

从量产到专属的“千元轻奢” 新式钛杯解锁新美学

银灰色的金属光泽、磨砂质感的沉闷外表、形似老干部标配的保温水壶 功能虽好,颜值劝退 曾是许多人钛杯的第一印象。然而,近几年,这一印象正在渐渐被改变。从电商直播间到线下精品店,钛杯正以渐变色的梦幻外观、轻巧便携的造型,甚至承载着个人独家记忆的定制图案,迅速成为年轻人的新宠。



卢艺祯在介绍定制钛杯



非遗大漆系列钛杯

从工业原色到非遗大漆

钛,因重量轻、强度高、耐腐蚀且具有天然抑菌性,被誉为“未来金属”,广泛应用于航空航天、医疗器械等领域。当这一“硬核”材质进入民用杯壶市场时,其天然的银灰色和加工难度,让早期的钛杯产品普遍呈现出一种粗犷的工业风。

传统钛杯往往设计单调,颜色单一,拿在手里就是一个银灰色的金属罐子。从事户外用品销售多年的店主杨颖告诉记者,过去很长一段时间里,市面上的钛杯多为磨砂质感的金属原色,缺乏设计感和色彩变化。对于追求美观的年轻消费者来说,这样的外观显然缺乏吸引力。

近年来,飞剑集团一直在探索钛杯外观工艺的创新边界。从最初的喷砂、抛光等基础工艺,到后来的高温阳

极氧化上色技术,再到如今将传统工艺融入钛杯制作,飞剑集团的探索路径是钛杯行业外观升级的一个缩影。

钛这种材料很特殊,它本身是银灰色的,但通过不同的工艺处理,可以呈现出完全不同的质感。飞剑集团幸福委主任朱淑舒介绍,近几年,公司在钛杯表面处理工艺上投入了大量研发资源,让钛杯逐渐摆脱了工业原色的单一印象。

去年推出的非遗大漆系列,呈现出了完全不同的质感。朱淑舒介绍,非遗大漆系列钛杯将传统大漆工艺与钛杯相结合,由漆艺匠人手工制作。钛杯的大漆外观需要历经数十道工序,耗时数月才能完成。钛金属的轻巧坚韧与大漆的色彩温润厚重、钛金属的现代感与大漆的

历史感,这些反差实现了某种奇妙的平衡,展示了中国漆器的独特美学和工艺之美。

去年,非遗大漆系列钛杯正式上市,每只售价在2000元至3000元不等。这个价格已经远远超出普通钛杯的价位,甚至高于很多高端不锈钢保温杯。然而,市场的反应出乎所有人的意料,产品供不应求。

我们低估了消费者对独一无二的渴望。在朱淑舒看来,非遗大漆系列钛杯的热销,折射出一个重要的消费趋势:在物质极大丰富的今天,消费者不再限于功能性的满足,他们愿意为具有文化内涵的独特性买单。一只2000多元的钛杯,卖的早已不是饮用功能,而是一件可以捧在手心的艺术品,一段可以触摸的文化记忆。

从批量生产到独家定制

如果说飞剑集团的非遗大漆系列代表了钛杯在东方美学艺术化方向上的探索,那么悄然兴起的钛杯定制店,则让这场变革延伸到更加个人化的维度。



将旅行路线图印在钛杯上

在小红书上,钛杯的话题浏览量已突破1亿,讨论量超80万,不少网友自发晒出自己定制的钛杯,感叹好看又耐用。

在社交平台上,也有不少钛杯定制工作室,定制钛杯价格在1000元以上。卢艺祯是我市一家钛杯定制工作室负责人,也是一名户外爱好者。2021年,她从永康出发,自驾318川藏线旅游,历经21天最后达到西宁。回来后,她将318路线图通过阳极氧化加激光雕刻的技术印

在了钛杯上。

我在路线图上标注出了我经过的垭口、雪山,还印上了日期。现在我还用这个杯子,每次喝水都能想到那段旅程。卢艺祯说,后来她将定制杯子的照片发在社交平台上,不少人慕名而来,也想定制独一无二的杯子。

卢艺祯告诉记者,每位客户的需求不同,但几乎每个需求背后都有一个值得讲述的故事。这两天我们在定制一个钛杯,这位客户想把一家三口游玩虎跳峡的照片印在杯子上。卢艺祯说。

新式钛杯背后的情感价值

在这个物质极大丰富的时代,我们已经不缺杯子了。抽屉里可能有几个保温杯,橱柜里可能也有一整套很少使用的茶具。我们缺的,是那种每天早上拿起来就会心情变好的物件,是那种能让我们想起某个人、某段路、某只宠物的物件,是那种放在

桌上不只是杯子而是一个故事起点的物件。

飞剑集团的非遗大漆钛杯,卖的是工艺的稀缺性和文化的独特性;卢艺祯的定制钛杯,卖的是个人记忆的专属感。殊途同归,它们都在回应同一个需求:在功能之外,我们还需要情

感。

也许,这就是钛杯“变形记”最有意思的地方。它不只是从粗犷变精致了,而是从一件工具变成了一件有温度的物件。当一只杯子有了故事,它就不再只是杯子了。

融媒记者 陈凯璐 池欣桦

飞神车业多元布局全球市场 电动自行车出口 同比增长20%

本报讯(融媒记者 曹润鑫 程卓一) 4月9日,记者在浙江飞神车业有限公司(以下简称“飞神车业”)看到,自动化生产线全速运转,零部件精准对接、高效组装,一批批崭新的电动自行车整齐排列,即将发往全球多个国家和地区。眼下,企业海外市场订单持续爆满,生产车间呈现出一派繁忙有序的生产景象。

企业制定差异化研发策略

3月份以来,公司电动自行车出口订单量同比增长20%,南美地区市场增幅尤为突出,部分订单已经排到10月份。飞神车业电动自行车产业发展部总经理杨林介绍,今年一季度全球电动自行车市场回暖趋势明显,市场呈现出传统市场复苏、新兴市场爆发的双重发展态势。其中,美国、欧洲等传统市场逐步回暖,南美、东南亚等新兴市场则迎来快速增长期,得益于当地国家政策引导,市场成长速度持续加快,为企业出口业务拓展提供了广阔空间。

据介绍,电动自行车出口增长背后,是多重利好因素的叠加。一方面,欧洲、北美等国家地区纷纷出台电动自行车补贴、充电基础设施建设等政策,直接拉动了市场需求。另一方面,企业坚持创新驱动,持续加大研发投入,在产品智能化、轻量化等方面不断突破,推出多款契合不同国家标准与市场需求的定制化产品,核心竞争力稳步提升。

杨林介绍,企业针对不同区域市场特点,制定了差异化的产品研发策略。针对南美地区消费能力相对偏低的情况,重点研发经济适用型车型,推出通勤车、折叠车以及物流专用车等多款产品,满足当地日常出行与物流运输需求;针对美国市场,主打智能化升级,搭载IOT模块,推出具备靠近解锁、电子围栏、SOS求救、家庭账户等高端功能的智能车型,契合当地消费者对科技出行的需求;针对欧洲市场,则深耕细分赛道,聚焦单身经济、家庭出行等场景,推出宠物协同出游车、家庭带娃货运车、露营专用车等特色产品,精准抢占细分市场份额。

政企联动积极应对出口挑战

在全球市场竞争日趋激烈的当下,我市电动自行车出口也面临诸多挑战。杨林坦言,欧洲市场对电动自行车征收高额反倾销税、美国关税政策反复变动,加剧了贸易壁垒的不确定性;不同国家和地区法律法规存在差异,要求企业开展针对性产品研发,国际局势动荡导致物流通道受阻,产品交付周期不断延长,给企业生产经营带来一定压力。

对此,我市企业积极应对,通过加强品牌建设、优化供应链管理等方式,提升抗风险能力。我们率先在越南设立海外生产工厂,有效应对贸易壁垒与关税波动风险;与多家专业实验室展开合作,针对不同地区法律法规开展专项研发;在各大海外市场设立营销办公室,实现运营、销售本地化布局,快速响应市场需求变化,稳定海外市场业务。杨林介绍。

为进一步推动我市电动自行车产业外贸发展,海关等部门持续优化服务,落实AEO商务推荐、海关培育联动机制,深入摸排辖区内优质企业和行业龙头企业,加强与相关部门的信息共享,推动集团内关联企业纳入重点培育名单,让更多优质企业享受AEO政策红利。同时聚焦重点领域企业,加大对车业龙头企业、专精特新企业等的信用培育力度,坚持一企一策,为企业量身定制信用培育方案,精准指导企业提升进出口风险管理能力。