

凝聚新生力量 精准转型升级

让年轻人喜欢上红木家具

——专访浙江豪族家具有限公司总经理徐皓剑



徐皓剑

接过担子,为守业,更为创业。5月11日,浙江豪族家具有限公司(以下简称豪族公司)总经理徐皓剑在接受记者采访时如是说。

眼前这位才三十出头的年轻人,自进入行业时就开始思考:如何在传统的基础上,将红木家具进行改良,使之更贴近80后、90后的生活环境和习惯,让红木家具变得年轻化。

结合市场需求 不断推陈出新

2014年,即将大学毕业的徐皓剑并没有直接进入公司。父亲为他安排

了另外一种基层锻炼方式:给他一个专卖店,负责家具销售。这一做,就是3年。

企业管理无非是研发、生产、销售三大环节。因为我大学的专业就是设计,从销售入手,不单单可以让我熟悉企业,积累人脉,最重要的是,能将市场需求及时反馈给企业用于研发、生产。徐皓剑说。

通过徐皓剑父亲的打拼,豪族公司的红木家具在省内富有美名。然而,市面上红木家具品类繁多,竞争激烈。尤其是年轻消费群体逐渐拥有家具采购的话语权。年轻化的红木家具,一定是未来家具市场的宠儿。结合市场需求加上自己对公司组织结构、管理模式的思考,徐皓剑想要创新的想法愈发浓烈。

在一些年轻消费者眼中,现在多数厂家的传统红木家具过于刻板,不够舒适,他们希望购买有新意、独特的红木家具。对此,徐皓剑主张推出新款家具产品。虽说是创新型红木家具,并不意味着选材较次,它只是在家具尺寸、外观图案上进行改良和创新,更符合现代人的审美趣味和生活习惯。徐皓剑说。

为了更好地守业,也是为了更好地创业,徐皓剑助力豪族公司走出了一条创新之路。尽管想法与父

辈有所不同,但从2018年4月开始,徐皓剑还是开拓出自己的领域:新中式红木家具。仅通过短短一年时间的设计研发,2019年,徐皓剑便带领团队参加深圳时尚家居设计周暨深圳国家家居展,想用实战来检验自己的选择,并从中开阔自己的眼界。

实践证明,徐皓剑的选择是正确的。新中式红木家具在展会上独树一帜,吸引眼球。连续三年参展,豪族这个名字,也逐渐冲出浙江省,走向全国。

突破传统工艺 红木家具也能弄潮

柔软的布艺靠枕、坐垫和古朴的纯铜配饰,当这些辅料遇到典雅庄重的红木时,仿佛一下为其注入了新的灵魂,时尚气息就此洋溢开来。这便是豪族公司近年来力推的新中式红木家具宽堂系列。

人生所居,自在宽堂。这是我们打造宽堂系列产品的本意,让使用者既感受到家居之宽堂,又觉心胸之宽堂。作为这个系列主要策划人的徐皓剑如数家珍。他介绍,在设计理念上,为了解决硬木家具舒适度问题,摒弃了过往略显笨重的造型,更

多把技法聚焦在色彩搭配、氛围营造上,而这就更考验设计团队删繁就简的鉴赏能力。值得一提的是,他一边让拥有多年经验的老师傅结合榫卯、伸缩缝、倒圆等传统工艺,拿捏毫厘分寸;另一边则引进高端设备,让这一系列产品在传统的美感中又增添了现代感。

某种程度上来讲,宽堂系列正是该公司为了迎合当下年轻消费群体需求的大胆尝试。过去的红木家具颜色上喜欢大红大紫,在年轻人眼里显得有些单调。而豪族公司新中式红木家具在采用名贵硬木原料的同时,加入铜、大理石、五金件、皮等配料,软装搭配多样,让人更觉眼前一亮。

在徐皓剑的努力下,传统红木家具被赋予新的表现形式,焕发生机,被年轻人所喜爱。目前,新中式红木家具宽堂系列已有约80家专卖店,主要分布在上海、杭州等一线城市。

随着人们收入水平的提高,红木家具这种高端家具正逐渐进入大众视野,已得到全球家具市场的认可。徐皓剑认为,更适合现代生活的创新型红木家具,未来可期。

融媒记者 程明星

在传承中创造未来

专访浙江意可味厨具有限公司总经理黄威



黄威

在锅中尝尝酸甜苦辣,这大概是对浙江意可味厨具有限公司(以下简称意可味公司)总经理黄威创业经历的最好总结。

对创二代黄威而言,他进入厨具行业可以说是从零开始,从最初不懂技术、不懂管理的厨具门外汉到现在厨具行家,他站在父辈的肩膀上成长,并传承了父辈勇于开拓创新的精神。

从门外汉到 厨具行家的转变

意可味公司成立于2014年,是泰

龙控股集团的子公司,成立之初便致力于研发、生产、销售高端厨具。

说起该公司,可能很多人还很陌生,但要说起母公司泰龙控股集团有限公司(以下简称泰龙公司),可以说是耳熟能详。

2014年,泰龙公司想通过引进新项目推动企业进一步发展,便将视线瞄向厨具行业。而此时的黄威正在泰龙公司从事采购和销售的相关工作,意可味公司成立后,他才开始接手该公司的运营和管理。成立之初,该公司仅有3个人,而黄威对厨具行业可以说是一窍不通。没有客户资源,他就和团队参加各种相关展会;不懂技术,他就深入行业,疯狂地吸收厨具的相关知识。

2015年,黄威接到了他人生中的第一个订单,来自浙江炊大王炊具有限公司的2000只锅具订单。虽然订单量不算很大,但对当时的黄威来说,是极大的支持。正是因为这笔订单,增强了他的创业信心,也为他逐梦厨具行业奠定了基础。

彼时,正是电商快速发展时期,这也给了意可味公司一个高歌猛进的机会。黄威抓住这一发展风口,入驻淘宝,开拓新的销售渠道和市

场。如今,意可味品牌已立足国内,远销海外,得到海内外华人的青睐。2018年,意可味品牌还凭借卓越品质和高精尖研发实力,受邀参加央视《品质》栏目,品牌实力可见一斑。

2021年,意可味公司搬入新厂区,购入新设备实现扩产,预计达到年产2000万只,年产值20亿元的规模。该公司从成立到现在保持着年产值20%的增幅。

接手企业后,我感受到最多的除了责任便是压力。我能带领企业走到今天,业绩稳步上升,也得益于父亲打牢的企业根基和家族对我的帮助以及公司员工对我的支持。黄威说。

从生产工序上 探索自动化发展

工业是振兴实体经济的主战场,也是数字经济发展的主阵地。加快工业数字化、智能化转型发展,是推动经济高质量发展的必然要求。在今年两会上,市人大代表黄威提了关于提升我市工业数字化、智能化水平的议案。

事实上,他早就意识到智能制造对企业发展的重要性。在2018年,他从广州引进厨具全自动化设备,提升产能,降低企业成本。但引进后,他发现厨具产品规格较多,难以使生产工序连贯生产,且设备损耗较大,这与引进初衷相违背。虽然厨具看起来大同小异,但细数下来有上百套模具。如果使用全自动化设备,更换模具时设备有损耗,生产时费时费力,这都让成本提升了。黄威说。

即便在转型之初遇到困难,他从未放弃企业在智能化、数字化上的转型。厨具生产整条流水线无法实现全自动化,他就从生产工序上着手。目前,该公司喷涂车间已实现自动化生产,接下来将在成型车间上探索自动化改造。

人生三十而立,1989年出生的黄威已然撑起了意可味公司的一片天。面对当下疫情带来的挑战,黄威仍坚持科技创新,为传统制造业转型升级赋能。今年以来,以外贸为主的意可味公司依然逆风而上,呈现良好的发展态势。

融媒记者 潘燕佳