

锚定消费升级 研发投入加码 爱久:让智能 清扫更平易近人



近日,记者从经济开发区了解到,今年以来,该区规上工业产值增长平稳,新产品产值率达44%。其中,浙江爱久工贸有限公司(以下简称爱久公司)实现新产品产值率同比增长达254.2%。

近年来,在市场红利和消费升级催化下,针对年轻人不爱做家务的痛点,不少企业紧抓热点需求并开发出相应产品。爱久公司紧跟市场动态,并积极响应政府技术产业政策的激励引导,不断增加新产品研发投入,如智能洗拖一体地面清洗机等产品相继问世,推动公司智能家居产品形式多样化、大众化。

捕捉市场动向 精准研发产品

一提到爱久公司,很多电商、网购达人并不陌生。如该公司较早投入生产并投放外贸市场的筋膜枪,曾一度霸榜亚马逊美国站。8月30日,记者来到该公司的产品性能测试办公室发现,两名工程师正俯身调试扫地机器人,桌上堆放着各式各样的零件。

这是我们公司正在研发的智能洗拖一体地面清洗机,它采用清水箱置于机器下方的设计,该设计具有重心下沉、自动牵引力强、转头灵活等优点,尤其是可实现边角清理滚刷,轻松清理桌底等常见的卫生死角。爱久公司项目主管徐勇宝说。

谁能想到,这款产品的清水箱拥有750毫升的超大容量,可一次性清理150平方米,并具备电解水除菌、无耗材无污染清洁地面等功能,从设想到问世还不到一年。

这几年,虽然国内智能扫地机器人产业发展较晚,但在产品市场供给与需求上均呈现快速增长的态势。徐勇宝告诉记者,去年10月,通过及时捕捉市场动向,爱久公司很快就要求工程师团队进行相应的产品设计。其间,针对智能洗拖一体地面清洗机、布衣清洗机两款产品,该公司先后投入科研费用上千万元。

通过我们在欧美的品牌优势,目

前,我们正和欧洲采购商谈一单关于50万台的智能洗拖一体地面清洗机的生意,很有机会拿下。徐勇宝自信地说。

此外,爱久公司正在自主研发一款扫地机器人。它能大大降低清扫过程中的人工干预,完成一站式的智能清扫,解放人们的双手。

紧随 清洁 局势 打造大众产品

消费者对于服务类智能家居产品,尤其是类似适用于家庭的智能扫地机器人等,产生强烈需求,从而对企业的新产品起到重要催生作用。采访中,谈及消费者与企业新产品之间的紧密联系,徐勇宝直言不讳。

巨大的市场发展空间,吸引越来越多的公司进入智能扫地机器人生产领域。目前,国内主流电商平台销售的智能扫地机器人品牌已有近200个,其中小米等大品牌占领国内线上的高端市场,价格在1500元以上。

对于绝大部分家庭而言,花上千元买扫地机还是觉得贵。但随着90后、00后当家,轻松、时尚、科技对于他们有着无比的吸引力。生产一款价格适中、功能媲美大品牌的扫地机器人成了爱久公司的目标。

只有通过研发,产品才有持续升级的可能。用户在清洁过程中存在的痛点问题被解决,产品才会畅销,行业才能呈现良性竞争,推动产业链的完善。徐勇宝说,扫地机器人介于机器人和人工智能之间,需要软件和硬件双重支撑。为了与测试的扫地机能更亲密地接触,爱久公司的两位工程师反复测试扫地机的系统,以给用户创造更好的消费体验。

从目前整个国内扫地机器人的格局来看,市场还处于发展初期。徐勇宝说,虽然现在头部品牌在市场份额上占据优势,但爱久公司只要在产品创新上继续努力,打造真正的爆款产品,定能获取更多市场份额,进一步巩固市场地位。

融媒记者 程明星

善于先发制人 专注细节品质 硬汉:让高段位 产品满足需要



9月1日,记者走进永康市硬汉电器科技有限公司(以下简称硬汉公司)时,只见公司总经理陆金永正在耐心地做着笔记。他仔细浏览与公司合作的抖音平台,归类整理网友对于硬汉公司产品的一条条意见。

今年以来,善于先发制人的硬汉公司,聚焦科研投入,新产品产值率较去年同期相比显著增长,多款新品呼之欲出。

先发制人 寻找市场所需

这是我们花了一年多时间研发的电镐类新品。我们委托第三方进行测评及短视频宣传,获取市场最真实的反馈。陆金永说。

作为我市专注生产锤镐的品牌先锋,硬汉公司习惯先发制人。在四楼展厅,陆金永向记者展示了即将在五金博览会官宣的钢铁战士72V赋能系列工具电镐类产品代表690D和455D。

它的特点是低碳、节能、环保、便捷、低损耗。一款适用于室外,不需要寻找固定电源,可以用便携式电池甚至电动车的电池。陆金永说,我们的产品消费者、使用者大多是一线装修工。我们十分关注使用者的动态。

2021年,陆金永在调研市场时发现,工人在户外施工使用电动工具,需要配备柴油发电机,发电过程不仅会产生污染环境的废气,还会发出噪声,影响团队交流。

是不是可以生产一款48V至72V低电压、用电池甚至插在操作工电瓶车上的就可以使用的电动工具,让他们用得方便且环保?

今年4月,陆金永斥资上百万元用于科研。紧接着,他又花费400多万元,用于生产线建设。最终,涵盖切类、钻类、锤类、镐类、搅拌类、锯类、磨类共七个类别,钢铁战士72V赋能系列工具横空出世。

除了新产品的低碳、节能、绿

色、便捷等卖点,使用方便、使用成本低、适用性强也是硬汉公司强调的重点。陆金永一改惯用的硬汉橙,将这个系列的新品都新设为低碳绿,以此紧跟时代主题。

专注细节 新品追求更好

如今,电镐、电锤已被各领域广泛应用,相对复杂的工作对电镐、电锤提出了更高的性能要求。硬汉公司以此为契机,隆重推出高品质、高段位的新产品。

在硬汉公司的装配车间内,工人们正忙着生产、组装一批钢铁战士系列的电镐、电锤。最后一道工序是由员工将产品对着一块铁板,进行测验,以此确保产品的出厂质量。车间里一箱箱码好的产品,充分展示着企业发展的强劲势头。

无论是原材料进厂后的抽样检测,还是发货前的检验,对我们来说,都必不可少。我们想从专业的角度,去把握产品的质量,追求更好的企业发展。陆金永介绍,公司专门设有一个质检部,加强源头监管,把好产品质量关。

据了解,按照产品的技术要求等特点,电动工具行业可分为工业级、专业级和DIY家用级三个级别。目前,国内绝大部分电动工具生产企业均在生产DIY家用级电动工具产品,整体呈现一种低端、无序的竞争状态。而专业级电动工具无论在技术含量、应用领域范围、产品附加值还是在产品附加值方面,均远超DIY级产品。作为一家扎根中国电动工具之都的企业,我更希望企业未来生产的产品是工业级的。陆金永说。

此外,硬汉公司坚持走差异化和高效化路线。该公司陆续投入大量人力、资金组建研发团队,现在中、高级职称技术及管理人员占企业人数的30%,为产品更新换代、保持市场竞争优势保驾护航。

融媒记者 程明星