

中国保温杯温暖美好生活

“用保温杯喝热水感觉自己的‘中式DNA’动了”“中式养生让我的生活如此规律”……今年上半年,成为中国人(Becoming Chinese)等话题在海外社交平台火出圈,喝热水、泡茶、泡枸杞等带有鲜明中式印记的健康生活方式,通过一个个保温杯,走进海外众多消费者的日常。

产业集群协同竞争

海关总署数据显示,今年一季度,中国保温杯出口额突破50亿元。与此同时,茶叶出口达27亿元,电热水壶和枸杞出口均约2亿元,同比均实现增长。

浙江“永康武”(永康、武义、缙云)杯壶产业集群是这一制造体系的核心承载地。相关调研显示,该集群杯壶产量与出口量均占全国70%以上,欧美市场80%的头部保温杯品牌均在此代工生产。截至2025年底,仅永康一市就集聚杯壶生产及配套企业2900余家,年产杯壶超6亿个,其中规模以上工业企业248家,年产值达180亿元,形成了从模具开发、不锈钢板材加工到表面处理的全产业链闭环。

在位于永康市的哈尔斯真空器皿股份有限公司(以下简称“哈尔斯”)上万平方米的厂区内,数十条全自动生产线有序运转。经过打磨、抛光、焊接、抽真空等工序,一个个成品保温杯陆续下线,销往北美、欧洲、东南亚等80多个国家和地区。作为我国杯壶行业首家A股上市公司,哈尔斯已建成永康、泰国双制造基地,实现生产全流程数字化管控。其泰国工厂打造了“1小时本地供应圈”,既有效降低了关税与物流成本,也大幅提升了海外市场的供应链响应速度与稳定性。

哈尔斯的海外布局并非个例,嘉益、同富、飞剑等国内杯壶企业也纷纷“出海”。在泰国罗勇府、春武里一带,十几家永康供应链企业抱团落地,把国内成熟的产业生态复制到海外。

高度集聚的产业生态,造就了中国制造独有的速度优势。在产业集群内,1小时车程内即可配齐生产所需的全部配件,一个全新的创意设计,数天内就能转化为可量产的样品。这种协同能力,让国内厂商既能承接国际品牌的大批量稳定订单,也能适配跨境电商“小单快返”的灵活需求。

“行业发展早已从单一工厂的单打独斗,转向依靠产业集群的协同竞争。”中国国际电子商务中心电商首席专家李鸣涛表示,国内保温杯配套产业链高度成熟,产品研发创新、改款迭代及小批量定制速度远快于海外品牌,这种全链条的快速响应能力,是中国保温杯能够快速抢占全球市场份额的核心底气。

中国保温杯热销海外,表面上看是海外消费潮流推动,底层支撑则是数十年深耕打磨、难以复制的完整产业体系与制造硬实力。

品质升级打开市场

据行业研究报告,作为全球最大的保温杯生产国与出口国,我国年产保温杯约8亿个,约占全球总产量的六成。从原材料冶炼、零部件加工,到模具开发、智能制造,我国已形成全球最完备的不锈钢保温杯产业链,具备快速研发、量产与迭代的全链条能力,可高效响应全球差异化市场需求。

“过去,中国制造更多依靠成本优势参与全球分工,而今天,则更多依靠技术创新、品质提升和品牌价值参与国际竞争。”商务部国际贸易经济合作研究院副研究员洪勇

表示,中国保温杯企业的竞争逻辑已经发生根本变化。

哈尔斯总裁吴子富认为,随着国货消费崛起、智能生活普及,保温杯品类正从传统日用好物,向科技化、品质化、情感化全面升级。“公司长期钻研真空保温器皿生产技术和制作工艺,在轻量化设计、长效保温保冷、智能温控等领域持续创新。”吴子富说。

材质上,国产保温杯内胆已从早期的201不锈钢,迭代为食品级304乃至316不锈钢,头部企业更采用纯钛、高硼硅玻璃、可回收铝材等多样材质。食品级安全标准、长效真空保温、轻量化结构、防漏防烫设计等核心技术持续迭代,国产保温杯在保温性能、安全标准和耐用性方面,已达到国际先进水平。

功能在不断拓展。集成饮水提醒、蓝牙温显、紫外线杀菌、茶咖分区等功能的复合型智能保温杯市场占比快速提升,保温杯已从简单保温容器升级为兼具健康属性的智能生活用品。

与此同时,中国保温杯企业持续进行产品创新,兼顾中式养生与海外市场需求。既有焖茶滤网、宽口泡花茶这类中式专属设计,也有针对欧美户外场景、中东大容量需求、东南亚高温防腐需求打造的专属款型,还针对年轻消费群体推出多巴胺配色、IP联名设计款等,覆盖的使用场景比海外传统品牌更广。

抓住流量转为销量

如果说制造实力与技术创新是保温杯“出海”的硬支撑,那么文化共鸣与生活方式输出,则是这一轮“出海”热潮最鲜明的软印记。

以往海外消费者对保温杯的认知,大多停留在保冷、盛装咖啡的功能层面。如今伴随“中式养生”理念的全球传播,越来越多欧美年轻人开始尝试喝热水,保温杯也从普通日用品变成海外年轻人体验东方健康生活方式的入口。在TikTok等平台,海外博主纷纷分享用中国保温杯泡枸杞、焖花茶的日常,高颜值的中国保温杯成为年轻人的社交“打卡”单品。

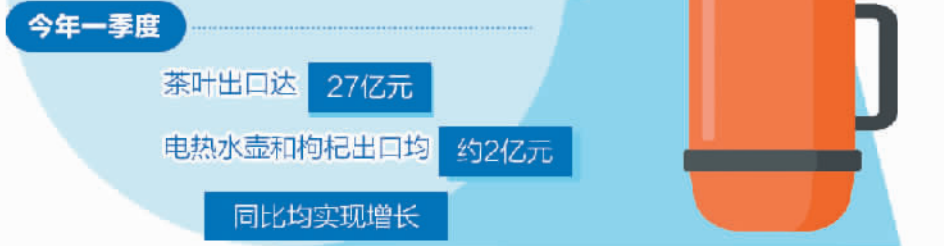
“今天的消费者购买的不只是一个容器,更是一种生活理念、一种健康方式、一种文化认同。”洪勇认为,这一变化标志着中国企业“出海”正从单纯的产品输出,升级为文化与生活方式的输出,是国货品牌国际化进入新阶段的积极信号。

跨境电商与海外社交媒体的蓬勃发展,让更多中国品牌能够直接触达全球消费者。阿里国际站数据显示,过去一年保温杯品类商机同比激增近200%。TikTok、Insta-



在哈尔斯真空器皿股份有限公司精工车间里,工人正在生产流水线上赶制保温杯订单。

时宽兵摄(中经视觉)



gram、YouTube等平台上,达人体验、场景展示、短视频分享等内容,让中国保温杯快速完成品牌认知渗透,实现了流量向销量的高效转化。

华侨大学海上丝绸之路研究院教授胡麒麟分析,跨境电商让品牌直接触达海外终端消费者,大幅压缩了流通环节成本,提升了配送效率与用户体验,同时还能直接获取用户反馈,反向指导产品研发迭代;社交媒体则帮助国货品牌以极低的成本实现破圈传播。“产品‘出海’带动生活方式‘出海’,生活方式‘出海’反过来赋能产品‘出海’,二者形成了正向循环。相较单纯卖货,生活方式‘出海’能帮助企业建立更长期、不可替代的品牌竞争力。”胡麒麟说。

把握机遇锻造品牌

当前,中国保温杯行业“出海”已经进入品牌竞争的新阶段,未来的核心挑战不再是能否进入海外市场,而是如何长期扎根海外市场,构建可持续的全球化品牌竞争力。

谈及中国保温杯“出海”发展新机遇,李鸣涛表示,中国企业拥有独有的东方养生场景与文化底蕴,是海外品牌难以复制的差异化优势。与此同时,全球限塑政策持续收紧,欧美多国限制塑料制品使用,可重复使用的不锈钢保温杯成为消费刚需,为市场打开了巨大增长空间;全球健康消费持续升温,海外消费者开始关注无析出、抑菌内胆等健康因素,中国保温杯的纯钛健康内胆等创新产品可精准契合需求,开辟全新增量赛道。

业内也清醒地认识到,尽管中国保温杯产业制造能力全球领先,但在品牌价值、高端市场话语权、全球化运营能力上,国内企业与国际老牌企业仍有明显差距。“核心挑战在于品牌力弱势及行业同质化内卷。首先,日系、欧美老牌长期占据高端市场,不少海外消费者仍把中国品牌当成平价替代品,中国自主品牌高端溢价能力弱,难以进入高端市场;其次,行业同质化内卷严重,大量中小厂商照搬外观基础功能,依靠低价竞争,缺少自主专利、核心工艺‘护城河’,行业整体利润持续压缩。”李鸣涛说。

与此同时,海外合规门槛与贸易环境的不确定性也在增加。胡麒麟认为,当前欧美市场对食品接触材料的监管日趋严格,全球贸易保护主义抬头给出口带来不确定性,部分厂商海外本土化运营能力不足,这些都为行业长远发展埋下隐患。洪勇也提到,不同国家对产品安全、环保认证、知识产权的要求不断提高,企业合规经营能力需要持续增强,海外渠道建设、本地化运营、售后服务体系仍需长期投入。

面向未来,洪勇建议,企业在技术创新上要持续提升保温性能、材料安全、轻量化和智能化水平,开发更加符合细分消费需求的新产品;在品牌建设上,加强自主品牌国际传播,塑造具有全球辨识度的品牌形象,提高品牌溢价能力;在市场拓展上,坚持本地化运营,根据不同国家消费者的生活习惯、消费偏好和文化特点开展产品创新和精准营销,逐步建立覆盖研发、营销、服务、供应链的全球化品牌运营体系,实现从“产品‘出海’”向“品牌全球化”的跨越。



8月12日,国航CA723航班从北京首都机场腾空而起,目的地为蒙古国首都乌兰巴托。这是中国国产大飞机C919首次执行常态化国际定期客运航班,标志着中国自主研发的干线客机正式迈入全球化运营新阶段。

长期以来,中国民航在全球舞台上扮演着“最大市场”与“最大买家”的双重角色,但在产业链最顶端,即大型商用飞机制造与全球运营标准制定上,却始终存在一块亟待补齐的战略短板。C919的国际首航,恰恰补上了这块拼图。

自2023年5月投入商业运营以来,C919在国内航线上安全飞行超过13万小时,累计载客突破500万人次,交付规模达到41架,扎实的运行数据证明了其安全性与可靠性。然而,国内市场的成功只是开始,国际空域才是全球航空市场检验商用机型成熟度与市场竞争力的核心标尺。

国航以北京主基地为依托,率先打通C919国际化运营的全流程链路,积累的一线实操数据、运维经验与运行范式,将为后续国产大飞机批量拓展国际航线提供参考,逐步搭建起适配国产干线客机的全球化运营保障体系。这是中国民航在全球治理中从“规则接受者”向“规则共建者”转变的关键一步,中国在全球适航规则、民航运行标准制定中的参与度与话语权也将持续提升。

大飞机被誉为高端制造业“皇冠上的明珠”,其产业链之长、技术门槛之高、系统集成之复杂,远超一般工业产品。C919国际化运营的战略价值,远不止于卖出几架飞机,而在于它正在创造一种全新的高端装备出海范式,即“技术+标准+运营”的一体化输出。

C919海外运营规模扩大将推动中国民航从“运营自主”向“装备自主、技术自主、服务自主”全方位进阶。同时,国际航空市场的高标准、严要求,将倒逼国产航空零部件、机载设备、售后维修、备件供应等全产业链提质升级,推动上下游配套产业适配国际标准。这种“以运营促升级、以市场拉标准”的良性循环,正是高端制造业向全球价值链高端攀升的核心路径。

从长远来看,我国制造业还面临一系列难题,比如,如何在国际标准框架下实现技术自主,如何通过双边合作机制突破市场准入壁垒,如何以持续运营数据建立全球品牌信任等。如今,C919正在用每一次国际航班的起降,探寻这些问题的答案。当“民族高端装备品牌崛起”从愿景变为现实,中国制造业的全球化叙事也正在从“成本优势”转向“技术优势”,从“产品出海”转向“体系出海”。

C919的全球化之路刚刚启程,相关国际认证仍在推进,海外维修网络与航材供应体系尚需完善,国际市场的品牌信任更需要百万飞行小时的持续积累。但飞往乌兰巴托航线上那道崭新的轨迹已经证明,中国大飞机有能力飞向世界,也有底气参与全球竞争。

本版编辑 李苑 康琼艳 美编 王子莹
来稿邮箱 jirbgzb@163.com

补上

李治国

算力“虹吸”推高电脑硬件价格——

暑期装机需求明显回落

本报记者 杨阳腾 刘亮 刘雨斐

受产业格局变化、供需关系调整等多重因素叠加影响,显卡价格大幅攀升。7月底以来,深圳华强北市场显卡经历一轮快速跳涨。记者走访发现,当前显卡售价虽趋稳定,但整体仍处高位,直接推高电脑整机采购成本,市场整装机装机需求明显回落。

“7月24日显卡价格突然拉涨,27日后价格站稳新高后基本保持稳定。”欣嘉创电脑经营部店长王洁云告诉记者,本轮涨价时间节点清晰,涨价幅度大。以热门型号RTX 5060为例,涨价前市场价在2300元至2500元,目前一线品牌现货报价基本在3000元左右。

深圳市金领达电脑有限公司负责人吴畏从事企业批量装机业务多年,对各档位显卡价格变动情况十分熟悉:RTX 5060 Ti涨价前售价2800元,现为3500元,RTX 5070 Ti市场报价则在6000元左右攀升至8000元以上。

“本轮显卡价格快速上涨的核心原因,在于人工智能算力需求对上游供应链的‘虹吸效应’。”中国(深圳)综合开发研究院研究员陈颖仪表示,存储原厂出于利润考量,将产能向AI服务器所需的高带宽内存大幅倾斜,造成消费级显卡显存供应收紧、采购成本抬升。英伟达等上游厂商上调

GPU(图形处理器)套件价格,成本沿着研发制造厂商、流通渠道、零售终端逐级传导。面对成本压力和供应不确定性影响,显卡品牌厂商减缓出货节奏,进一步加剧渠道现货紧缺,放大市场惜售情绪。在需求端,AI应用拓展重塑显卡使用场景,部分大显卡显存被用于轻量级AI运算,供需失衡进一步加剧。多重因素叠加共振,推动显卡价格快速走高,并带动整装机装机成本上涨。

记者在华强电子世界电脑配件区看到,相较于耳机、潮流数码小件档口人头攒动的景象,装机配件区域的客流明显偏少。除了显卡价格上涨,主板、电源、显示器等电脑配件的报价也普遍走高。

面对高位行情,华强北商户普遍采取谨慎备货策略,规避价格下行带来的亏损风险。深圳本土显卡及主板品牌“七彩虹”授权经销商张志成坦言,显卡定价完全跟随上游行情波动,市场商户只能被动“高进高卖”,随着终端市场需求萎缩,产品走货量明显下滑。

“门店如今仅少量备货显卡,主要采取‘客户下单、即时向上游提货’的经营模式,不高位锁库存。”王洁云介绍,行情波动幅度大,一旦价格回落,单卡下跌三五百元就会亏掉全部利润,小微商户难以承担这类风险。

吴畏算了一笔账,2025年一套1万元配置的电脑,当前配齐至少要花1.2万元,涨价部分主要集中在显卡和内存。除台式机外,暑期热销游戏笔记本电脑同样涨价,品牌游戏笔记本电脑进货价每日上浮50元至100元。此前售价8000余元的华硕天选7、天选6 Pro游戏本,如今终端售价已突破1万元。“对比2025年8月、9月,目前店内整装机量至少下降30%。”吴畏说。

此轮涨价潮中,小批量采购电脑的中小企业受影响最大。吴畏介绍,许多客户暂缓采购新机,转而选购二手设备;有硬件置换需求的客户,更多转向“局部升级、维修复用”,仅更换老化内存、固态硬盘,原有主机则继续沿用。

据中国信通院数据,今年一季度国内AI算力需求同比增长417%,供需缺口持续扩大。这是否意味着显卡及电脑装机价格将持续上行?

“总体来看,本轮高价行情或将持续较长时间,年内价格大幅回落可能性不大。”陈颖仪分析,目前,上游成本压力尚未得到缓解,英伟达年内已数次向研发制造厂商提价,存储原厂将七成至九成先进产能倾斜至AI服务器所需的高带宽内存产品,消费级显存供给依旧偏紧。加之品牌厂商控量、渠道惜售,短期供需矛盾可能持续加剧。

医学减重能一劳永逸吗

当下,不少人为规避节食与运动之苦,寄希望于减肥针、减脂药物甚至减重手术等医学手段来实现“躺瘦”。

北京市顺义妇儿医院临床营养科主任医师李永进表示,药物和手术仅为临床辅助减重手段,无法从根本上解决肥胖问题。临床实践表明,不少患者在停药或术后出现体重快速反弹,长期不当干预还会损伤人体代谢功能。

李永进介绍,肥胖本质上是饮食结构失衡、作息节律紊乱、内分泌功能失调等引发的慢性代谢性疾病,其根源在于长期不健康的生活方式。无论是减脂药物还是减重手术,核心作用在于短期内抑制食欲、快速降低体重、改善异常代谢指标,仅适用于符合严格医学指征的肥胖人群作为辅助治疗手段。这类干预能够帮助患者打破肥胖带来的代谢恶性循环,却无法重塑人体固有的代谢调节机制,更无法替代日常健康管理。

“真正科学长效的减重,核心在于调理代谢机能、优化生活方式。”李永进表示,健康减重的关键,在于树立慢病管理思维,将减脂视为身体机能的系统性调理过程,不应追求短期快速掉秤,而应关注体脂率、肌肉量等核心健康指标。即便采用医学手段辅助减脂,也须配合均衡膳食、适度运动与规律作息,将短期干预与长期养护相结合,从根本上改善代谢状态。

李永进提醒,所有外力减脂手段都无法替代自律的生活方式。唯有顺应人体自身代谢规律,养成可长期坚持的健康生活习惯,才能稳步减脂,实现健康可持续的体重管理目标。



更多内容

扫码观看