

从标准化到定制化 奏响烈火雷电之歌 来永务工小青年创新“钛”有“彩”头



钛杯生产线



彩钛工艺制作的钛壶



随着产能的提升和市场的拓宽,钛杯在市场上早已不是什么新兴产品。近几年,市场上钛杯的同质化竞争愈演愈烈,不少企业也坦言陷入了“行业内卷”之中。近期,记者在市场上见到了一款新型的彩钛杯子,和以往单色的钛杯不同,它的杯身出现了各种各样的图案,让人眼前一亮。6月30日,记者找到生产这款产品的企业,探究其如何走出发展新路径、开拓市场新蓝海。

烈火雷电 为笔 杯身显现各式图案

6月30日,记者走进永康市奥伯顿科技有限公司(以下简称“奥伯顿公司”)的展厅,映入眼帘的彩钛让人目不暇接:龙年元素的保温杯、漫画情侣杯、古香古色的小茶盏……彩钛杯的色彩有别于一般保温杯的喷漆、转印工艺,独特的色调有着独特的腔调。

这款是我们今年卖得最好的祥龙系列,它很好地迎合了今年市场上热捧的生肖元素和国潮元素。奥伯顿公司负责人杨秀雨向记者介绍道。

记者拿起该款保温杯仔细看,一只扶摇直上的中国龙形象尤为吸睛,淡蓝色的祥云背景增添了几分精致感的同时,确实呼应了当下大火的国潮风。

以往的钛杯主要的营销点在钛样式的区别也大多表现在杯型和外观上,但我们就从图案入手,开辟了彩钛画这个新赛道。杨秀雨说,在钛杯上“作画”的原理其实和钛的晶化变色原理是一致的,即在不同温度下钛会呈现出不一样的色彩,而这样的色彩是天

然形成的,不需要任何油漆和颜料。

不同色彩的折射膜可以通过温度调节得到,也可以通过阳极工艺得到,这两种方法一种用火,一种用电,所以我们称这个过程像奏响烈火与雷电之歌。杨秀雨说,这种工艺相对比较复杂,现在彩钛在市场上还比较少见。

正因如此,彩钛工艺在不同产品上的应用也成了提升产品个性化的有利元素。

在奥伯顿公司的产品展示间,记

者还看到了用彩钛制成的键盘帽,别看一颗指甲盖大小的键盘帽,据说在一些社交平台上已经溢价到1000元/颗左右。

钛杯对整个保温杯类目而言,本就属于相对小众的赛道,彩钛更是如此,由于产品的独特性,一经投放市场就获得了很好的反响。

我们现在已经收到了很多代理商的申请,预计这些产品就会在全国范围内铺开。杨秀雨告诉记者。

实干创新为魂 爱折腾 青年扛起创业旗

2008年,年仅17岁的杨秀雨从老家贵州省毕节市来到永康,起初他只是工厂里的一名普通员工。没过多久,他就喜欢上了这个充满机遇和生机的城市。

刚到永康不久,我就想着总有一天,我也要当老板。讲述间,杨秀雨的眼神笃定,打拼就是这里的主旋律。面对各种各样的机会,年轻人很难安于现状。

在工厂里工作4年后,杨秀雨就按捺不住创业激情,创办了自己的第一家工厂,这是一家喷塑加工厂。和大多白手起家的永康创业者一样,杨秀雨勤奋且踏实,几乎全天泡在工厂里,很快赚到了人生中的第一桶金。但杨秀雨清醒地认识

到,依托浪潮经济和劳动力资源丰富的发展红利终会过去,必须找到一款更有特色的产品,脱离传统的产业赛道。

2017年,本就在传统保温杯行业扎根多年的杨秀雨,了解到了钛杯这个新赛道,便留意起来。直到2019年年底,他正式接触钛杯行业,开始在家自学相关理论知识,并前往成都、重庆和上海等地考察学习。

有一段时间,他几乎成了“科研人员”,每天泡在自己的“实验室”里,不分昼夜地折腾他的杯子。杨秀雨的妻子黄巧敏说,他一向就很爱动脑筋,做钛杯时他就下定决心不走别人走过的老路。

2021年上半年,杨秀雨手中的钛杯终于有了一幅像样的“画”。摸索出成功的经验后,他开始尝试更多的内容。

永康从来不缺标准化的商品,这么多年待在永康,我非常清楚,市场从不缺工业化的流通货,甚至会“惩罚”那些跟风模仿的投机行为。杨秀雨说,只有真正差异化的产品,才能在“行业内卷”中存活下来。

在杨秀雨看来,彩钛正是一个这样的机会。

有一回,杨秀雨的一位客户购买了一款彩钛的敞口杯,这款杯子的售价在500元左右。在进行客户回访时,客户竟然向

杨秀雨提出了希望产品涨价的要求,让他哭笑不得。也正是从那时起,杨秀雨开始意识到,高净值客户的需求点正是在差异化和个性化,而他们对价格的敏感度的确比很多厂家想象的要低得多。

彩钛的运用还有很大的潜力可以挖掘,比如在手机壳、珠宝、餐具、茶具等这些商品类目上,其所具有的独特性都可以为彩钛衍生产品提供很多附加值,但归根到底,还是要有实干创新的精神,才能探索更多未知的可能。采访的最后,杨秀雨向记者阐述了他对彩钛在一些领域运用的设想,但当记者问及他是否会涉及这些领域时,他笑笑说目前只是想将杯子做好。

记者手记

彩钛工艺打开五金更大想象空间

还记得第一次见到这些精致的彩钛产品时,那种眼前一亮的感觉让人很难相信,它们居然不是来自保温杯行业头部企业,而是一家不曾听说过的成立仅2年的公司。特别是在了解到这些产品全部是由经验丰富的师傅经过几十道工序纯手工制作后,让我不由地想起一个日本玻璃制品品牌——江户切子。同样都是提供喝水功能的杯子,凭借复杂的制作工艺和匠人的精心雕琢,江户切

子获得了更高的艺术价值和情绪价值,从而在小众赛道里大放光彩。

2年,700多个日夜,为了实现在钛上“作画”这一看似简单实则充满难度的目标,杨秀雨几乎整天泡在一间堆满各种仪器、设备的“实验室”里,不分昼夜地摸索着彩钛工艺的各种技术难题。经历过无数次失败后的推倒重来,最终,杨秀雨对照着日本钛杯品牌HORIE的一款雪花系列广口杯,不用一滴油墨,画出了

与之相同的图案。

使用彩钛工艺,我们的图案饱和度更高、更有光泽。杨秀雨告诉记者,当时自己激动了片刻之后,又马不停蹄地尝试了其他更复杂的图案,并一一“作画”成功。从那时起,彩钛工艺就为杨秀雨打开了提高产品附加值的更大想象空间。他坦言,在永康工作生活了这么多年,这里的铜艺、锡雕等传统手工技艺所展示的极具地域特色的五金文化以及

义利并举、务实创新的企业家精神都对他影响深远。我们可以把五金文化和传统手工技艺融入到不限于钛杯的各类产品之中,一方面可以弘扬和丰富五金文化,另一方面也能进一步提升产品的附加值,更好满足消费者对高品质生活的追求。他说。

也许和杨秀雨眼中的坚定一致的是,属于彩钛工艺的春天已经开始。

融媒记者 胡锦 李一正