

融合时尚元素 植入发明专利 安德电器站在科技前沿定义新 煮义



安德公司产品展示厅

·企业名片·

面世 1982年

标签 :高端厨电专业制造商

勋章 :红点奖、iF大奖等

数说 25万㎡生产基地

远销57个国家及地区

拥有全球1000万家庭粉丝

12个系列厨电产品

全国50多家自主品牌旗舰店

拳头产品 :中高端烤箱和洗碗机

成长密码 :不仅提供厨房电器 ,还创造并推崇家庭烹饪的文化

●经信视界看制造● 隐形冠军炼金术

开栏的话 块头小、不知名 ,却在各自行业做到了第一 ,有着惊人盈利能力 ,主导细分行业的话语权 ,并给区域经济发展带来意想不到的贡献 ,这一类企业 ,我们称之为隐形冠军。在我市 ,隐藏着很多冠军企业 ,面对宏观经济下行压力 ,它们都凭借自身那套 独步江湖 的创新 炼金术 技压群雄实现逆势成长。这个潜藏着大能量的企业群体 ,到底有着怎样的成长密码 ?今起 ,本报推出 隐形冠军炼金术 专栏 ,为大家解密。

记者 吕高攀

本报讯 将自身定位于中高端厨电产品的制造商和供应商 ,收缩产品线 ,聚力烤箱和洗碗机的革命式发展 ,浙江安德电器有限公司在全国厨房电器产业前五的位置上已经站稳了脚跟。面对智能化创新技术的浪潮 ,安德对自身及整个产业的未来重新定义 ,智慧集成思维贯穿其中 ,赋予产业更深刻的内涵 ,力求在未来的竞争中占据先机。

聚焦核心产品的创新研发

走进安德公司的产品展示厅 ,看着琳琅满目、设计新颖的烤箱和洗碗机 ,总能激起参观者把自家厨房重新装修一次的冲动。在这里 ,安德公司

将未来开放式厨房的理念展现得淋漓尽致 ,与意大利知名设计师联手开发的 跑车级 厨电套装造型炫酷 ,熠熠生辉的面板体系融合了多种时尚元素。

站在一台嵌入式电烤箱前面 ,安德公司董事长胡忠怀对面板上的 浙江制造品字标 颇感自豪 ,该项目的 浙江制造 团体标准正是基于此产品为原型制定的。

胡忠怀介绍 ,嵌入式电烤箱被植入 多项发明专利和实用新型专利 ,面板控制系统、核心智能处理系统以及烤箱碳化清洁技术突破了当前电烤箱领域的多处痛点 :面板按键无需多次返回以达到多选控制的目的 ,分离式控制体系一键解决 ;搪瓷内壁满足内部美观要求的同时 ,解决 食品级 材质的难题 ;450 超高温技术的引入 ,碳化油脂 ,消除烤箱清理的麻烦。

厨电产品的变革不断提速 ,作为行业的弄潮儿 ,我们的战略目标是领先市场主流5年到8年的预期。每隔半年 ,安德的革命式系列产品就必须实现产业化 ,以确保自身行业领衔者的地位。多年来 ,安德电器烤箱类产品已获得60多项国家技术专利 ,其中发明专利10项 ,嵌入式烤箱产销量连续多年排在全国同行业领先地位。胡忠怀如此勾勒企业发展和创新定位。

基于自身对技术和产品创新的强烈需求 ,安德智能厨电研究院应运而生 ,基础设计研究能力得到显著提

升 ,融合智能、环保科技 ,实现厨房电器产品的升级换代 ,通过供给侧引导消费需求 ,初步明确了厨房电器的美学和人机工学设计、智能化设计研发、节能环保型厨房电器专用部件及动力机械、自动化生产工艺技术等四大研发设计方向。

品牌带来二次创业新平台

创业之初 ,胡忠怀选择为国外厨电名牌代工 ,然而 ,自主品牌的建设架构始终萦绕于他脑海中 ,Arda品牌的诞生带给他全新的市场空间。

胡忠怀将 Arda 在国内的自主品牌推广视为自己的 二次创业 ,投入了比以往更多的激情 ,他认为 ,企业的发展就像人生 ,有读书阶段 ,有工作阶段 ,有转型阶段。而代工的经验 ,是安德公司的 学生时代 ,自主品牌阶段 ,则是他们的 工作时代 。

对安德公司来说 ,自主品牌经营就像新生 ,企业经营、产品定位、营销理念、渠道物流、售后服务 ,都需要不断探索和修正。没有营销渠道 ,产品好 ,但无法触及消费者。成为束缚胡忠怀大展拳脚的 捆仙绳 。

在 Arda 一次次 死磕 渠道商的过程中 ,安德公司让产品走入了KA渠道、建材市场等终端经销商手中。同时 ,安德公司也开始布局国内市场 ,在上海、广州、深圳等地营造起50余家品牌旗舰店。

未来 ,我希望 Arda 就是健康、快乐新 煮义 的代名词。胡忠怀说。

阴雨连绵催热家电市场

烘干机 销量大幅提升

记者 应柳依 通讯员 邵恒斌

本报讯 流浪太阳 让永城的天气始终处于阴雨绵绵的状态 ,许多市民纷纷抱怨 ,换洗的衣物已经晾满阳台了却怎么都干不了。这样的天气也催热了烘干类家电产品市场。

日前 ,记者陆续走访五金城各大家电批发部、商场时看到烘干机和带烘干功能的洗衣机被放在了醒目位置 ,据销售人员介绍 ,同类产品较往年销量明显提升 ,部分甚至卖到脱销。

这雨从前年下到年后 ,阳台上已经晾满了衣服裤子 ,看上去好像干了 ,摸上去又有种黏腻感 ,就想来五金城看看有没有合适的烘干机。市民胡女士说。大世界家电商场经理徐天明介绍 ,近期烘干机、洗烘一体机等销量走高 ,主要是受到天气因素影响 ,另外消费者生活品质提高也驱动这些消费升级品类提升。最近一个月 ,前来选购烘干机的顾客非常多 ,基本上每天都会卖掉两三台 ,最多的时候一天可以销售6台。往年同期烘干机的销量一个月在十几台左右 ,而上月销量达到50多台。

那么消费者在购买烘干机的时候 ,该如何选择呢 ?记者了解到 ,烘干机分为三种类型 ,分别为直排式、冷凝式、热泵式 ,价格从几百元到上万元不等。商场导购员小李告诉记者 ,目前市面上热销的主要是冷凝式和热泵式 ,这两款烘干机外形类似于小型滚筒洗衣机 ,可以放在洗衣机上节省空间。而这两款烘干机最大的区别在于温度 ,热泵式的温度在50 左右 ,在烘干过程中更能保护衣服的面料纤维不受伤害 ,冷凝式的温度则相对高一些。热泵式是冷凝式的升级版 ,冷凝水可以循环使用且热风功率较低 ,因而也相对省电 ,但是售价比较昂贵 ,热销的几款机型价格都在6000元以上。

鹏程装饰 迎15周年庆 推出八重惊喜

记者 应柳依

本报讯 三四月份是装修的好时期 ,无论是即将交房的刚性需求 ,还是想让旧房改头换面的个人冲动 ,都促成了装饰行业的各种活动。

恰逢 3·15 来临之际 ,金华鹏程装饰工程有限公司迎来了15周年庆典 ,对此 ,这家老牌企业作出了承诺 :装修过程0增项、打造一流标杆工程、厂家直供好主材保质保价、坚持15年以来的 利他理念以及不断加强优质服务。

此外 ,为了回馈新老客户 ,该公司特推出一系列活动 :即日起至本月底 ,可以享受好礼相送、抽奖活动、下单就送、设计打折、品质升级等八重惊喜 ,让业主的装修更省心省力省钱(详情可到门店咨询)。

黄金消费群体渐呈年轻化趋势 饰品一改往日 土豪 形象 ,走时尚小清新路线

记者 应柳依

本报讯 连续几个月来 ,不少细心的市民发现 ,我市黄金市场一路高歌猛进 ,经过半年多的小跑 ,创下了价格新高。目前 ,市场上黄金价格每克300多元 ,相比十余天前又上涨了10多元。黄金市场价格进入上升快车道 ,也激发了市民的消费欲望 ,消费市场唱起 好嗨哟 。

春节以来 ,以 猪 为主题造型的金饰十分炙手。6日 ,市民王先生一大早就转悠了市区的几大黄金卖场 ,经过仔细挑选 ,他给未出生的宝宝挑了一套金猪造型的坠子 ,给即将过三八 女神节的妻子买了一条黄金项链 ,总共花费8000多元。黄金再怎么涨也是保值的 ,比起购买其他产品 ,全家人更倾向于购买黄金。王先

生说。

记者了解到 ,最近半年多以来 ,黄金期货价格一直在稳步攀升 ,一定程度上刺激了黄金市场的消费 ,而这点从线下门店的表现不难看出 ,接连的 春节假期 三八女神节 黄金店内始终人头涌动、展台前消费者纷至沓来 ,黄金市场显然一路闪耀。

随着消费结构的升级和消费群体的年轻化 ,眼下 ,80后、90后逐渐成为黄金市场的消费主体。人们对金饰的消费观也从传承保值逐渐向时尚个性的追求过渡 ,黄金饰品一改往日 土豪 形象 ,从前流行的大件金饰现在改走时尚的小清新路线。

过去 ,黄金产品设计感不强 ,现在 ,黄金产品从工艺、设计、款式上都偏向于年轻人的喜好 ,让产品佩戴起来显得清新、时尚。中国黄金永康店

负责人张春艳表示 ,不同的人群对产品关注的侧重点不同。老年人通常会比较在意单价 ,年轻人则更多考虑产品的寓意、佩戴是否方便美观。

面向更多元的消费市场 ,张春艳在中国黄金门店推出了结合文创、禅意、镶嵌元素的古法金系列 ,突破黄金材质单一、款式同质化的问题。不同于市场上销售的大多数黄金产品的制造工艺 ,古法金采用全手工打造 ,工序繁复且要求严格 ,一件古法黄金产品的耗时是市场上普通黄金产品的几十倍 ,这也使得其价格相比普通黄金饰品高上不少。

购买古法金是一种情怀 ,不能单从它本身的黄金价值去衡量。今年31岁的市民胡康来熟门熟路地在中国黄金的古法金柜台前拿下又一款 心头好 ,迅速结账后匆匆离去。