

开栏语

永康是闻名遐迩的“中国炊具之都”，拥有炊具制造企业200余家，配件生产企业500多家，年产值超70亿元，生产各种厨房用品多达上千个种类，产品在国内外市场中享有盛誉。厨房用品发展日新月异，工艺技术革新突飞猛进，设计研发迭代与时俱进。

今起，本报开设“探寻‘中国炊具之都’转型密码”专栏，多路记者深入走访炊具制造企业，解析“中国炊具之都”转型升级的探索实践。

百名规上企业 管理人员集中充电 夯实合规管理 赋能高质量发展

本报讯(融媒记者 郑旭华) 有这么一道财务题：100-1=0，有的公司把创新视为1，有的公司把低价视为1，大家可以思考一下自己企业的“1”是什么？要把握好这个核心基础，企业不仅要冲锋在前开疆拓土，也要把牢财务后门。

10月11日，由市经信局组织的企业经营管理系列培训在紫薇花园宾馆开课，我市百名规上工业企业管理人员集中充电，赋能企业发展。

专家现场解读 良策出实招

浙江工商大学副教授祝立宏围绕“新形势下企业的合规内控”主题，聚焦企业风险及其表现、合规管理政策文件、风险管控手段及制度等方面的内容，结合大量经典案例，进行有指导性和针对性的理论讲解，为企业发展谋良策、出实招。

盈科律师事务所高级合伙人黄举维则以“企业运营中的法律风险防范”为题，从犯罪的代价和企业创始人、高管高频刑事犯罪案例及风险防范等方面，为企业普及相关知识，帮助企业正确认识法律风险，提高法律风险防范意识。

专家和学员就相关授课内容进行深入交流探讨。学员们纷纷表示受益匪浅，甚至有家企业的财务总监现场表示，计划成立“企业合规部”。

优化品牌策略 提高管理水平

据悉，市经信局举办的企业经营管理系列培训共9期，以集中培训、一天一期的方式开展。培训课程囊括数字化精益生产管理、采购谈判实战技巧、企业精细化管理、现代企业管理创新与管理能力提升、复杂情景下的高绩效团队管理与沟通等，旨在为我市规上工业企业管理人员提供系统全面的培训指导，开拓企业管理人员思维与视野，更新现代企业管理理念，持续完善企业现代化管理体系，重点帮助企业提高智能化水平、优化品牌策略管理、拓展海内外营销渠道等，全面提升企业管理创新水平。

火车跑得快，全靠车头带。此次系列培训对以前短期培训模式进行了升级，通过前期报名固定学习名单、实行班级化管理等方式提升学习效果，就是为了锻造一批有理想、有担当、有才学、有本领、综合素质高的企业管理人才队伍，希望他们能将学到的新理论、新观点、新方法、新思路应用于实践，助力企业发展壮大，为全市工业经济高质量发展贡献民营企业力量。

市经信局相关负责人说，今年以来，该局锚定“三支队伍”建设目标，从企业发展需求出发，从强化服务入手，通过组织开展各类培训、考察学习、对规上企业开展企业管理星级评价等服务，做优做强企业培育。



培训现场

炊大王：品牌引领开辟新赛道 自主品牌出口额占出口总额近三成



炊大王公司生产车间

说起“炊大王”这个品牌，不少消费者都非常熟悉。自1983年创办以来，浙江炊大王炊具有限公司(以下简称“炊大王公司”)始终深耕炊具领域，利用领先的技术优势，研发出了一系列备受市场欢迎的爆款产品，并参与了多个国家炊具行业标准的制定。

探寻“中国炊具之都”转型密码的首站来到位于经济开发区的“炊大王”总部，探寻这个深耕炊具行业40余年的老品牌如何在转型升级道路上走出“王者风范”。

颜值+内涵 创新研发始终领先市场

走进炊大王公司的产品展厅，琳琅满目的炊具让人目不暇接。适合单身人士的小口径锅、底部聚油的不粘锅、适合女士颠锅的超轻锅……各式各样的产品将消费者的需求摸了个透，可谓“只有想不到，没有做不到”。

在当今的互联网上，“产品”有花样只是火爆的门槛，如果想长期占据类目标首，且真正获得消费者的持续认可，就需要些真本事了。

这口锅非常“网红”，刚好一人份

的食量，既可以当炊具，也可以作为餐具使用，加上可爱的造型和亮丽的外观，深受现代职业女性的青睐。在直播电商销售榜上一直名列前茅。炊大王公司董事长王鹏自豪地介绍起公司当季的拳头产品。

王鹏介绍，消费者购买时看中的是视觉感受，时尚美观的设计是客户引流的关键。但对致力于打造炊具行业标杆的炊大王公司来说，提升用户体验才是增强客户黏性的根本。

于是，炊大王公司联合上游供应

商研发耐高温、耐磨涂层，应用超轻材质，锅底聚火节能创新，外观人性化、功能化设计……一系列研发始终领先市场，牢牢抓住用户体验。每年，“炊大王”公司都会推出上百款新产品，其中不乏斩获红点奖、IF设计奖等大奖的新品。

市场需求变化极快，也倒逼企业始终坚持高强度的研发创新。“炊大王”公司能做的就是不辜负消费者的信任，给予大家“我就是想要这样一口锅”的体验感。王鹏直言。

联名+文创 多元渠道拓展国内外市场

“炊大王” COOKER KING，不管是炊大王公司的展厅，还是遍布各地的专卖店，一抹亮丽的黄色总能唤醒忠实粉丝的记忆。

早在十多年前，“炊大王”公司就以自主品牌开始了厨房用品全生态链的布局。目前，该公司线上线下共有相关类目产品超千种，涵盖了厨房、露营等多个场景。打开该公司“炊大王”品牌的

天猫旗舰店，月销量破万的炊具比比皆是，而在各大网红带货主播的直播间，该品牌的产品也常常卖断货。

此前，“炊大王”公司与国民IP品牌B.DUCK小黄鸭“梦幻联动”，推出了联名系列，备受一大批年轻消费者的青睐，品牌号召力可见一斑。

自主品牌在国内市场风生水起的同时，因为“炊大王”爱上“中国菜”，一

句简单的话，让炊大王公司的产品走上了世界舞台。如今，“COOKER KING”品牌已在全球100多个国家和地区注册，出口额占公司出口总额近三成。

品牌出海，永康制造已经具备了品质基础，但是这条路依然非常艰难，不仅依靠运气、依赖勇气，更考验企业全方位的硬实力。刚从南美和非洲考察市场归来的王鹏，对以自主品牌开拓国际市场有了进一步的认知。

融媒记者 胡锦

探寻“中国炊具之都”转型密码