

关于增强本土特色消费品供需适配性的建议

消费是经济增长的持久动力，增强消费品供需适配性是提振消费的核心抓手。宁波作为制造业强市和消费大市，拥有智能家电千亿级产业基础与“红帮”服装、甬式食品等历史经典产业底蕴，但本土特色消费品存在供需错配问题：居民品质化、个性化消费需求升级，本土产品却创新不足、品牌力弱、场景单一，导致“本地好货卖不出、居民好需得不到”，既制约消费潜力释放，也影响城市消费吸引力。

一、存在的主要问题

（一）产品创新与消费需求脱节

本土特色消费品多依赖传统工艺，创新设计能力薄弱。甬式食品以传统口味为主，缺乏低糖、便携等适配现代健康消费的改良；“红帮”服装工艺积淀深厚，但年轻化、场景化设计滞后，难以满足 Z 世代需求。智能家电“微创新”未充分对接本地家庭场景，个性化定制覆盖不足。

（二）品牌培育与价值转化不足

宁波特色消费品“有品质无品牌”，除少数龙头企业外，多数品牌影响力局限本地；“宁波汤团”仅获批集体商标，未取得地理标志集体商标认证，缺乏排他性保护，市场辨识度低、溢价能力弱；“甬式家具”制作技艺为省级非遗，未启动地理标志集

体商标申报，区域公用品牌培育空白；部分本土品牌营销手段传统，未能借助新媒体实现文化价值与消费流量的转化。

（三）供给场景与消费升级错位

特色消费品销售仍以传统商超为主，缺乏沉浸式体验场景；90%的新增首店集中核心商圈，县域特色消费供给不足致“消费外流”；文旅与本土特色产品融合不深，非遗工艺、海鲜特产等未充分转化为旅游消费商品，未能形成“体验+购买”闭环。

（四）政策支持与产业发展适配不够

现有政策聚焦通用领域，针对本土特色消费品的专项扶持较少；创新研发补贴、品牌培育资金等支持措施分散，未形成协同效应；中小企业面临人才短缺、数字化转型成本高、融资难等问题。

二、建议

（一）建立“需求—供给”精准对接机制

市商务局联合市经信局、市文旅局，每季度开展本土消费需求调研，形成《需求清单》定向推送企业。设立本土消费品创新专项，对工艺改良、功能升级等项目给予研发补贴；推动校企共建设计中心，企业吸纳相关专业毕业生给予社保补贴。

（二）实施品牌培育提升工程

市市场监管局（市知识产权局）牵头，指导宁波汤圆行业协会整合“宁波汤团”集体商标资源，争取2026年内完成地理标

志申报；联合甬式家具非遗保护单位、行业协会，启动“甬式家具”申报可行性研究；建立以地理标志、非遗技艺为核心的品牌保护名录，建设知识产权快维中心；开展“宁波特色消费品牌”评选，每年选出10-15个优质品牌纳入培育库，给予推广补贴；支持非遗体验馆建设，推动“红帮”裁缝技艺等与文旅消费深度融合。

（三）构建全域化消费场景体系

核心商圈设立特色消费品体验中心，县域规划特色消费街区并予租补；支持企业入驻本地生活平台开设旗舰店，举办电商消费节，对线上销冠品牌给予物流补贴；在天一阁、南塘老街等景区打造消费驿站，开发文创衍生产品，将本土特色产品纳入旅游套餐，对带客旅行社给予佣金补贴。

（四）强化政策协同与要素保障

整合现有政策，设立一定的本土消费品提质专项资金，实行“一企一策”精准扶持；市金融办推动银行开发“特色消费贷”，利率较LPR降一定基点，财政补贴利息；将本土企业纳入“无理由退货”保险体系，给予ODR企业保费补贴，开展质量抽检，确保合格率在95%以上。

（五）健全产业协同发展生态

成立本土特色消费品产业联盟，整合供应链资源，降低中小企业运营成本；实施数字化赋能计划，给予企业一定改造补贴；

市发改委每半年评估政策执行情况，动态优化措施，确保政策红利直达。