

解码大湾区

统筹：李青 马汉青

深读

一方面毫不松懈抓好疫情防控，一方面开动生产链、打通供应链、盘活产业链、抢抓新机遇

# 珠三角蓄势加力抢先机

## 上下游“联姻”共复苏

家电企业的逆势增长，离不开完整产业链的坚强支撑

文/图 羊城晚报记者 张韬远

3月24日，格兰仕位于顺德总部的工厂里，自动化设备正在快速运转，技工们正有条不紊地紧张工作。海外市场不断激增的订单，让这个扎根顺德的全国家电制造龙头企业的车间比往年更加忙碌。格兰仕信心满满、开拓海外市场的背后，是产业链全面复工为稳定生产做出的支撑。在顺德，政企携手，全产业链上下游联动复工的“战疫”，保障了当地制造业产能的复苏。

### 海外订单逆势增长

“近年来，我们在北美等海外市场发展迅速，今年我们希望再迈一大步。”格兰仕董事长梁昭贤给自己定下一大目标。不过疫情蔓延，市场不确定加大，他也不敢乐观，这是否会给格兰仕外贸板块的快速发展按下“暂停键”？来自海外的反馈让他重燃信心。“疫情之下，海外消费者显著加大了日用必需品的采购，线上线下渠道销售不断提升。今年前两个月，格兰仕在北美市场全品类销售同比增长16%。”梁昭贤说，目前格兰仕外贸订单甚至已经排到今年6月底。

同样从危机中掘到商机的是小熊电器。这家扎根顺德的创意小家电公司一直将电商平台作为最重要的销售渠道。疫情之后，健康生活类的小家电线上需求不断攀升，给企业带来了新的发展空间。“春节开始，电热饭盒等几款主打产品的销量大增，2月份平均每天从电商平台上接到的电热饭盒订单超过1万台，我们正在加紧生产满足积压订单。”小熊电器

董事长李一峰透露。

### “共享员工”共复苏

抢订单、稳链条。顺德家电企业的逆势增长，离不开敏锐的市场洞察，也离不开当地完整供应链的坚强支撑。作为全球最大的家电产业基地，顺德大部分家电企业的配件采购半径不超过50公里，零部件一旦短缺，能够迅速在此地寻找到合适的替代。

如何稳链条？顺德率先提出了“产业链复工”模式，在推动骨干企业复工的同时，顺着产业链的脉络，帮助供应链上的中小微型零部件制造企业复工。

美的集团在顺德有超过450家供应商，一方面，政府部门主动出击，利用政务数据，匹配核心供应商与美的同时复工，保证了美的产能的及时恢复。另一方面，美的集团与其所在的北滘镇联手，开出一辆“暖心大巴”，将外地员工密集接回复工。

产业链复苏离不开配套中小企业的复苏，“上游供应商延迟开工，最后会影响到我们的产品生产和交付。”美的生活电器事业部人力资源经理张文地说。美的生活电器探索出“共享员工”的新模式——美的买社保，用用人单位工资；300名美的生活电器员工，前往供应商车间支援生产，恢复供应链的活力，也保障了美的电器的生产。

“稳定的供应链支撑之下，产业链上下游携手克服生产中出现的各类难题，最终使终端产品的产能迅速恢复。”顺德区经济促进局局长吴显强分析，随着订单及时交付，市场的信心和预期也稳定了下来。



从上个月月底开始，位于东莞的晶富科技生产车间已经开足马力

## 一张外贸订单 盘活多家企业

团队作战让这家企业的“外贸生产线”逆势增长

文/图 羊城晚报记者 唐波

一张外贸订单带活上下游多家企业。疫情之下，东莞传统制鞋产业正受压。一些外贸企业通过上下游协作，通过一张大单盘活上下游企业。幸运的背后折射出粤港澳大湾区产业链的承压韧性，以及传统产业上下游协同合作的坚强支撑。

### 健身鞋海外受追捧

位于东莞市寮步镇新旧社区的晶富科技，从上个月底开始，生产车间就已经开足马力。大洋彼岸美国的客户，催单电话一个接一个，要求他们赶紧将订单生产出来，以最快的速度发货过去。这些吃香的订单，并非美国紧缺的口罩，而是鞋子。

“我们生产的品牌叫NOBULL，是美国新兴的运动休闲品牌。”晶富科技负责人雷兴余告诉记者，NOBULL去年的下订单量只有几十万双，今年预计将超过百万双，订单增长有望超过50%。

原来，NOBULL主打产品是健身系列的鞋子。很多美国家庭有健身的习惯，疫情期间虽然外出运动机会减少，但在家照样可以运动健身；同时，NOBULL品牌的销售渠道以网络平台为主，客人足不出户就可以在家下单。正是这些因素，让该品牌在全球的销量不降反升。

### 抱团协作稳定客户

手握海外大单，晶富科技无疑很幸运，但企业以及上下游伙伴环环相扣的协同合作才是完成一张大单的坚强支撑。

制鞋，并不需要太多高科技含量，却涉及数十道工序，有的环节机器取代不了人工，是典型的劳动密集型产业。“上游包括产品研发和设计，下游包括鞋底、鞋面、鞋帮、鞋垫等制造商，任何一个环节掉链，就生产不出一双鞋子。”雷兴余告诉记者。

从2月初开始，他就积极奔走，力保自己的企业，也力保上下游企业顺利复工复产。2月底，企业工人到岗200多人，实现了90%复工。目前生产线将扩大，现有员工人数比前年还有所增加。另一方面，与企业配套的鞋面、鞋帮、鞋底等多个厂家，由于年前准备充分，也已经顺利开工。

整合产业链资源，抱团协作，让晶富科技顺利实现了逆势增长。“如果企业自身没有未雨绸缪，抑或整个链条断掉一环，海外就未必能拿下！”专注于制鞋行业20多年的陈涛分析，他认为疫情强化了“地球村”概念，也强化了全球产业链的世界协同。



位于江门的维达公司口罩生产车间内正在进行生产(资料图片)



在顺德，管理干部也下到生产线帮助生产

## 跨行业挖潜 传统产业显韧性

防疫物资生产让江门制造找到升级“绝招”

文/羊城晚报记者 陈卓栋 通讯员 江工信 周颖森

供应防护服压条机超过1400台、防护胶条2.8亿米、熔喷布超27.6吨、无纺布超3834吨、医用口罩日产能超百万……疫情之下，江门口罩产能增加19倍，防护服生产实现“零”突破。记者近日走访江门多家制造业企业发现，疫情之下，一些传统制造业内部挖潜、外部整合，呈现强大的产业韧性。

### 跨行业整合激发新产能

在维达纸业(中国)有限公司(下称“维达公司”)位于江门市新会区的东逸工厂内，新增的封闭车间正在全速开动。多层原料压合、缝进鼻夹、折叠、补边压合、热压固定挂绳、裁断……高度自动化的生产线有序运行，各工序紧密配合，一只只崭新的口罩就此出产。

机会总是留给有准备的人。专注于卫生用纸、个人护理等领域的维达公司，早已将口罩生产纳入考虑。“早在去年第三季度，维达就曾开展了口罩生产研究，已掌握了产品结构等关键技术。”公司董事长张健说。疫情来袭，维达公司的口罩生产计划迅速启动。

和维达相似，康美芝、远博、康迪斯……这些原本就具备了口罩生产能力或生产条件的江门日

用品、医疗用品生产企业，也迅速调整，启动口罩生产。

拥有深厚产学研积累的江门理工大学——广东南方职业学院解决了生产设备的后顾之忧。相关教师和技术工程师不仅支援完成了口罩生产线的安装、调试和部分器件的更新，还突击研发出了一套设备日产能达到14.4万只的全自动平面耳带式口罩生产线。

口罩生产原料供应同样一呼即应。迈德公司、恒通公司、纺织无纺布厂等口罩原材料生产企业在江门市工信局的支持和调度下全力加大生产量，不仅供应江门的口罩生产，还为中山、阳江、佛山、东莞等地口罩生产企业提供原材料。

传统产业的跨行业整合，有效激发出强大产能。江门市工信局数据显示，目前江门市备案企业口罩生产产能16家，预计日产能本月底达到200万只。而在1月底，江门能生产医用口罩的企业仅有一家，日产能不足10万只。

### 防护服生产潜力“变现”

江门是粤港澳大湾区重要的制造业基地。疫情之下，传统产业整合“变现”并非个案。

记者了解到，作为全国重要

的防护服压条机和防护胶条生产基地，江门企业目前共供应防护服压条机超过1400台、防护胶条2.8亿米。虽然提供大量设备和原材料，但在疫情防控之初，江门并没有一家企业生产医用防护服。

“2月1日，我们决定响应江门市政府的号召，积极承担社会责任，生产防护服。”广东宏健医疗器械公司总经理李东说。

宏健医疗原是一家生产手术用引流管、给药器的生产厂家，具备生产二类医疗器械生产资质，且具备生产医用防护服的无菌洁净生产车间及有关灭菌、检验设备。2月1日决定生产防护服后，该公司迅速铺开车间调整、设备和原料购置、工人招募等一系列工作。2月15日开始投产隔离衣。目前，该公司日均产量已经稳定在1000件以上。

“从生产能力、生产设备研发到原材料的供应，江门的传统制造业都给口罩和防护服提供了雄厚的基础，只要稍加整合调度、深挖潜力，就能迸发出强大的产能。”江门市工信局人士认为，此次经验为未来江门制造业的转型升级提供了一个经典示范。“案例”，“整合现有生产能力、深挖潜在生产能力，未来只要坚持做好这两点，江门传统制造业的转型升级就大有希望。”

## 深圳 “科技+”潜力加速蝶化

疫情激发科技企业不断培育出新增长点

文/羊城晚报记者 林园

3月23日上午，腾讯、平安、华为“三巨头”疫情后首次碰头，与盐田区政府签署战略合作框架协议，预备在智慧城市和“数字政府”建设上携手发力。

深圳是粤港澳大湾区闻名的“科技之都”，疫情成为“科技+”潜力加速蝶化的催化剂，激发科技企业培育新增长点、塑造新优势。

### 新兴业态塑造新优势

云复工、宅经济……疫情来袭，新业态新场景应运而生。造就这些新业态新场景的底气是——科技。

“新型工具为许多创新提供了基础。”腾讯计算机系统有限公司副总裁邱晓鹏介绍。据了解，从2月10日开始，腾讯近6万名员

工就已经全部实现“云端复工”，最高峰5.1万名员工同时在线办公。这家互联网“领头羊”企业的正常、高效运转，保障了全国、乃至全球更多企业的“云复工”。

全民“宅家”，在线会议迎来前所未有的生机。早在2月初，腾讯会议就经历了大考，扩容成为腾讯工程师的日常：8天紧急扩容超过10万台云主机，投入的计算资源超过100万核，这在腾讯云历史上还是第一次。

### 技术创新培育新增长

同样在此次疫情中业务得到扩展的还有华为。疫情中，很多企业采用了华为的WeLink，而在此之前，WeLink只是华为的内部办公系统，华为技术有限公

司副总裁杨瑞凯举例。他透露，“新的一年，华为将会加大基础研究和科技研发投入，将不低于销售收入10%—15%的费用用于研发投入。研发投入中除了产品开放，将有20%用于基础研究。

疫情是危机，也是一块试金石，让腾讯、华为这样的科技企业试出“深圳科技”的力量。疫情也是催化剂，加速企业转换思路，给企业带来更多新命题思考。

邱晓鹏介绍，接下来，腾讯将运用技术手段，帮助政府复苏经济。“微信是覆盖11亿人的客户端，我们将打通这些资源，帮助居民快速链接，协助餐饮和旅游业重建。在未来的‘新基建’中，腾讯将把自己的优势和盐田的产业资源结合起来，运用新的技术手段，帮助盐田区更好地发展。”

## 珠海 云卖鱼、合作社 特色农业灵活转身

水产养殖业在危机中迅速调整，寻找新市场

文/杨雪薇

3月24日清晨6时，珠海拱北口岸关闸开放通关，满载着新鲜水产、蔬菜、活禽禽的大货车通过“鲜活农产品绿色通道”检验，输入澳门市场。

珠海作为粤港澳大湾区远近闻名的“鱼米之乡”，疫情期间，特色农业——水产养殖业一度受到影响。如何让鱼儿顺利“游”上人们餐桌？互联网零售、“抱团取暖”……珠海“养鱼人”转变思路，在危机中迅速转身，寻找新市场。

### 鱼儿融入电商

“江上往来人，但爱鲈鱼美。”珠海斗门白蕉镇是著名的“中国海鲈之乡”，受疫情影响，海鲈鱼销售一度跌入低迷。“超市、批发市场、餐饮连锁，这三大渠道往年春节正是销售高峰，今年几乎没动。”珠海海鲈鱼龙头企业广东强竞农业集团董事长刘强表示。怎么办？“开辟互联网零售渠道，线上线下融合，加快将水产养殖产品加入电商行列。”刘强下定决心。

今年2月初，广东强竞农业集团迅速开发出“渔你分享”小程序，目前已推出3个版本。截至目前，每日订单达到1000多单，日销售额将近20万元。刘强透露：“预计4月份订单量将突破10000单，日营业额也会达到100万元。”

除了开发自有小程序，强竞农业今年一月份包装自有品牌，入驻京东。旗舰店上线首月，销售已突破10万元，并以每天100%的增长率迅猛发展。

疫情让传统线下场景失灵，但是与电商相结合，强竞农业看到了社区团购的新空间。他们开发的“渔乐到家”项目预计今年五月份落地；计划在各大社区投放冰柜，每天定点配送，人们网上自助下单，社区定点取货。

“放弃野味，渔业将面临新的发展机遇。”对于珠海水产养殖业的发展，刘强满怀信心。但是与电商相结合，强竞农业看到了社区团购的新空间。他们开发的“渔乐到家”项目预计今年五月份落地；计划在各大社区投放冰柜，每天定点配送，人们网上自助下单，社区定点取货。

### 合作社抱团取暖

珠海金湾是著名的“中国黄立鱼之乡”，疫情之下，黄立鱼“养鱼人”主动出击，“抱团”加入合作社，合力在危机中寻

找新市场。3月12日早上7点45分，满载着1千多斤黄立鱼的水产养殖户从珠海金湾大林养殖户朱宇的鱼塘里驶出来，这是朱宇的第一车鱼。十几个前来帮忙的养殖户，从早晨5点多就开始忙活。拉网、刮塘、捞鱼、运鱼、称重、冰鲜……短暂的休息后，他们还要进行第二次、第三次捞鱼。当天上午，塘里6千多斤的鱼将全部清出来，冰鲜后坐上开往福建、浙江的水产运输车，游上市民的餐桌。

疫情影响下，单打独斗的养殖户在养殖策略、销售渠道等方面的劣势凸显，所幸，朱宇的选择是加入合作社。朱宇所在的悦农水产养殖专业合作社，就是珠海金湾大林片区养殖户抱团取暖的家庭。该合作社成员现有53户，养殖面积约3000亩，合作社通过技术、鱼药、饲料统一供应，积极对接销售渠道，指导养殖户尽量在疫情下减少损失。

据悦农水产养殖专业合作社理事长刘小龙介绍，目前黄立鱼水产养殖已经全面复工。“前景肯定越来越好。”朱宇分析。