的企业。宁波惠尔顿婴童安全科技股份有限公司就是其中之一。

“我们按照电商平台节点安排常规促销活动，并邀请总裁到直播间带货，分享儿童安全座椅知识，深度解读主推产品优势，搭配‘限时抽半价’及国补优惠，‘618’的销量稳中有升。”惠尔顿国内营销中心电商部经理刘盼盼说。

无论是情价比还是质价比，当价格不再是促销的唯一核心，宁波的企业、品牌和商家开始注重长远发展策略。



总裁走进直播间带货。(惠尔顿供图)

新玩法：AI渗透到直播各环节

今年“618”，不仅有史上最长的促销周期、更简单的促销规则、更多元的促销渠道，平台间的差异化竞争也向更深层次展开，其中一大亮点就是AI的应用。

“主播从上午直播到现在，不用吃饭吗？”“感谢您的关心，主播这场播完就去哦。”……

线上直播间中，这样的对话真实发生着，线下直播间里却空无一人，只有电脑在不停运转。

这是发生在奉化数字直播基地的真实场景。这个在昨日开园的直播基地，集聚了20个数字人直播间，24小时不间断直播，背后参与运营的仅有2名工作人员。

“我们只需根据直播反馈偶尔调整数字人主播的话术，应对下突发情况即可。目前，数字人主要被应用在留客资类直播及自带流量的商品直播等领域。”工作人员徐全说。

AI的应用已经系统性地渗透到直播的各个环节——

今年“618”大促开始前夕，为降低内容生成门槛等问题，天猫推出“图生视频”等一系列AIGC工具，支持商家通过上传图片自动生成最长20秒的视频内容；

京东云宣布面向POP商家免费开放五大AI产品，包括数字人直播、智能客服、短视频生成、京点点与京麦AI助手，覆盖从开店到运营、从营销到服务的多个环节……

“不少直播后台运营人员向我反馈，日常工作中AI使用率颇高，尤其在内容生态的构建上，AI工具可以结合营销手法实现在销售层面更快更好地转化。”宁波前洋商学院院长江燕认为，“内容+AI”应该会成为下一阶段电商的必备打法。

新趋势：从拼价格到拼生态

无论是消费行为的理性和分化、平台策略的顺势调整，还是技术应用的持续更迭，映射的是电商行业的演化趋势，揭示的是线上消费全链条的深层次变革。

“改变是消费理性化与产业成熟化的必然结果。‘618’这类大促活动已经进入各平台拼生态的阶段。”市商务局电子商务处相关负责人表示，宁波的商家、品牌和企业，谁能更快挣脱拼价格的桎梏，融入甚至掌握更强整合力的生态系统，谁就能获得更大的主动权。

在他看来，商家可以努力构建全域经营和精细化运营相结合的响应体系；品牌可以尝试融合跨界，实现价值创新；企业可以进一步强化供应链弹性和数字化能力。

构建“技术—价值—通路”的黄金三角
镇海逾千家出口企业
加快“双循环”步伐

本报讯（记者沈孙晖 通讯员张超梁）昨天，记者来到宁波科曼电子科技有限公司金川路厂区SMT车间，只见高速高精度贴片机正将芯片、电阻等自动贴装到电路板上，持续生产国内新能源汽车充电桩专用的控制板。

“随着国内新能源汽车产业蓬勃发展，我们将服务欧洲重卡市场的快充技术进行了‘本土化’改造。”企业董事长朱振甜说，该充电桩的充电效率大幅提高，已在全国多地投用。去年，企业充电桩内销额占比升至40%。

全球贸易格局加速重构，镇海逾1000家出口企业正在进行一场深度战略转型——通过创新驱动、服务延伸、渠道重构三重变革，主动校准航向，既奋力开拓“出海路”，更紧盯国内超大市场规模，加快“双循环”步伐。

跟上“双循环”节奏，原本的“外贸优品”必须因地制宜焕新，其背后是“技术出海—本土消化—双向溢出”的清晰路径。因此，镇海企业正从原先的海外爆款“回巢”升级为国内定制“上新”。

以健康饮品设备智造商灏钻科技为例，企业以往通常将海外畅销款“搬回”国内销售，但如今策略改变。“像这款集常温、55℃、85℃、100℃四温区出水的台式净饮机，就是专为国内市场研发的，精准匹配年轻人泡奶带娃、泡茶会客等需求。”企业品牌部经理陈德欢指着屏幕上实时跳动的销售数据说，目前企业国内销售额占比已攀升至35%，爆款大多是为国内市场量身创新的产品。

在市场竞争激烈的当下，能为消费者带来更多价值，才能塑

造新优势。越来越多的镇海出口企业用延伸服务提升产品附加值，既成为利润新增长极，更打开内销市场。

太一航空的“服务密码”藏在直升机停机坪里。他们设计制造的铝合金直升机停机坪，前不久“飞”到了广州一个金融功能区逾百米高的建筑上。“我们抽调结构、力学等方面的精干力量，组成专家团队，专门前往广州服务。”总经理石铁锋说，专业安装服务可精准释放停机坪安全等多项价值。晶钻科技的“服务价值”藏在“线上定制+3D建模+个性雕刻”体系中，水滴玫瑰、火焰、四叶草等30种异形切割，让批发商可根据自身需求，订购个性化十足的培育钻石。企业的培育钻石国内市场份额年均增长25%。

销售渠道连接着生产端、消费端，镇海出口企业通过渠道革新，努力挺进内需新蓝海，让“酒香”不再藏在“巷子”里。

作为丹麦著名音响制造商达尼在中国设立的子公司，达利音响在国内与270多家专业音响设备销售实体店合作，方便“发烧友”线下体验，同时在拼多多、淘宝、京东等平台开设旗舰店。“我们重新定义渠道价值，线下做体验场，线上变流量池。”企业工厂经理赵海利表示，去年该公司仅电商渠道带来的内销额增幅达30%，总内销额占比已达50%。

“创新、服务、渠道三个维度，构建出‘技术—价值—通路’的黄金三角。立足于此，镇海出口企业从专注‘出海’到‘内外兼修’，在‘双循环’大潮中全力远航。”该区相关负责人说。

宁唐健康：
探索“医疗大模型底座+”新路径



宁唐健康展厅。

（受访企业供图）

榜单新力量

记者 沈莉

AI大模型的东风，已吹到医疗健康领域。

医疗健康领域拥有海量的数据，对数据处理的效率和准确性要求极高；数据的爆炸式增长，导致医务人员的工作量成倍增加。

“医疗数据爆炸式增长与处理能力不足之间的矛盾，一定程度上使医疗领域成为AI大模型落地的理想场景。”浙江宁唐健康大数据科技有限公司总经理应桢说，宁唐健康首先要做的就是构建一个高效、安全的医疗大模型。

2023年11月，经过1年时间的筹备，白泽晓医疗大模型正式上线，这是宁波首个医疗垂类大模型。

白泽晓医疗大模型业务负责人杨郑涛介绍，为了顺利上线，白泽晓医疗大模型开启了“学霸模式”——学习了超100份医学教材、参考书，5000份诊疗指南，6500种西医临床病症，10万份合理用药说明……

此外，在宁波市卫生健康委员会的支持下，白泽晓医疗大模型获取并分析了百亿条宁波市卫生健康行业的相关数据。

“除了常规的医疗知识外，白泽晓医疗大模型针对性学习分析了宁波本土数据。”杨郑涛说，目的是让该大模型在宁波本土医院落地时能更契合医务人员日常工作习惯，从而提供更精准的医疗服务。

目前，白泽晓医疗大模型已在宁波市中医院、宁波市医疗中心李惠利医院及北京部分医院落

地，涵盖病历智能质控、辅助诊疗决策、专病健康管理等各类应用场景。

相较于人工，白泽晓医疗大模型这位“质检员”优势明显。在前期调研中，杨郑涛了解到，医务人员后期对病历进行质控需要8分钟，人力成本较高。运用白泽晓医疗大模型后，每份病历质控时间缩短到3秒，每天可处理超1万份病历文书。

今年，在白泽晓医疗大模型的基础上，宁唐健康正在尝试建立一个宁波医疗大模型技术底座，探索“白泽晓医疗大模型底座+”新路径。

例如，“白泽晓医疗大模型底座+中医”。基于白泽晓医疗大模型，宁唐健康开发了数智中医智能体。

再如，“白泽晓医疗大模型底座+链上企业”。用应桢的话来说，这个底座是宁波医疗大模型产业联盟的土壤。在这块土壤上，链上企业“百花齐放”，“各显神通”。

宁唐健康主要聚焦诊中阶段，其他企业或聚焦诊前智能导医、智能预问诊，或聚焦诊后报告智能解读、病理分析系统等，最终形成诊前一诊中一诊后AI医疗全流程。

“这样一来，宁波这套AI医疗全流程在推广到更多城市时，就更有竞争力。”应桢说。

随着AI技术的不断发展，医疗健康领域将迎来更多变革。宁唐健康将继续深化白泽晓医疗大模型的应用，推动其落地更多医疗场景。应桢坚信：“未来，AI将成为每个人的私人医生，为人们提供更加个性化、智能化的医疗服务。”

五马馆开馆
马氏后人捐赠珍贵藏品

本报讯（记者王博 黄银凤 通讯员石海彤）昨日上午，五马馆正式开馆。

该馆选址鄞州区邱隘镇邱家民居，建筑面积480平方米，馆名“五马馆”由中国文联副主席、西泠印社社长兼秘书长陈振濂题写。

该馆以展现马裕藻、马衡、马鉴、马准、马廉“鄞县五马”的事迹为主要内容，重在发扬鄞县邱隘马氏家族崇文重教、爱国爱乡的精神。它不仅是一座纪念馆，更是宁波“书藏古今”的鲜活注脚。

马氏家族，尤其是近代马裕藻、马衡、马鉴、马准、马廉五位先生，以卓越的才华和高尚的品德，成为宁波文化史上的一座丰碑。马裕藻是我国著名的语言学家、教育家，是北大国文系任职时间最长的系主任，是中国第一部官方颁行的法定汉字注音《注音字母》（汉语拼音前身）的首倡者之一。

马衡是金石学家、考古学家，曾任故宫博物院院长。在他的领导下，故宫博物院在文物保护、研究和展览等方面取得了长足发展，特别是在时局动荡的年代，他精心组织故宫文物南迁，使大量珍贵文物得以保存。

马鉴是知名的教育家和翻译家，在香港大学任教多年，致力于传播中华文化，促进中外文化交流。

马准在民俗学、版本学等领域颇有建树，收集和整理了大量珍贵的民俗文化资料，为我国民俗学研究提供了丰富的素材。

马廉是著名的戏曲研究家和藏书家，收藏了大量珍贵的戏曲、小说等文献资料，为中国戏曲文化的传承与发展留下了宝贵的文化财富。

“五位先生常年远离家乡，但始终以‘鄞县马’自居。‘五马’后人马临曾多次到宁波察看、商谈捐资项目，为加强甬港两地经济文化交流作出了积极贡献。”鄞州区相关负责人说。

五马馆的筹建过程，得到了很多专家学者和马氏后人的支持，收集了大量珍贵的手稿、书信、著作、照片等一手资料。

马裕藻外孙女杨康善捐赠手书“名藻上庠”匾额；马裕藻曾外孙孔冈捐赠章太炎题赠马裕藻的《别有》条幅（复制品）、油画《马裕藻像》等；马衡之孙马思敦捐赠马衡手书的“功俸鲁壁”拓片；马衡曾孙马利捐出其父亲马思猛先生收藏的《马衡日记》影印本、《马氏族谱》等珍贵资料；马鉴之孙马庆芳捐赠藏书及重要照片……

当天，《百年风华——传奇“五马”的家国情》一书举行首发仪式。该书详细记录了“五马”的生平事迹，是有关“五马”研究的最新成果。



古色古香的五马馆。（王博 黄银凤 摄）