

走民企 说创新

凤冠爆款背后的“专业户”

本报记者 杨阳腾

一枚质感精致的金属徽章、一块镌刻城市风物的文创冰箱贴,看似小巧玲珑,却是承载城市底蕴、传递文化温度的重要载体,更是国内文创产业从低端代工迈向精品原创的生动缩影。

近年来,文博IP持续出圈、城市文旅消费稳步扩容、“Z世代”成为消费主力,国内轻量化文创产业彻底告别粗放式纪念品加工模式,加速迈向精品化、创意化、品牌化发展新阶段。

位于深圳的创新微越工艺礼品有限公司就是一家文博领域的IP“专业户”,凭借16年精工积淀与持续创新,企业在小众金属文创赛道深耕细作,走出了一条突围成长之路,目前已成长为国家级高新技术企业、深圳市专精特新中小企业。2025年企业总产值突破2亿元,IP文创业务占比超八成。

品质筑牢根基

“我早年创业时就发现,文创类金属徽章、冰箱贴产业长期存在准入低、产能散、品质参差不齐的情况,大量小作坊依赖传统简易工艺,产品精度不足、质感粗糙,只能靠低价竞争抢占市场,导致行业整体利润微薄、高端供给稀缺。”创新微越创始人韩万里介绍,深圳龙岗区依托珠三角地区完整的产业链优势,集聚模具、电镀、印刷、原材料等配套资源,具备精细化文创制造的先天优势。

2010年,创新微越正式成立,而2011年在深圳召开的世界大学生夏季运动会,成为企业发展的关键转折点。凭借成熟工艺与稳定品质,创新微越成功中标赛事工艺衍生品制造项目。“我们的产品优势突出,滴胶饱满立体、视觉效果好,且色彩通透鲜艳,还原度高,因此在竞标中胜出。”韩万里说。凭借良好的市场口碑,该项目订单从数万套追加至上百万套。这笔订单不仅为企业积累了发展资本,也助力其顺利进入高端文博、文旅文创赛道。

10余年来,创新微越持续迭代设备、革新工艺、扩容产能,彻底摆脱小作坊生产模式。如今,企业厂区从最初的300平方米扩建为1.5万平方米现代化生产基地,拥有员工380余人,配备百余台精密生产设备,实现规模化、标准化、精细化生产。2013年,企业率先引入印刷新工艺,有效解决传统文创产品色彩不均、层次单薄、还原度低的行业痛点,同步提升产品质感与生产效率。

“为了匹配文博机构、头部文旅IP的严苛标准,我们搭建起全流程标准化品控体系,先后通过ISO9001、ISO14001、ISO45001及BSCI、SEDEX等多项权威认证。”创新微越设计总监韩语嫣介绍,依托稳定品质与高效交付能力,企业成功跳出低端价格内卷,跻身国家级博物馆、头部文旅景区、知名品牌核心供应链,行业影响力持续提升。

设计赋能价值

随着文博热潮、文旅经济与“谷子经济”持续升温,文创消费市场



场迎来结构性升级。消费者不再满足于简单复刻的纪念产品,更加看重文创产品的文化内涵、互动体验、社交属性与收藏价值。创新微越顺势转型,从传统代工制造商升级为专业文化文创服务商,以原创设计赋能产品、以文化内核提升附加值,持续拓宽企业发展边界。

“一枚小小的冰箱贴,一旦被赋予了专属文化底蕴,便成为承载人们情感寄托的情绪消费品,而通过摆放、赠送等,也能够为文旅景点提供二次传播。”韩万里说。企业精准布局文博IP活化、城市文旅赋能、潮玩文创创新三大赛道,摒弃浅层纹样复刻模式,深挖文化内核、贴合新生代消费审美,构建起差异化原创产品体系。

在文博文创领域,企业打造的故宫凤冠冰箱贴成为文物活化创新标杆。“不同于市面静态复刻的同质化产品,创新微越研发团队深度考据故宫博物院藏品‘明代点翠嵌珠石金龙凤冠’原貌,精准提炼凤纹、云纹、点翠等古典核心符号,严格还原皇冠层次结构。”韩语嫣介绍。企业贴合消费体验趋势,创新增设弹性联动机关,轻按装饰珠即可实现凤冠翅膀灵动弹动,让静态文物产品具备动态互动效果。产品融合渐变印刷、精密点钻、人工流苏等复合工艺,高度还原点翠文物独有光泽与细腻质感,品质远超行业同类产品。该产品已累计销售数十万件。

在潮玩徽章赛道,企业紧抓年轻圈层消费风口,适配“Z世代”收藏、交换、社交需求,持续优化产品版型、覆膜质感与色彩精度。依托柔性化生产优势,精准匹配动漫、明星、潮玩IP小批量、快迭代、高精度的定制需求,稳稳抢占年轻消费市场。

“当代年轻消费者具备独立审美和文化自信,注重产品质感与社交属性,愿意为真

正打动自己的产品买单。”创新微越市场经理向凌霞说。企业深耕年轻消费场景,拒绝盲目跟风流量,以简约高级的设计、精细的做工打磨产品,融入按压、组合等趣味互动结构,兼顾观赏性、可玩性与社交传播性,契合年轻群体打卡分享、圈层交流的消费习惯。

在城市文旅赛道,企业深挖各地地标文化,为深圳欢乐港湾、西安大唐不夜城、澳门大三巴等知名地标,打造百余款原创城市文创产品,累计销量超20万件,以方寸载体传播城市文化。持续的设计创新与IP深耕,带动企业业绩稳步增长,2025年IP板块营收达1.1亿元,约占总营收的80%,今年前4个月,IP业务营收突破4000万元,成为企业核心增长引擎。

构筑长效格局

当前文创行业竞争日趋白热化,单纯依靠代工贴牌模式附加值低、抗风险能力弱,难以积累长期品牌资产。对此,创新微越确立“高端定制稳底盘、原创品牌拓增量”双轮驱动战略,推动企业从单一生产制造,向“制造+研发+品牌”一体化转型,稳步迈向高质量品牌化发展道路。

在定制代工板块,企业持续升级服务标准,搭建全链条一站式定制服务体系。“我们安排专属项目经理全程跟进,覆盖文化挖掘、原创设计、多轮打样、批量生产、品控检测与物流配送全链条。”韩万里介绍。该模式有效简化客户采购流程,解决行业对接繁琐、沟通成本高、品控不稳定的痛点。依托资深设计师、工艺师、工

程师组成的专业团队,企业可精准落地各类高端定制需求,持续稳固自身在供应链的头部地位。

在自主品牌建设领域,企业推出原创品牌“屿里万象”,聚焦国风美学与城市文创两大方向,走差异化、本土化、精品化发展路线。品牌打破传统金属文创单一材质的局限,融合金属、硅胶、亚克力等材质,推出百余款原创产品,适配多元消费场景。

“刚刚推出自主品牌时也曾出现阵痛期,为提升品牌知名度,市场人员带着产品积极参加中国礼品展、深圳文博会等展会,一步步拓宽销路。”韩万里说。经过长期深耕,“屿里万象”已合作数百家线下门店,顺利实现从贴牌代工到自主品牌输出的跨越式升级。

“近几年潮流文创行业一直在改变,我们从追赶风向的跟跑者到现在紧随风向的并跑者,未来要争取做引领风向的领跑者。”创新微越业务经理李飞表示。企业建立常态化市场调研机制,团队深耕一线捕捉消费潮流与用户需求,推动产品开发从供给导向转向需求导向,精准适配文创行业轻量化、互动化、精品化的迭代趋势。

韩万里说:“未来,我们将持续深耕‘文化+科技+本土’融合赛道,秉持‘细节微创新、产业大跨越’的发展思路,持续深化IP合作、加码原创设计,夯实自主品牌建设,完善文博、景区、潮玩、IP布局。”企业将持续推动本土金属文创产业向精品化、高端化、品牌化进阶,为国内轻工文创制造业高质量发展持续注入新动能。



在创新微越展厅内,工作人员向访客介绍其文创产品。 本报记者 杨阳腾摄

最近,美团、滴滴青桔、哈啰在多个城市调整了共享单车计费规则,起步价从之前的每30分钟1.5元,普遍调整为每小时1.88元至1.99元,以“提价+拉长基础时长”的组合策略,完成行业近年来较大范围的集体提价。从补贴时期几毛钱的“白菜价”,到单次起步价近2元,不少用户吐槽共享单车越来越没有性价比,网友直言“夏天坐公交车还有空调,比骑车划算多了”。

共享单车怎么又涨价了?平台将调价归因于成本变化——美团、滴滴的回应是,基于运营成本变化及服务质量提升的综合考量。有专家认为,作为典型重资产行业,高损耗、高运维成本和资产扩张压力使企业长期承压,通过涨价弥补亏损,是现实需要。也有分析认为,存量用户争夺是一个重要原因,涨价是为了把更多人“推”进会员体系,把用户锁定在自己平台上。

企业拥有自主定价的权利,可“物有所值”是维系消费关系的基本准则。经过多轮涨价后,消费者会更关注共享单车的服务短板,比如,故障车辆随处可见、乱停放问题屡禁不止,莫名扣费、售后响应迟缓、电子围栏还车限制繁琐等。黑猫投诉数据显示,2026年上半年共享服务投诉量超4.2万件。其中,共享自行车投诉量超1.3万件,占比超三成。骑行价格稳步上行,服务体验却没能跟上,难免让消费者心生不满。

价格上去了,骑行体验更应同步提升。随着市场步入存量竞争阶段,共享单车运营管理更是一场长期大考,需要持续改善服务,提升消费体验,让消费者发自内心觉得“钱花得值”。平台企业可依托大数据、物联网技术优化车辆智能调度,根据早晚高峰潮汐客流、商圈居民区出行热度及时动态调配车辆,精准平衡区域供需,从源头缓解热门点位一车难求、偏僻路段车辆淤积的乱象,把数据优势转化为骑行体验。

消费体验的升级,还需锚定不同场景需求。交通运输部数据显示,全国每日超2亿人次选择绿色出行,其中2400万人次依靠共享单车。随着骑行融入日常生活,用户需求已不再局限于有车可骑,对车辆品质、舒适度乃至“出片率”都有了更高期待。比如,城市通勤时,用户最迫切的需求是车况良好、停放有序,能随取随用、快速衔接地铁公交;而在景区内,游客则更看重车辆颜值、电子围栏标注清晰直观,适配观光游览节奏等。企业应瞄准不同使用场景深挖个性化需求,有针对性地提供差异化服务,让服务跟着场景走,让体验围着需求转。

归根结底,共享单车诞生之初,是为了解决“最后一公里”出行痛点,承担着补充城市慢行交通体系的公共职能。在追求商业利益的同时,平台企业别忘了“共享”承载的便民初心,要更加重视用户感受和反馈,在投入与收益、价格与服务上找到平衡,让服务增速跑赢价格涨幅,切莫让服务民生的出行事业,变成用户频频吐槽的“价格刺客”。

本版编辑 向萌美编夏祎

车价
业漫谈

「骑」
头并

破解海上采油安全难题

本报记者 周琳



中海油能源发展股份有限公司安全环保分公司研制的防火围油栏在进行首次现场试验。 袁宇翔摄(中经视觉)

一架架搭载自研溢油监测技术的无人机次第腾空、精准巡航,快速布设的红色围油栏稳稳成型,精准锁定海面油膜,在高效防范海洋污染的同时,顺利完成油污回收作业,一套智能化溢油应急处置流程行云流水,高效可控……这不是现实中的事故现场,而是中海油能源发展股份有限公司安全环保分公司溢油模拟测试室里的试验场景。

这个试验模拟的是海上采油发生意外泄漏的突发情况。此前,一旦发生此类事件,国内企业只能依赖国外进口设备和技术开展溢油处置、防火围控等应急工作,核心装备长期受制于人。如今,这一局面已被改写。

“我们自主研发的海上溢油防火围油栏,能做到在极高的温度下连续燃烧24小时不失效,成为重要的国产化替代工具。”海油发展安全环保公司科创与数字化部经理吕妍说。

为中国破解这一“卡脖子”难题的海油发展安全环保公司坐落于天津市滨海新区,是中国海油系统内唯一一个兼具安全应急与节能环保两大核心业务的专业技术服务企业。

盛夏时节,记者来到海油发展安全环保研发基地。在这里,身着白色工作服的研发人员不惧高温、坚守岗位,反复调试测试移动智能巡检机器人的各项性能参数;身着蓝色制服的工程师专注严谨,有条不紊地开展防爆激光云台甲烷气体摄像仪的交付调试工作。

“2022年,我们整合了分散在全公司安全环保领域的科研力量,设立了研发基地。从成立之初,公司就聚焦海洋石油安全环保核心技术研发。”吕妍介绍。目前,该研发基地打造的系列科技产品已广泛应用于国内化工园区、海洋石油船舶运输、溢油应急处置等多个核心场景,实用性与可靠性得到充分验证。“十四五”期间,公司成功研发58款科技产品,24项核心技术成果表现亮眼,获得天津市科学技术进步奖一等奖等多项荣誉,科创实力持续跃升。

硬核科技不仅诞生于实验室,更经受了现实风浪的考验。在辽阔的渤海油气海域,公司全套国产化应急装备已常态化驻守,化身守护碧海安澜的“隐形卫士”。其中,深海装备可下潜1500

米水深,精准定位海底漏油点位;耐高温防火围油栏可快速布设,有效阻断油污扩散。结合无人机空中巡查、智能系统预判油污漂移轨迹,形成“空、海、底”一体化监测、围控、回收全流程智能闭环,牢牢守住渤海海域生态安全底线。

针对海上高盐雾、高风险且人工巡检难度大的特殊痛点,公司还自主研发了四足防爆巡检机器狗。这款“巡检尖兵”从真实生产痛点出发,持续优化硬件配置与算法体系,有效破解了传统人工巡检风险高、效率低、存在盲区的行业难题,大幅提升了海上高危场景的智能化安防水平。

如果说物理装备是伸向海洋的“钢铁触手”,那么数字化平台便是统揽全局的“智慧大脑”。公司搭建了“海能·智安”平台,聚焦高风险作业、出海人员、重大危险源三大核心场景,精准匹配海上作业管控需求。海油发展安全环保公司安全环保工程技术研究院院长闫宏图介绍,该平台成功攻克了海上通信不稳定、设备防爆标准高、多源数据融合难、极端环境适配性差等技术难题,将一线人员

“看得见参数、更看得见风险”的期盼,转化为覆盖“人一机一环一管”全要素的数字化管控体系,推动安全管理从经验驱动向数据、智能驱动跨越。目前,公司深耕的百余种算法模型中,海洋溢油应急与台风智能预警两大场景已入选首批40项央企人工智能战略性高价值场景。

这一系列硬件迭代与软件赋能的背后,离不开一套坚实的科创保障体系。近5年来,公司以夯实研发平台、深化产学研协同、强化人才培养为核心,搭建科技创新体系,目前已成功获批集团海洋石油安全环保重点实验室,初步打通了基础研究、技术攻关到产业化应用的全链条。同时,公司继续深化跨界协同攻坚,聚焦隐患识别、溢油预测、水下巡检等关键技术,打造适配海上场景的模块化智能管控产品。

海油发展安全环保公司负责人孙万岭说:“我们始终把科技创新作为安全环保事业的核心引擎,未来将锚定海洋油气领域关键技术方向,以硬核技术筑牢海上安全防线。”