



从“卖桌椅”到“卖仓储” 这家上市甬企“出海” 路子越走越宽



乐歌股份宁波京东mall门店。

1 新品展露锋芒



乐歌股份展厅。

从生产销售智能办公桌到自建海外仓帮助其他外贸企业“出海”，乐歌股份不走寻常路，“出海”的路子越走越宽。

今年上半年，乐歌股份实现营业收入24.27亿元，同比增长44.64%。其中，公共海外仓实现收入8.51亿元，占营收的比重提升至35.07%，较2023年同期提升11个百分点，较2022年同期提升20个百分点。

乐歌股份主营业务包括智能家居、健康办公产品的生产、销售，以及基于公共海外仓的跨境物流服务。今年上半年，其线性驱动升降系统产品销售额10.2亿元（销量78.38万套），同比增长10.42%。

站立、骑坐、躺卧……记者在乐歌股份展厅看到，从电控面板到线性驱动桌椅，能满足全年龄段的人体工学办公、家居用品一应俱全。

近两年，乐歌股份在保持升降桌等主打产品优势的同时，相继推出电动沙发、人体工学椅等新产品。今年上半年，新品类销售收入占比约8%。

“公司专注于线性驱动消费品垂直‘赛道’。”乐歌股份公关总监魏露露介绍，乐歌股份所有产品核心部件采用全自制，实现了高度自动化生产与自主研发。

记者看到，展厅大屏幕正在播放位于鄞州滨海的乐歌制造基地的介绍画面——冲压、焊接、包装等10余道工序自主运行……这皆出自乐歌股份自动化装备部门。

“在核心成员稳定的基础上，今年，我们还在继续扩充研发阵容。”魏露露说，目前，乐歌股份研发团队有800多人，IT团队有200多人，并还在不断扩大。

在数字化方面，乐歌股份滨海制造基地还应用了其自主设计的MES系统、仓储WMS系统、自动排产APS系统、安全数字化管理系统，打破了设计、工艺、制造、检验、物流之间的“信息孤岛”，做到“办公室里一下达指令，底层设备就能转动起来”。

2 首席“红人”效应

自主品牌是乐歌股份的“压舱石”。结合中报数据，记者发现，自主渠道正为乐歌股份成长性对抗风险性带来更多“看点”。

上半年，乐歌股份自主品牌产品销售收入占主营业务收入（不含海外仓收入）的比例达68.93%。其中，跨境电商销售收入9.15亿元，同比增长20.36%；自建独立网站销售收入3.69亿元，同比增长20.87%。增速均高于去年全年。在乐歌股份跨境电商收入中，独立站渠道、Amazon渠道收入占比分别为40.31%、53.76%。

“自有品牌产品主要通过独立站及线上第三方平台触达消费客群。目前，公司在全球有12个独立站。”魏露露说，在内外贸一体发力的同时，乐歌股份还加码线下渠道扩点。

目前，乐歌股份已在宁波开设3家直营线下体验馆，在“北上广深”等经济活跃城市开设35家经销门店。

众所周知，乐歌股份董事长项乐宏是该公司“首席营销官”，同时也是一位“百万博主”。今年，项乐宏相继出现在美国、越南、广交会现场。采访当日，他正在海外进行自建仓的推进工作。

在自媒体平台上，项乐宏围绕“电商学院”的概念，不仅讲述该公司管理“心经”，还分享跨境电商“生意经”。目前，其抖音账号“乐歌项董说”粉丝已近280万。

“一手‘出海’，一手帮人‘出海’。”魏露露说，今年5月底官宣的4supply分销平台，采用了供应链前置的商业模型，将会成为是乐歌股份助力中国品牌“出海”的“重头戏”。

在4supply分销平台上，外贸工厂可入驻并上架货品，跨境电商卖家可以选择货品进行销售……为外贸工厂找销路，为电商卖家找货源，帮助更多中小外贸企业“出海”。

3 海外仓收入翻倍

中报显示，作为第二增长曲线，乐歌股份的海外仓业务表现超预期，今年上半年营收同比增长129.88%，毛利率为15%，比上年同期提高2.31个百分点。

伴随美国电商渗透率持续提升，海外仓需求水涨船高。“公司海外仓的收入主要来自尾程派送、仓储收入、操作收入，以及部分增值服务收费。”魏露露告诉记者，当地尾程配送的快递账号对应的折扣，是第三方海外仓运营的核心优势之一。

据介绍，乐歌海外仓的快递账号使用时间久，累计发货量、年度发货量庞大，2023年已成为FedEx全球前十大客户，享受较优的快递折扣优惠和派送服务。

今年上半年，乐歌股份海外仓处理包裹超过400万个，同比增加超120%。截至7月末，乐歌股份在全球拥有17个自营海外仓，合计面积48.21万平方米，已累计服务778家外贸企业，其中不乏上市公司、中大件品类垂直类目的头部卖家等。

“公司能成为中大件跨境电商卖家的首选，得益于公司多年来合规经营，上市公司更受客户信任，且我们的海外仓库全部自营。”魏露露说。

不仅如此，通过前两年实行“小仓换大仓”战略，乐歌股份在美国核心港口区域已储备5000亩工业物流用地，可建造约150万平方米的海外仓。经测算，自建海外仓持有成本是租赁海外仓成本的三分之一至二分之一。

目前，乐歌股份自有海外仓建设正以每年10万平方米至15万平方米的体量扩容。7月，德国仓正式“开门迎客”；“美国佐治亚州Ella-bell海外仓项目”预计2025年下半年完工。

记者 张恒 通讯员 徐庭娴

锚定“新能源汽车+智驾” 宁波“隐形冠军” 抢抓行业机遇



爱柯迪生产线。

1 数智化已成标配

“数字化应用永无止境。”奚海军说。

早在8年前(2016年)，爱柯迪便启动“IKD 精益数字化工厂战略”，先后导入MES、5G技术等应用，2019年已实现压铸制造全流程透明化、数字化、智能化的“5G智慧工厂”建设。

步入爱柯迪2号工厂的机加工车间，切边、压铸、抛丸、去毛刺……几乎没有进行作业的工作人员。

记者看到，超百台机床正在各自的模块间内运行，平均由8个模块间为一组，中间通道则由工业机器人从中穿行进行上下料。

“这样的自动化单元岛，公司约有200多个。”奚海军说，目前，爱柯迪已经实现后端质量把控。

据悉，爱柯迪“大手笔”投入超6000万元，打造了慈城工厂的新能源汽车驱动电机壳体生产线，在配备空中滑轨的同时，从前期的仿真技术精度测算到后续的生产运输，除检验环节还需要人工干预外，其余环节均已实现自动化运行。

财报显示，去年，爱柯迪累计向全球汽车市场供应产品超4.8亿件，销量同比增长约65%；产品品种达4800种，同比增加约800种。

中小型产品是爱柯迪的强项，同时也开发了多项大型汽车结构件零件新项目。其中，车身结构件或将成为其发展的“第二增长曲线”。

奚海军称，随着“小、中、大”产品结构进入协调发展阶段，爱柯迪还逐步对数据应用价值进行挖掘，从而优化新项目接单评估和成本配置的决策依据。

“对门新工厂10月投产，新总部大楼今年底将完成基建部分。”在爱柯迪股份有限公司(以下简称爱柯迪)现总部大楼前，该公司副总经理奚海军告诉记者，“这两年，公司搭上行业发展快车，小步快跑，带来的变化真不小。”

作为全球中小件压铸“隐形冠军”，爱柯迪主要产品包括汽车雨刮系统、汽车动力系统、汽车热管理系统、汽车转向系统、汽车制动系统等。

2021年，该公司设定了“新能源汽车+智能驾驶”的产品定位，推出新能源汽车三电系统、汽车结构件、汽车智能驾驶系统等铝合金精密铸件。



爱柯迪俯瞰。

2 加码全球化布局

对新能源汽车而言，轻量化产业趋势明确，而铝合金是目前首选材料。

“我们已基本实现新能源汽车三电系统、汽车结构件、热管理系统、智能驾驶系统等铝合金高压铸件产品的全覆盖。”奚海军告诉记者，伴随行业加速升温，智能驾驶应用场景“多点开花”。爱柯迪在增强现有市场份额的同时，抢抓电动化、智能化带来的行业机遇。“2025年，力争以新能源汽车三电系统核心零部件及结构件为代表的新能源汽车产品占比超30%；到2030年，上述占比将达到70%。”

去年，爱柯迪从博世、大陆、纬湃、电产、李尔、采埃孚、博格华纳、汇川技术等多家Tier1汽车总成制造企业处获得多项涉及新能源汽车、智能驾驶领域的新项目，其中不乏海外知名企业。市场布局方面，爱柯迪锁定亚洲、北美、欧洲等汽车工业发达地区，全球化布局正加速成型。

奚海军介绍，欧美客户对于本地化采购需求愈发强烈，爱柯迪正在探索产销协调的“更优解”。

北美市场是爱柯迪海外布局的“重头戏”。去年，爱柯迪墨西哥一期生产基地项目已全面投入量产使用。同年，墨西哥二期工厂(新能源汽车结构件及三电系统零部件生产基地)的建设也已启动。不仅如此，爱柯迪还通过定增募投12.33亿元加码北美市场。

据介绍，墨西哥二期工厂主打新能源汽车用铝合金产品计划2025年投入生产。项目达产后将新增新能源汽车结构件产能175万件/年，新增新能源汽车三电系统零部件产能75万件/年。

奚海军表示，墨西哥工厂将复制宁波工厂从压铸到产品交付的生产流程。而马来西亚工厂则主要侧重上游产业链，如铝合金的加工等。未来，部分零部件的加工也或将转向东南亚生产。

3 优化“作战阵型”

“在公司体量逐步扩大时，我们感到过去竖状组织架构越来越无法满足发展需求。”奚海军说，“优化中后台建设，并非仅提升与生产部门的交互能力，最终目标是提升交付率，支持公司全球化战略。”

事实上，爱柯迪在“作战阵型”优化上动作频频——通过拓宽横向组织，补强职能部门信息化应用程度。同时，加强各部门可赋能功效；构建项目型组织；创新市场开发和产品销售组织建设；试点人力资源BP和财务BP，在试点工厂落地专业化的经营主体财经管理和人力资源管理。

基于涉及产品细分领域众多，爱柯迪需要进行模块化化管理。为此，早在2020年，爱柯迪就建立了“阿米巴”式管理模式，通过管理机制设计，让公司利益与员工个人利益高度一致。

值得关注的是，自上市以来，爱柯迪共推出5轮股权激励，覆盖中高层、基层、新员工。

Choice数据显示，该公司累计股权激励7580.5万股，占总股本7.76%。其中，今年6月，第五期股票期权激励计划第三个行权期股票已上市流通，数量为1377万股，涉及中高层管理人员及核心岗位人员552人。

从2019年起，爱柯迪每年现金分红占归母净利润的比例均高于30%。其中，2023年，该公司分红2.83亿元，占归母净利润的比例达31%。

记者 张恒 通讯员 陈冰曲



爱柯迪生产线。

乐歌股份美国新泽西州仓。