

河北三厦厨具以自主品牌引领创新发展——

从闯市场到创市场

本报记者 宋美倩



企业漫谈

新

9月22日,蜜雪冰城股份有限公司披露招股书。

在蜜雪冰城申报IPO之前,2021年,奈雪的茶在港交所上市,成为“新茶饮第一股”。不同于奈雪的茶直营模式,蜜雪冰城以加盟为主,建成了覆盖全国的超2万家门店销售网络,上市后,将与奈雪的茶分别成为新茶饮行业直营和加盟模式的上市模板。

蜜雪冰城加快上市的消息,想来会为新茶饮赛道再添一把火,也会激发更多新茶饮企业的上市梦想。不过,就新茶饮行业的现状而言,想脱颖而出、做大做强,并非轻而易举。

新茶饮赛道近年来涌入了大批资本和企业,竞争十分激烈。天眼查数据显示,我国现有38.3万家新茶饮相关企业。2018年至2021年,相关企业数量年增速始终稳定在26%以上。随着茶饮赛道的竞争不断加剧,从茶底、小料、小众水果,再到当下最为火爆的植物基创新,甚至茶饮包装、茶杯,都成为创新的关注点,新茶饮继续创新的空间越来越小,想要做出差异化的产品越来越难。

在拥挤的赛道上,新茶饮企业靠什么生存?品质和价格是内核。对比咖啡,新茶饮在规范化的操作、食品安全质量的管控,以及人员数量上,都有更高的要求。笔者认为,新茶饮未来的主流趋势是通过精益化管理和运营,推出高质平价的产品,实现可持续发展。

好产品是王道。纵观各大新茶饮品牌的核心理念,健康、品质、天然、本味等词语被频频提及,各种优质、新奇、小众、健康的原材料成为品牌们大施拳脚的阵地。新茶饮品牌的竞争,最终是产品核心层面。好产品的背后,离不开研发团队推动,也需要建立标准化的流程体系,完善的采购制度可以严控食材的采购与运输,确保原材料品质。

性价比是利器。蜜雪冰城的成功不可复制,但其低价格策略可以借鉴。今年上半年以来,新茶饮头部品牌纷纷下调产品价格,抢占中端价格带。在保持品质的基础上,优化供应链体系,最大限度地降低成本,走平价路线,有助于门店品牌实现长期经营。

数字化是护城河。中国的数字化发展在全球处于领先,线上平台是非常重要的品牌传播和产品销售渠道。私域流量崛起,也推动着茶饮门店的运营逻辑需要从粗放走向专项精细化的运营。做好数字化运营,用科技赋能门店运营,有助于做到精准营销,实现用户数与复购率的双重增长。

智能化是新机遇。在人力成本不断攀升的背景下,提高智能化水平成为解决痛点的主要路径。据了解,奈雪的茶研发的“自动奶茶机”已投入全国超过一半门店使用,目前还在推动“自动奶盖机、自动茶汤均质器”等系列设备,进一步提升运营效率,稳定产品品质。谁能够在智能化上先走一步,竞争力就会强上一分。

新茶饮赛道就在那里,品牌能走多远,关键还是要看能否满足消费者对高质平价产品的需求。

刘瑾

本版编辑 王琳 向萌 美编 高妍



图① 在三厦厨具产品展览中心,业务员向客户介绍铸铁珐琅产品。
成梅摄(中经视觉)

图② 搪瓷车间员工在赶制订单。
闫丽静摄(中经视觉)

在河北三厦厨具科技有限公司的生产车间里,火红的铁水注入模具,经过10多道工序后,变成一件件美观、实用的铸铁珐琅产品,再经过80余道检测程序后,产品将销往世界各地。三厦厨具董事长韩光辉说:“我们目前订单饱满,生产线满负荷运行,今年1月至8月,公司销售收入达5.5亿元,同比有所增长。”

三厦厨具是一家集设计、研发、生产、销售铸铁厨具及铸铁搪瓷制品为主的企业。从籍籍无名成长为河北省专精特新中小企业,其发展秘诀是什么?

“自公司成立以来,我们不断加大科技创新、设计创新,努力打造自主品牌,走出一条以品牌引领企业高质量发展的道路。”韩光辉说。

研发创新增效能

“我们生产的铸铁搪瓷锅从1米高的地方掉落不会掉釉。”三厦厨具副总经理张军祥告诉记者,公司过硬的产品品质来自一次又一次的创新实践。

过去,铸铁搪瓷锅多靠人工制作,手工铸模、浇铁水、打磨,容易造成产品薄厚不一,受热性能不佳,次品率高。为了提高产品质量,三厦厨具引进了中频冶炼电炉,相继建成自动化铸造生产线,还购进了先进的3D打印技术和专业模具设备。目前,企业生产线自动化率达到98%。

“自动化生产降低了次品率,用机器来浇灌铁水、打磨抛光,生产出的产品薄厚均匀,解决了传统手工工艺难以保证质量的问题。”张军祥说。

创新是企业发展的动力。为了提高自主创新能力,三厦厨具加大研发投入,去年将营业收入的近5%投入研发,并积极整合企业内外资源,与相关科研单位合作,联合研发新产品。

张军祥介绍,以前用铸铁生产锅具,有三大问题难以克服,比如锅体厚、用料多、耗燃料,这些都是生铁原料不够精纯造成的。

为攻克难题,三厦厨具与北京一家研究院专家团队合作,经过上千次试验,将渗氮热处理工艺与靶材、熔射技术结合起来,提炼出精铁用于锅具铸造。技术改造后,铸铁的精纯度达到99%以上。企业还与科研机构的专家团队合作,创新技术工艺,将铸铁产品的厚度从4毫米减至2毫米,减轻了产品重量。

数字化推动精益生产



山东省合盛铜业有限公司主要生产标准铜箔、锂电铜箔、5G铜箔等产品。近年来,公司通过对铜箔生产线进行改造升级,建立数字化车间,公司铜箔生产效率提高18%,运营成本降低13%。图为员工正在吊装铜箔。
左庆摄(中经视觉)

在公司产品展厅,张军祥指着一款电饭煲的样机说:“这是我们研发的新产品,其新型铸铁珐琅内胆是技术人员通过数百次试验研发出来的,具有传热迅速、长效保温、坚固耐用等特点。目前,已经有多个厂家有意购买我们的锅具技术。”

凭借突出的创新研发能力,三厦厨具申请专利近300项,已获授权183项。公司还先后参与铸铁搪瓷锅具等行业标准的制定。

工业设计提颜值

在三厦厨具展厅里,摆放着数千款炒锅、煎锅、汤锅、烤盘,造型独特、做工精细、用料考究,犹如一件件精美的工艺品。

“高附加值的产品,除了依靠技术创新还要依靠工业设计。”张军祥说,公司注重增强产品的艺术性和观赏性,让消费者因为喜欢这口锅而爱上烹饪。

记者在设计研发部看到,工作人员有的在电脑前伏案绘图,有的对着投影屏幕研讨设计方案,一张张家用锅具生产图纸都是从这里设计出来。

“以前,公司主要以外销为主,合作客商提供图纸,我们按图加工。可到了2018年,企业决定发展内销市场时,发现少了自主设计这一环节,仓库里模具很多,基本上都是客户的,我们缺少自己的产品。”设计研发部经理李亚宁说,三厦厨具决定成立专门的设计部门,为自主产品做设计。

如意纹、窗棂纹的锅垫,梅花造型迷你汤锅……李亚宁向记者展示团队最新设计成果。“这款国风系列产品正在申请外观专利。”她说,公司每年都会设计出十几套新产品。

为加强产品的设计,三厦锅具和多

家国内外知名设计公司合作,陆续开发出仿生系列、可移动锅钮系列、现代简约系列等9个系列50余款新产品。其中,一款户外铸铁锅具还获得德国红点设计奖。

据介绍,公司还通过参加国内外各大家居用品展会,了解市场需求,设计开发更加适销对路的产品。

工业设计帮助产品“涨颜值、提气质”。“近年来,我们针对国内用户需求,推出的多款铸铁类炒锅、煎盘、烤盘、架架等,市场上供不应求。比如,一款针对‘95后’设计的锅具销量已达到6万只。”李亚宁说。

转型升级促发展

“一口铸铁搪瓷锅,贴上世界知名品牌的标志即身价倍增。”市场营销部经理曹利峰说,这就是品牌效应。

贴牌代工是三厦厨具的主要业务,不少世界知名品牌企业都是其客户。“目前,公司约90%的产品出口海外市场。其中,在北美的市场占有率超50%,在欧洲的市场占有率达35%。”曹利峰

介绍。

“代工模式让我们有机会接触到先进的产品、生产工艺和管理水平,但其弊端也无法忽视。代工企业只负责生产环节,处于价值链的最低端,缺乏议价能力、利润空间低,一旦出现市场波动,订单无法保障。”曹利峰说,企业做大做强,不仅需要提升产品质量,更需要提升品牌效应。

从2018年开始,公司除了为企业提供代工服务外,开始创建自主品牌。“我们先后注册了17个品牌,并收购了国外著名锅具品牌,为在国际市场推广自主品牌铺路。”曹利峰说。

据介绍,为了顺应消费方式变化,三厦厨具还打造线上线下一体化的销售模式,与国内各电商平台签订代理协议,推广自主品牌。2021年,自主品牌的线上销售额达4000万元。

“高端厨具市场空间广阔,我们要抓紧时机转型升级。”韩光辉说,未来,三厦厨具将加快新产品研发,提升自主创新能力,并加强信息化建设,打造“互联网+绿色+智能”铸造行业智能新模式,力争到2025年公司营业收入将达到20亿元。

深圳汉王友基注重技术和产品研发——

拓展数字手绘应用场景

本报记者 杨阳腾

无尘车间内,自动化生产线不停运转,工人们在流水线上忙碌而有序地工作着……这是记者在深圳汉王友基科技有限公司车间看到的一幕。“从基础的产品开模到后续的注塑、零部件组装查验,全都在这个工厂内完成。”生产线工人告诉记者。

近年来,汉王友基不断创新智能交互数字手写产品和技术,为设计者在数字手绘领域提供了丰富多元的智能化应用场景。

“我们每年投入研发的费用达数千万元,研发人员占比约20%。”深圳汉王友基科技有限公司总经理李远志说,数字手绘工具越接近传统手写体验,越能让用户随心所欲地创作,这对数字画笔和画板的灵敏度、跟随性和控制力都提出了更高要求。“产品升级迭代的背后是技术的成熟,比如电磁感应技术、压感技术、芯片、主动式电容笔、无线传输等。除此之外,新工艺、新材料也要不断创新。公司产品的核心技术都是自主研发、自主可控的。”李远志说。

汉王友基推出的新一代XPPen数字笔就使用了自主研发的X3智能芯片,起始灵敏度是原有数字笔的10倍,解决了数字笔行业中普遍存在的卡顿、延时、断触等技术难题。

“20世纪90年代末,随着计算机技术、网络技术和数字通信技术的高速发展,传统音乐播放和影像处理发生了翻天覆地的变化,手写数字化应用在同期得到发展。”李远志说,如今,数字手绘在平面图形、建筑设计及三维动画影视制作等领域的应用不断扩展。

“与传统绘画形式相比,数字绘画不受传统



汉王友基生产线一角。
本报记者 杨阳腾摄

绘画环境与材质限制,作品可随时修改、批量复制,效率更高。”李远志说,汉王友基在主动式电容笔技术、无限传输、色彩管理等方面处于行业领先,并获得百余项专利著作证书,汉王友基成为2021年广东省专精特新中小企业。

“目前,汉王友基的数字手写产品已销往全球100多个国家和地区。”汉王友基公司技术总监邓力明说,企业产品在数字动画、在线教育、创意设计、数字绘画等场景得到应用,数字手绘在漫画、游戏、插画、3D等电脑图形设计领域的应用更加深入。

“数字绘画市场规模将从现在的百亿级走向

千亿级。”李远志对数字手绘的发展前景充满信心,随着数字艺术的普及和动漫产业的快速发展,数字手类产品需求越来越旺盛,目前已逐渐从专业创作工具变为大众消费品,进入人们的日常生活。

“汉王友基依托手写识别、OCR识别等技术,坚持‘应用一代、研发一代、储备一代’的原则,在数字手写领域形成了较高的技术壁垒。”李远志说,他们将在持续推动技术创新、实现产品多元发展的同时,整合多方资源,打造数字绘画综合平台,为数字艺术创作者与爱好者提供多元的数字手绘服务。