

创新能力提升 新材料新工艺运用 我市保温杯捂热美日韩市场

今年,我市保温杯行业出口呈现大幅度增长。据金华海关永康办事处统计数据显示,前9个月,我市保温杯行业出口19亿元,同比增长55.1%,增幅位于我市各大五金传统产业首位。



南龙公司喷塑员工正在赶制发往出口的保温杯。

记者 吕高攀

新市场订单 增幅超五成

15日,南龙集团有限公司外贸部副总经理江志飞将韩国客户的最新设计方案带到研发中心,与工作人员探讨如何将其与企业的规模化生产相结合,形成双赢合作。今年,通过前期磨合,结合美、韩消费者的使用习惯,该公司已对30余款产品实施变形手术,希望在系列产品推出后,进一步引爆市场。

在南龙集团不锈钢保温杯生产流水线旁,员工正加班加点生产,线上流动着的一朵朵外形瘦长、附着暗红涂料保温杯成品不断被打包成箱,准备赶在月底前发货,送到美国大型商超客户手中。

两年之前布局的几个新市场开始发力,特别是美国、韩国市场,今年的销量大涨,大型商超和电视购物的订单源源不断,同比增长超50%。江志飞介绍。

同样的情形也在浙江哈尔斯真

空器皿股份有限公司生产车间上演。该公司副总经理欧阳波说,今年前三个季度,该公司外贸出口增长94%,大单主要来自美国、日本和东南亚市场。其中,保温杯系列产品出口增长75%,新布局的塑料杯和玻璃杯产业出口增长25%。

去年开始,哈尔斯公司谋求产品线延伸,成立安徽省哈尔斯玻璃器皿有限公司,并与今年新建塑杯生产事业部,为该公司的外贸市场扩张奠定了坚实的基础。欧阳波介绍,接下来哈尔斯公司将紧紧跟随国家一带一路的发展战略,积极布局中东、俄罗斯市场,并从数量的增长向质量增长转变,实现从OEM(贴牌生产)到ODM(原始设计制造商)甚至OBM(代工厂经营自有品牌)的突破,力求更大幅度的扩张。

七成创意新品 输入新拓市场

在南龙公司的最新设计中,一款向电器方向延伸的保温杯产品刚

推出市场,立马吸引了来自奥克斯等国内大型家用电器制造商的青睐。该款式保温杯在完成一次加热之后,24小时之内依然可以保持在50℃以上,同时杯体在加热过程中几乎不会发出噪声,外层感受不到加热导致的温度变化。

与往年相比,今年的展厅中又增添了很多新款式,包括日韩客户非常喜欢的可乐杯、啤酒杯等形状特别的保温杯。江志飞说,今年,南龙公司先后开发了80多款新品,其中60余款式面向美国等新开发市场,与该公司传统的欧洲和澳洲成熟市场相比,新市场对款式更新速度的要求显然更高,成熟的创新设计团队为公司扩张新市场奠定了良好的基础。

哈尔斯公司董事长吕强表示,随着我市保温杯企业创新能力的提升,产业知名度的扩大,产品新材料和新工艺的运用,整个产业已经逐渐赶超国内部分保温杯产业集聚区,从今年的情况分析,不少国内生产企业的订单已经转移至永康。

省休闲运动车协会 十年维权千件产品

记者 吕高攀

本报讯 9日,100多名省休闲运动车行业协会会员企业负责人参加了该协会组织的专利知识培训讲座,来自杭州杭诚律师事务所高级工程师郑汝珍阐释了专利基本知识,并与企业主探讨如何挖掘企业的专利资源。

我市休闲运动车产业一直深受专利问题的困扰,特别是涉及上百家企业的平衡车专利纠纷案的爆发,集中暴露了产业缺陷。现在,许多企业家的专利意识越来越强,这从大家踊跃参加专利培训会就可看出。省休闲运动车行业协会副会长胡志强说。

据悉,省休闲运动车行业协会维权委员会自2005年9月首次实施新品维权保护以来,十多年间累计召开86次新产品鉴定会,并为584家·次企业946个产品进行维权保护。其中对365家·次企业的590个新产品进行维权,及219家·次企业374个新产品延续维权。

同时,该协会积极参与侵权案件处理,截至目前共收到45起侵权举报,确认侵权的有33起,协会参与处理的有25起,打击收缴仿冒侵权模具约8套31副。

永报生活体验馆 直销双面绒大衣 活动持续至下月15日

记者 舒姿

妈,这件双面羊绒大衣料子和款式都不错,过来试试。15日,在位于望春东路88号的永康日报生活体验馆内,市民陈笑献带着婆婆正在挑选新衣。试穿了两三款不同颜色的大衣后,她觉得紫灰色更适合婆婆,当即决定出手,同时还搭配了件米白色的羊毛衫。

正当陈笑献婆媳俩提着战利品准备离开时,体验馆负责人胡彬及时送上精美礼品一条围巾。婆媳俩表示,永康日报生活体验馆羊绒大衣价廉物美,还有礼物赠送,下次要带朋友也来逛逛。

天冷了,这两年双面羊绒大衣颇受市场欢迎。为此,永康日报生活体验馆联合唯影和金叶德北京两大知名羊绒大衣品牌推出百余款双面羊绒、貂绒大衣,以及羊毛、貂绒衫供市民选择。胡彬介绍,有萝莉、御姐、运动、贵妇等款式,轻盈保暖,品质优良。

胡彬说,双面羊绒的概念是两片羊绒面料,通过切割等工艺,把手感超好的薄薄两层缝合成一块,却找不到任何缝合的线头,价格比单面羊绒或单面呢大衣相对要高,算是低调的奢华。此次合作品牌唯影、金叶德广受女性朋友喜爱,它们的大衣都是聘请了世界各地的业内著名服装设计师设计,拥有先进的生产车间,每个车间都指派专业团队负责,以保证精准高效。

据了解,双面绒大衣直销会将持续至下月15日,忙着为寒冬添装的市民不妨去现场看看。

汽车生产线造门 原木碳化防开裂 一门双雄错位抢客叩开高端市场

记者 应柳依

近几年,铁牛集团成功布局发展以金大、辛乙堂为主导品牌的门业子公司,并靠过硬技术和良好口碑迅速占领市场,成为业内生产钢木门、高端原木门的两匹势头正劲的黑马。9日、10日两天,新浪、网易等20余家行业主流媒体参观了两大品牌工厂,揭开了门业生产背后神秘的面纱。

自动生产线提效增产

在浙江金大门业有限公司生产车间,长长的流水线上,一条银白色薄钢带缓缓穿过机器卡口,到传送带尽头就魔术般地变成了门的立体雏形,媒体一行见此纷纷驻足观摩,赞不绝口。

公司耗资近亿元引进了拉管等自动化生产流水线,以及智能门锁等零部件,使产品生产工艺更严谨,也在人工减负、产能增加等方面带来了直观优势。金大公司总经理崔英杰边带领媒体一行逐个参观了各条

生产流水线边介绍,目前,该公司依托母公司铁牛集团的雄厚资金及技术支持,已在逐步部署技术升级方面的汽车级自动化生产流水线。

碳化处理杜绝开裂变形

色泽自然,阵阵木香,外观大气,雕刻精美,一到浙江辛乙堂木业有限公司生产车间,媒体一行就忍不住自行上前对原木门近距离欣赏。

辛乙堂公司总经理彭仁义介绍,辛乙堂品牌门主要以原木打造,该元素的应用是技术上的一大突破,采用碳化加工处理重点解决木材容易开裂变形等弱点,并运用集材合成工艺,使木门强度适应力均匀、结构牢固、产品美观实用。

钢木结合工艺也是产品的一大特色,使木材不再局限于室内门的应用,还能嵌入钢材作安全防盗技术的工艺处理,成功将木材引向室外防盗门。彭仁义说,多种领先工艺使辛乙堂一跃成为高端产品,目前已与绿城集团、光明地产等众多实力雄厚的地产集团紧密合作。

辛乙堂虽然体量暂时不算很大,但能让消费者在高品质的原木门和精心的服务中享受着五星级居住生活。现场的媒体如此评价。

错位竞争差异化发展

参观结束后,各媒体就品牌内涵、产品亮点、发展方向等情况向金大、辛乙堂公司负责人一一发问。金大、辛乙堂两大品牌错位竞争,差异化发展,并不妨碍双驱并进,均在各自领域力争问鼎中高端以及高端市场的第一品牌。近两年来,两大品牌门企产值连续翻番,为公司后续发展奠定了坚实的基础。

目前,两家公司都在逐步加大行业内资深的研发设计与生产管理团队,以此开发出更能满足消费者需求的好门。此外,为了适应零售市场的需要,该公司将加强终端销售与售后服务销售渠道的业务提升,全面启用标准化、信息化营销终端系统、订单管理中心,构建全新的销售服务体系,消除渠道商与工程方的后顾之忧。