

一季度销量实现亚运会系列保温杯销售火爆 一场跨越万里的定向奔赴 广交会上看永康制造华丽转身系列报道二

本报讯（融媒记者 潘燕佳）4月25日，记者从杭州亚运会官方旗舰店获悉，随着亚运会的临近，浙江飞剑工贸有限公司（以下简称“飞剑公司”）专门为杭州亚运会设计的保温杯系列产品销售火爆。

据了解，畅销款是飞剑公司2019年首批上市的“名姿”系列保温杯，外观设计融合亚运会元素，造型采用经典的直杯设计，杯身中部契合人体手部弧度。该款产品一经上市，销量就一路走高，现已成为现象级产品。

全品类产品抢跑

为何该款保温杯能成为“黑马”，并成为亚运会产品中的销冠呢？这款保温杯在设计上以“润泽”为主题色系，4个为一系列，视觉效果极佳。从属性上看，保温杯既符合国民饮水习惯，又能发挥其礼品作用。目前，该款保温杯销量已达几十万只，每天仍有不少零售商前来下单。”飞剑公司亚运会项目负责人廖靖告诉记者。

记者了解到，飞剑公司亚运会系列保温杯销售以官方线上渠道为主，也带动了亚运会天猫旗舰店成为上个月行业销量排名前三，仅次于影视飓风、奥林匹克官方旗舰店。

连续三年爆款的“名姿”系列保温杯不仅让飞剑公司打出品牌知名度，也吸引了不少老牌生产企业寻求合作，共同研发合作款产品。目前，飞剑公司已与万事利集团有限公司联合推出配有杭州特产丝绸的保温杯礼盒款。在万事利丝绸店销量最好的是“杭州欢迎您”套装，里面有保温杯、丝巾、胸针等产品。与获得非物质文化遗产称号的杭州王星记扇厂推出礼盒套装等4个合作款产品，其中“名姿”系列保温杯的爆款属性直接带动了扇子礼盒款的销量上升。

除了爆款产品外，飞剑公司其他系列产品的销量也很好。据统计，该公司今年一季度销量实现同比增长，现在总销量仍处于上升趋势，预测在临近亚运会开幕时将会迎来一个销售小高峰。

不仅如此，飞剑公司还设计了几款包含咖啡杯、吸管杯、钛杯等在内的新产品，目前正交由杭州2022年亚运会组委会审核。等新品上架，飞剑公司亚运会系列产品将适合于各年龄段、各应用场景，品类更加齐全。“亚运会期间，天气还未转凉，也是保温杯需求相对较低的季节。为此，我们也结合季节性因素，设计了几款应季的产品。”廖靖说，尤其是咖啡杯从去年开始销售热度持续走高。这或将成为下一个爆款产品。

4月的广州，一场广交会让这座城市的热度再次升温，万商云集的展会盛况释放出推动经济交流发展的活力与激情。作为疫情防控措施进一步调整优化后的第一场外贸盛会，聚集了来自世界各地的面孔。我市各参展企业纷纷秀出智造实力，带着“穿越人海拥抱你”的激动，见新朋会旧友共商合作。



①②客商了解产品性能

老朋友带来精美见面礼

展会期间，浙江浙南电器有限公司（以下简称“浙南公司”）的展位上整齐摆放了一排排各式吸尘器。

“嗨，路遥，好久不见。”一声问候让浙南公司总经理胡路遥欣喜万分。“这是我们的老朋友，来自德国的马尔玛（音译）。”胡路遥告诉记者。只见两人一见面就紧握双手，互相打量对方，打趣说三年不见更加年轻俊朗。

说罢，马尔玛转身从行李袋里掏出了精心准备的一盒酒心巧克力，送给胡路遥。“谢谢，我很喜欢，真是惊喜又意外。”胡路遥接过礼物，身边的同事和客商们不由得鼓起掌来。

据了解，马尔玛在德国主营吸尘器业务，七年前接触到浙南公司的产品后，就一直保持稳定合作。他本人两次来到永康考察该公司。得知胡路遥要参加第133届春季广交会，马尔玛特地在欧洲选购好了礼物，跨越7000多公里送上门来。

当天，马尔玛看中了该公司的新产品。据介绍，该款产品在多个功能

方面做了提升改进，能选择更多的应用场景，其“吸尘器吸吹一键转换功能”还拥有国家发明专利、德国实用新型专利。“这个‘见面礼’我很满意。我每年的采购量在1.2万台左右，这次我考虑增加到2万台。”马尔玛直接向胡路遥表明了采购意向。

“马尔玛对产品要求很高，经常对我们的产品提一些功能方面的建议。”胡路遥说，该公司还会根据客户要求定点开发，让优质产品成为稳定优质客户的黏合剂。

线下展示触动老客户加单

陶菲克（音译）在伊拉克有一家刚创立两年的公司，主要经营以电视为主的家电产品。随着公司经营持续向好，参加展会、调研拓展市场是他此次来到广交会的目的。

展会期间，陶菲克在浙江安德电器有限公司展位前，盯着英式烤箱看了许久。当得知该企业来自永康时，他倍感亲切。据了解，去年，陶菲克在永康采购了两个集装箱的小型烤箱，得到了市场的积极反馈。此次，他准备采购大型烤箱，让自家门店里产品种类更加丰富。“我们很喜欢它

的设计，整体材料的质感很高级也很扎实，我们的客户就喜欢这样的风格。”陶菲克边说边比画，越说越激动，表示今后会继续在永康寻求更多业务合作。

浙江关心清洁设备有限公司（以下简称“关心清洁公司”）展位上，该公司外贸经理应冰婷刚接待完一批客商，趁着空隙整理有合作意向的客商名片，厚厚的名片夹和笔记本已塞得满满当当。“没想到这么多客商对我们公司产品感兴趣，尤其是来自欧洲、美洲和东南亚等

地区的客商，收获非常大。”应冰婷说。

据了解，关心清洁公司是一家生产、销售洗车机的企业，此前一直以国内市场为主，在淘宝、天猫、京东等国内电商平台都有不错的销量。“此次参加广交会，是想更直观地了解不同国家客商对于产品的需求和理念，这对我们今后迭代升级产品性能很有意义。”应冰婷告诉记者，通过广交会结识了很多国外客商，为该公司后续拓展国际市场打好基础。

永康五金品牌黏度增大

“志合者，不以山海为远。”正是因为永康五金品牌效应不断扩大，助推我市参展企业在抢订单、拓市场的过程中更加顺畅。

在一期线下展会期间，我市各参展企业的展位前客商人流不断，意向客户从成百人次到上千人次。“我们企业特别重视展会经济，可以让世界

各国的客商感受到我们产品的性价比，及永康制造的水平，形成‘供给主动’和‘需求主动’相互促进、相互推动的良性循环效应。”市商务局党委委员王国栋说，线下展会不仅可以秀产品实力，还方便企业与客户面对面沟通交流，是同行交流学习的绝佳平台。

据悉，市商务局将继续组织企业参加国际性展会，用好大平台，搭好永康五金产品和国际市场的“贸易桥”，推动恢复五金产品的供给力，不断扩大永康外贸的市场竞争力、韧性和优势，为更多永康制造出海创造机会，擦亮永康五金名片。