

古典风时尚风轮番登场 新技术新产品大放异彩 开发区企业闪耀博览会赚足客商眼球

炊大王吹“国风” 把颐和园元素融入炊具中

走进浙江炊大王炊具有限公司的展馆,扑面而来的
是浓浓的古典风,墨绿色的装修给人一种惊艳的感觉。

今年,公司与颐和园文创跨界合作,将颐和园的元素
搬到了炊具产品上。所以,公司对五金博览会的展馆进行
全新的升级,打破以往风格,精心打造炊大皇颐和园主题
国潮体验馆,以 皇家国潮,东方御味 为主题,从整体色调
到细节都融入了颐和园生活美学元素,整体呈现出活力时
尚的国潮风格。炊大王公司市场经理张涛说。

张涛介绍,随着消费升级,人们对包含中国传统文化
的创意产品越来越青睐。颐和园作为我国保存最完整的
皇家行宫御苑,被誉为 皇家园林博物馆,是古代皇家园
林,供皇帝休闲、娱乐使用。园中景色宜人,建筑精妙绝
伦,其一草一木一水一阁都带有浓郁的东方文化气息。

在这样的背景下,炊大皇公司积极与颐和园强强联
合,探索新的文创道路,将颐和园经典文物藏品传世之美
和炊大皇的好产品相结合,真正意义上实现文物的活化
与传承,将 国潮热 文创热 推向更高潮。

除了展馆的装修风格充满颐和园风,展出的产品也
精致典雅之极。记者在现场看到,展馆里展出的耐磨性
能强的等离子系列、传承地道中国味的铁器世家系列、简
约时尚的炫溢系列、原色石味的晶星石系列、微压快煮更
快入味的小红帽系列等16个系列100多款产品全部都是
今年的新品,以时尚的外观设计、独特的工艺创新和高科
技技术的加持,吸引了外众多客商前来咨询、商谈。

真的没想到,小小的炊具,融入了颐和园元素后,瞬
间升级成了艺术品,太美了。来自湖北的客商李先生对
展馆里一套以颐和园六景为主题的铝合金煎锅赞不绝
口。更他惊讶的是,这些堪称艺术品的炊具价格并没有
因为颜值提高的 水涨船高。

目前,公司产品的设计研发都有自己专业的设计团
队,共三十四人。这套颐和园六景的煎锅设计就是出自
公司的团队之手。张涛表示,该公司一直致力用全球化
的眼光思考企业发展方向,坚持品牌建设,诠释让中华美
食文化走向世界的使命,将产品与炊具文化有机结合,加
大智能化改造,实现生产制造、仓储智能化,加大新材料、
新技术开发,实现产品升级,成为逆势而上,高质量发展的
必杀技。

飞神 吃螃蟹 强强联合进军大健康产业

今年,在飞神集团的展馆内,一边是飞神房车依旧赚
足参展商眼球,而另一边的一张精致的护理床成了 新
宠,过往客商、参展商纷纷驻足了解该产品的情况。

据悉,飞神集团是我市康复医疗器械产业孵化的 吃
螃蟹者。伴随着大健康医疗产业的发展,该集团联合苏
州医工所成立了永康中科爱司米医疗科技有限公司正式
进军健康医疗产业。

这款护理床集聚日本的养老元素设计,虽然投入市
场才一两个月,但市场反响不错,其核心的竞争力主要
在于比传统护理床更加智能化、人性化,各方面设计都能
满足老年人生活的不同需求,让老年人生活得更更有尊
严和幸福感。中科爱司米公司大区经理李金铭说。

在现场,记者体验了一把该护理床科技感、舒适感十
足的强大功能:只需要一个遥控器,就可以自动调解床的
上下高度,最低可调至25厘米,这样老人下床时就不用
担心摔倒的问题,最高可调至75厘米,而这个高度刚好
符合人站着时弯腰不会太累的需求。当躺在床上的人要
坐起来时,只要按遥控器,就可以在 不知不觉 中坐起
来,且床的背部和膝盖部都有专业减压设计,可智能调
节,满足人体坐起来的需求。

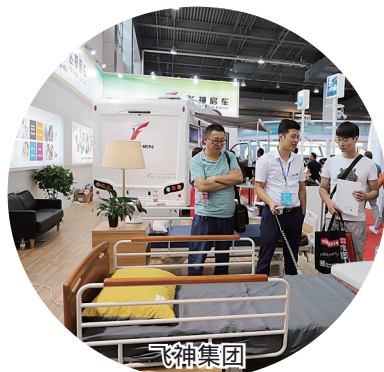
人人都会老,人人要养老,尤其是面对中国2亿多老
年人群体,如何创造一个安全舒适、自由的生活环境是
公司追求的目标。除了护理床,公司还将推出移位器具、
浴室扶手、坐浴椅等相关配套产品,为养老院、老年公
寓、医院等机构提供智慧养老一体化解决方案,更能让
原本冷冰冰的医疗器械变得更加温暖,以保健保养形式
走入千家万户。李金铭介绍,未来,该公司还将继续致
力工匠精神和健康理念的传达,布局以多功能电动护理
床为核心的产品线,配套研发护理与监护设备、移运设
备、婴儿床和周边辅助产品,为家庭、医院及养老机构
提供智慧医疗一体化解决方案,将产业链再度升级,引
领高质量发展。



26日,第24
届中国五金博
览会在国际展
中心盛情开幕
,万千客商再
一次以五金为
名,欢聚在永
康。

来自经济开发区的车业、
门业、杯业、电动工具行业、
小家电及厨具等五金 八大行
业 产业的企业依旧 摩拳擦
掌,带着不一样的 精彩 在
本届博览会上唱起主角。值
得一提的是,除了五金 八大
行业,开发区一批引领健康
医疗器械和军民融合产新兴
拳头产业也以让人耳目一新
的姿态在博览会上大放异彩。

无论是新技术新产品,还
是新创意新元素,闪耀本届
博览会的开发区企业 军团 都
诚意十足,充分彰显了智能赋
能与匠心坚守的正能量。



□记者 徐敏

哈尔斯展国礼 轻量杯上赋予故宫文化

这就是日本大阪G20峰会的国礼啊?很精致,很
漂亮。在浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司的展馆里,
来自江西的参展商叶女士对该公司展出的两只印着日本
国鸟 朱鹮 的图案保温杯爱不释手。

这已是哈尔斯第三次与G20峰会结缘了。2016
年,公司成功入选G20杭州峰会官方杯壶礼品。2017
年,在G20汉堡峰会 一带一路 中德合作论坛上,公司
旗下SIGG品牌CEO安东尼·维拉坎帕发表了《欧洲百
年品牌 嫁接中国动力》主题演讲,深深打动了欧洲制造
豪门。该公司相关负责人翁文武介绍。

翁文武介绍,作为日本大阪G20峰会国礼的保温杯
属于哈尔斯公司近两年匠心打造的轻量杯系列产品,而
轻量杯产品也成为该公司在本届博览会上重点主推的明
星产品。轻量杯的杯壁只有0.11毫米,与传统不锈钢保
温杯相比,轻量杯的重量减轻30%、容积扩大10%,真正
做到了减负增容。虽然轻量杯的内胆薄如发丝,但其保
温效果还是杠杠的,哪怕是6个小时之后,轻量杯内的开
水水温依旧能保持在70度以上。

正是这种轻量、便携、保温的理念,自投放市场以
来,即使售价是普通不锈钢保温杯的一倍以上,但依然很
受消费者的追捧。

值得一提的是,有着34年发展历史的哈尔斯公司
与故宫文创达成战略合作以来,赋予了保温杯更多的文
化内涵,让使用杯子的过程,变成了一种文化体验。

在该公司轻量系列杯的展区内,一套主题为瑞兽系
列的弹跳轻量杯因其独特的造型、精美的图案及色彩搭
配成了众人关注的焦点。这套轻量杯今年9月才正式上
线,东方文化与现代制造技术的完美结合。整套杯一共
有4只杯子,每只杯子的杯盖颜色不同,杯体的图案分
别是吉鹿、五福、仙鹤和麒麟,这些图案在传统文化中
都有着美好的寓意。翁文武说。

博大 站C位 重创新抓质量引领行业发展

浙江博大实业有限公司的展馆位于国际会展中心的
C馆,从坐标位置上看,该公司的展馆绝对占据了C馆的
C位,而从现场络绎不绝的客商人流看,该公司也是在展
会上赚足了眼球。

永康已成为世界上最大的电动工具出口基地之一,
拥有电动工具制造及相关配套企业1000多家,产业集
聚效应显著。在国内电动工具行业内,我们公司是较早
的进入者,如今已发展成为以内销为主、外销为辅,集研
发、制造、销售于一体的专业电动工具制造商,知名度
和影响力都很大。博大公司营销总监夏志胜说。

记者在博大公司204平方米的特装展馆看到,琳琅
满目的产品中,始终占据该展馆 C位 的产品就是无刷
电机系列产品。

这个圆形展柜上展出的铆钉枪、起子电钻、角磨机
都属于无刷电机系列,一共有25款产品。夏志胜介绍,
该公司今年一直专注研发新产品,较早地在电动工具中
使用了无刷电机。去年通过工艺、技术等不断创新,该公
司无刷电动工具的产品线不断延伸,稳定性明显提高。以
一款无刷角磨机为例,该产品适用于开墙槽、石材切割、
石材抛光等多种场景,整机仅重2.05公斤左右,在切割
过程中却有相当好的稳定性,且还具有防过载、软启动、
断电重启等三重防护,能更全面地保障使用者安全。

记者了解到,博大公司在重创新的同时,也十分抓质
量。该公司对生产过程实行的是全流程管控。除了开展
精益生产、原材料和工艺标准化、技能比武,加强6S管
理和目视化管理等,博大还专门成立质量控制小组,凡
是在某个环节遇到质量难题或是出了质量问题,能迅速
对此作出反应。

每年的五金博览会,博大公司都会带来不一样的惊
喜,该公司的产品始终抢占行业制高点,引领着行业发
展。来自江西的参展商张先生是博大公司的忠实客户,
除了对该公司产品品质比较放心,对该公司的售后管理
也是很满意。为加强和零售终端的联系,让消费者有更
好的性价比,该公司还在全国建立了3000多家形象店。
面对销售终端,该公司的服务更加优化,会专门派人
对售后进行跟踪,一旦有问题反馈,则立即进行整改提
升。这样一来,对张先生来说,可以省去很多后顾之忧。