

遭遇“中年危机”？不！永康保温杯做精彩的“自己”



最近 ,保温杯火了。事情的开头源于网络文化总时不时生产的 流行段子 ,这一次卷入其中的是摇滚乐手朱明义。伤秋之余 ,保温杯却无意中躺枪。甚至有人称 ,继广场舞之后 ,保温杯也成了中年的标签。

一石激起千层浪 ,此热议话题一下子引发了一场行业内生产标杆性的大讨论。溯源到底 ,面对 10 只保温杯有 7 只浙江产 ,而且大部分属于 永康制造 的事实 ,我市企业又会有着怎样切身的体会呢？

记者 应柳依

企业细分市场 占领各消费层次大版图

要说保温杯是中年人标配 ,这话我们肯定不认同 ,因为我们公司自创业初期就明确针对的是年轻人和儿童市场。说起最近热议的话题 ,杭州熊本土日用品有限公司的策划总监应凌凌有些较真 ,要说中老年人是主攻市场 ,这恐怕早已是过去式了。

据了解 ,浙江是保温杯生产的主要省份 ,尤其是我市 ,号称 中国口杯之都 ,现有保温杯生产企业 300 多家 ,年产保温杯 4.5 亿只 ,年总产量和出口量均占全国 70% 以上。随着我国运动人群的体量渐涨 ,眼光独到的企业主们更让这款产品普及到各消费层次 ,畅销海内外。

应凌凌对记者说 ,正因为看到了低中龄化消费者潜在的巨大商机 ,公司在去年年初就开始紧锣密鼓地全线铺开生产销售。凭借着斑斓的色彩、童趣的造型 ,不到半年时间 ,这只憨态可掬的小熊商标就成了口口传颂的网红 产品。

除了 看脸 的年轻人市场外 ,还有企业针对学生群体精准 开弓 。南龙集团有限公司设计了一款大口径的随手杯 ,上面印有方程式等图案 ,极易让学子产生共鸣。而安胜科技股份有限公司则将目光抛向中高端市场 ,将年龄跨度一下子拉伸至青壮年 ,一时间 ,本地产的保温杯几乎囊括了所有年龄区间人士。

蹭 上国际热点 流行趋势助推行业发展

今年上半年 ,哈尔斯公司外贸出口增长 41.24% ,出口额约 5.2 亿元。在龙头企业的带动下 ,我市保温杯行业出口大幅增长 ,前 6 个月出口额达 17.1 亿元 ,同比增长 61.2%。如此看来 ,国际友人对保温杯的需求量也是非常之大 ,这亦成为国内保温杯生产

企业不约而同瞄准的 香饽饽 。对此 ,不少企业选择 蹭 上热点 ,与国际接轨。

手拿着印有俏皮米老鼠的保温杯喝水 ,会不会暖手又暖心呢？与迪士尼签订授权许可的安胜科技股份有限公司 ,正式取得了迪士尼系列经典卡通形象的使用权利 ,借着国际热点打开了内销的大门。

不过 ,对于年轻人和高端人士而言 ,保温杯的作用可不只是装装水而已。根据市场反映 ,装咖啡、牛奶、可乐甚至是焖煮粥等五花八门的市场需求开始应声出现。

简单来说 ,年轻人追求的是设计和功能 ,而高端人士追求的是材质和品牌。南龙集团有限公司的楼正革说 ,根据多年的外销代工经验 ,公司总结并梳理了市场的特性 ,不仅紧抓行业潮流 ,外观更新频繁 ,就连内胆也时有创新。现在市面上的保温杯 ,一般都是使用 304 不锈钢制作 ,婴童保温杯则采用 316 医用不锈钢材质 ,而我们针对高端市场则开发了陶瓷内胆的保温杯 ,让人耳目一新的同时使得内部盛放液体的范围更广。

同样对内胆做足文章的 ,还有浙江飞剑工贸有限公司。在与西部金属材料股及湖南湘投金天等公司达成合作后 ,该公司一直致力于解决生产过程中的拉伸、抽真空、焊接等关键环节 ,又引入先进的阳极表面处理和特殊焊接工艺 ,研制出可实现产业化的钛版保温杯 ,实现了一次革命性突破 ,使保温杯的价格上浮了 15 - 20 倍。

推行 机器换人 我市保温杯演绎新传奇

小小保温杯看似简单 ,里头的科技含量可不少。从产品设计到成品 ,这之间有着几十道工序。从永康人生产出第一只保温杯开始至今 ,永康保温杯产业历经了跌入低价竞争的漩涡到重新站起来 ,演绎着精彩的新传奇。

保温杯行业属于典型的劳动密集型产业 ,就拿喷漆工艺来说 ,以往都

是人工喷漆 ,耗时长的同时 ,还增加了许多用工成本。安胜科技股份有限公司国内营销总经理吕峥健说 ,现在 ,公司从对员工身体伤害比较大的喷涂生产线入手 ,实施自动化喷漆 ,继而延伸到抽真空自动化生产线、塑料件自动化生产线 ,大大降低了工伤率 ,提升了环保水平 ,克服了产品品质不稳定的缺陷 ,也解决了企业的用工难题。

经过大浪淘沙 ,我市保温杯企业在激烈的市场竞争中迅速成熟 ,并发展壮大。除了安胜科技外 ,我市的哈尔斯、南龙等保温杯生产企业都在加快 机器换人 的脚步。

◆记者手记 永康保温杯何时能 叫响出口品牌

保温杯行业是我市工业经济中十分具有代表性的支柱产业 ,已经形成区域特色明显、产供销完整的产业集群 ,产业集中度不断提高 ,规模效益明显提升 ,并辐射永武缙产业集群。

经过多年发展 ,保温杯已经从以前款式单调、品种单一 ,发展到现在色彩缤纷、种类繁多。虽然产业规模仍在不停壮大 ,但一直以来大部分保温杯生产企业还是以代工为主 ,自主出口品牌仍是稀少 ,甚至导致 墙内开花墙外香 的尴尬局面。

永康保温杯何时能叫响出口品牌？有业内人士称 ,由永康生产、代工的保温杯 ,几乎能插遍世界上大部分国家和地区 ,那些叫得出名字的国际大品牌无非是兜兜转转从国内代工厂到国外 ,再回到国内消费者的手上 ,而这之间却加价无数。

要想改变现状 ,让利润回归 ,首当其冲是做自己的品牌。实际上 ,保温杯行业当中的不少 弄潮者 已在着手这一步的转变。很早以前我们就意识到了这点 ,目前公司自主品牌的比重大概占 30% ,接下来 ,我们还将加大扩张的力度 ,在追赶国际水平的同时 ,叫响自家名号。吕峥健表示。

我市行业社会 价格监督服务 分站增至 3 个

记者 王靖宁

本报讯 4 日 ,我市餐饮业社会价格监督服务分站、旅游业社会价格监督服务分站正式宣告成立。

据了解 ,我市于 2013 年成立社会价格监督服务总站 ,并成立了以各镇街区和大型卖场为单位的一批社会价格服务组织分站。为了加强分站的监督管理作用 ,我市于去年成立了商业零售业社会价格监督服务分站 ,正式拉开了以行业为基础组成分站的序幕。各分站需承担定期组织开展市场价格巡查、监督工作 ,调查并反馈国家价格、收费政策和规定的秩序情况 ,化解价格矛盾等工作 ,充分发挥社会价格监督的作用 ,强化价格监督和服务 ,规范市场价格行为 ,维护市场价格稳定 ,促进和谐社会建设。

此外 ,各分站的价格监督员也承担着政策法规的宣传员、价格矛盾纠纷的调解员、信息的传达员等角色 ,负责向广大消费者宣传法律法规、政策规定 ,增强其法律意识 ,调节消费者矛盾纠纷 ,贴近消费者 ,能够第一时间接近事实真相 ,反映价格动态等 ,充分发挥出了社会价格监督服务作用。

食安科普宣传 走进校园

通讯员 朱俊霖 记者 胡颖

本报讯 近日 ,市市场监管局龙山分局走进桥下初中 ,开展了 开学第一课 食品安全进校园 活动 ,给学生们上了一堂关于食品安全的课程。

活动中 ,工作人员结合市面上比较常见的食品 ,从路边摊、三无食品和五角包、正确认识食品添加剂三个方面讲述了这其中的食品安全知识 ,引导学生们要留心路边摊、尽量避免购买路边摊的食品、注意食品购买时需要留意的地方、正确认识食品添加剂等。同时 ,工作人员还现场实物教学 ,指导学生该如何选购放心的食品 ,并向全体师生发放了食品安全科普知识宣传手册。

据了解 ,此次活动为期 5 天 ,在龙山镇、西溪镇范围内开展 ,旨在进一步提高广大学生的食品安全意识 ,巩固省食品安全市创建成果 ,营造出和谐的校园食品安全环境。