

永霖户外:精耕水上运动市场 掘金文体旅产业蓝海

■本报记者 朱晓西 李想 文/图

近年来,随着文体旅产业经济的发展,皮划艇等水上运动渐渐进入大众视野,成了人们的“新宠”,特别是当下炎炎夏日,在户外看到驾皮划艇的探险者并不稀奇。眼下正值巴黎奥运会期间,开幕式上各国运动员在塞纳河乘船巡游的壮观景象,各类水上赛事精彩不断,无疑又助推了一波“玩水”热潮。

在海内外,皮划艇等水上运动一直有稳定的玩家群体,这背后蕴藏着庞大的市场需求,进而推动相关的体育用品产业。位于康美镇体育用品基地的福建永霖户外运动用品有限公司(以下简称“永霖户外”),正是瞅准水上运动市场需求快速发展起来的南安企业。

研发紧跟潮流

生产过15米充气橡皮艇

24日,多云的天气削弱了太阳的“烈度”,绿树环绕岸边的康美镇狮林水库,碧波荡漾,微风徐徐,让人倍感清凉。永霖户外总经理郑祥霖和2名同事将几条充好气的皮划艇搬下水,并为其中一条装上了船用汽油机和螺旋桨。他们此行的目的并非“玩水”,而是进行产品测试。

为船用挂机加油后,工作人员熟练登艇,连续猛抽机器启动绳,不一会儿,皮划艇轰鸣着驶向水库中央,时而优雅地转弯漂移,时而加大马力直线猛冲,尾部溅起漂亮的浪花。

十几分钟后,皮划艇靠岸了。“船头都翘起来了,这台机器和小号艇不是很适配。”“这样螺旋桨会斜向下,不在水平方向,浪费了推进的功率。”“换大一号的艇,就不会头重脚轻了。”郑祥霖三人展开了热烈的讨论。

随后,工作人员还测试了无动力的皮划艇样品,测试的过程也激起了人们的好奇心。“这样一条皮划艇要多少钱啊?”岸边不断有人喊话询问。

回到工厂,记者看到了2个用于测试产品平衡性的水池。厂房里,工人们有条不紊地进行各道工序。现场堆放着不少圆环形的半成品,这是一款用于晒日光浴的水上躺床。当然,数量最多的要数各类形状大小不一的船艇。



在水库对产品进行测试的郑祥霖(左)

一艘汽车大小的白色游艇分为2层,设计时尚,充满现代感。通过工作人员此前测试拍摄的视频可见,当船舱内坐满人员后,2人分别在船头和船顶甲板使劲摇晃,船体依然相当平稳,没有倾覆的危险。据介绍,这款产品只要装上螺旋桨,就可在水面轻松漂流。外观不只有白色,也支持客户定制不同颜色图案,且能加上灯光,满足夜间漂流需求,顶部甲板也能装栏杆。

“户外用户大多喜欢将沿途的风景晒到网上,自然增加了产品曝光。”郑祥霖说,现在玩皮划艇漂流的人越来越多,小红书就有很多这类的视频。他向记者展示了一条客户拍摄的视频,视频中众多户外爱好者在一片幽静的水杉林游弋,好不惬意。

皮划艇,这一水上运动装备,如同成年人的玩具,激发着玩家们无限的创意与想象。玩家们不断解锁新玩法,令企业深知创新研发的重要与紧迫。不等市场反馈或客户下单,永霖户外的研发人员每每在网上看到新玩法,或者想到新创意,经探讨评估可行后,就付诸研发、测试,因而产品紧跟时尚潮流。

此前,他们曾向日本某客户交付几十条超长的充气橡皮艇,长度有5米、7米、8米、12米,最长达到15米,但重量仅25公斤。客户收到后,在海上展开竞速,竟划出了龙舟的气勢。

打响自有品牌 长期赞助世界探险越野赛

创业11年来,持续深耕水上运动体育用品,如今,郑祥霖拥有3家销售公司、2家工厂,1家投资公司,遍布青岛、宿迁、泉州等地,产品涵盖皮划艇、游艇、水上包袋、帐篷等户外用品,以及自有海外品牌FRONTIER和国内品牌岩霖。

在郑祥霖的规划中,南安康美厂区主要以研发为主,所以总有各类新奇产品。这位来自三明尤溪的年轻创业家坦言,选择在南安设厂,考虑的是当地的商业氛围和干事创业的精气神。他希望,随着企业发展,该厂区能进一步升级,并逐步打造成全球总部。

得益于多年在外贸领域的积累,2018年,永霖户外与世界探险越野系列赛(Adventure Racing World Series,简称“ARWS”)成功“牵手”,开始赞助这项国际顶级户外多项赛。

据悉,该项赛事2001年成立,每年在全世界五大洲举办12站系列赛和1站年终总决赛,如今足迹已经遍布世界各地。比赛中,4人一组,进行为期3天—10天昼夜不间断的探险越野赛,赛程300公里至1000公里不等,旅途中将面临河流、山路、岩壁等多种地形。作为多项赛,比赛内容包括皮划艇、越野跑、骑行、漂流、野外定向、绳索技能等。赛事的精彩程度不言而喻。

“比赛还会以类似纪录片的形式进行转播,吸引了全球的户外爱好者观看。”郑祥霖正是看中这点,每年投入几十万元,为赛事赞助船只及配件,也为FRONTIER品牌争取到更多“露脸”机会。

“效果很明显,以前是主动找客户,现在是客户全世界找你。”郑祥霖表示,感兴趣的客户咨询接连不断,并带来了不少成交订单。

为了提升企业的知名度,据介绍,在浙江卫视推出的自驾露营观星节目《追星星的人》的镜头中,出现的红色皮划艇就出自永霖户外。此外,去年,吴奇隆、林峯等众多明星到九日山录制节目,永霖户外也赞助了该节目。

不过,郑祥霖的经营之路并非总是“一帆风顺”。2022年5月到2023年7月,受国际形势影响,客户取消了数个货柜的外贸订单。于是,永霖户外加大了国内市场的投入,一件件适销对路的产品被研发出来,正好赶上文体旅经济的提质升级。郑祥霖表示,公司因此订单数又逐步恢复到高峰期,现在几乎每个月都能获取新客户。

“公司的大部分员工,同样是户外运动爱好者,探索新领域的态度让团队不断前行。”郑祥霖告诉记者,而皮划艇静水、皮划艇激流回旋都是奥运会的比赛项目,考虑到近期“奥运热”或许能带来订单,企业正着手规划新的生产线,准备生产与竞技体育相关的产品。



九牧集团

荣获2024绿色可持续发展贡献奖

本报讯(记者 李杨瑜)日前,以“迈向碳中和之路”为主题的2024第三届国际绿色零碳节暨2024 ESG领袖峰会在北京举行。九牧集团凭借在绿色低碳领域的卓越表现,荣获“2024绿色可持续发展贡献奖”,树立起绿色科技赋能可持续发展的行业标杆。

据了解,九牧集团在行业首创的智能马桶“绿色黑工厂”,通过光伏发电、节能设计、节水减排等多重措施,实现了能源节约30%,年节电1.3亿千瓦时,碳排放减排1.8万吨,节约用水量超过一个西湖的水量。此外,该工厂通过分布式光伏项目进一步推动绿色清洁能源应用,年均发电量约473万千瓦时,减少标准煤消耗约1442吨,减排二氧化碳约3935吨,成为行业担当绿色责任的典范。

依托绿色科技,九牧集团还实现了生产资源的多次循环利用。同时,九牧集团也积极推动国际绿色合作,年初与联合国开发计划署联合主办了2024厕所革命与可持续发展论坛,发布全球首份厕所革命行业报告《科技创新赋能厕所革命:助力全球可持续发展报告》,首次提出了厕所革命1.0、2.0、3.0三个阶段的新观点,并针对全球水管理、科技赋能厕所革命提供了切实可行的中国方案,为未来全球厕所可持续发展指明了方向。

此外,九牧集团的i90数智马桶、X90超静音数智马桶还相继入选了“世界绿色设计组织推荐绿色设计产品”。展望未来,九牧集团表示,将以“智能、绿色、颜值、健康”为研发方向,不断探索绿色科技的新边界,引领行业共赴绿色未来,为全球实现“碳中和”目标和人居环境文明进步做出更大贡献。

据悉,本届评选活动旨在向绿色发展的践行者、引领者致敬,通过表彰TA们的非凡成就和榜样力量,鼓舞和带动更多的中国企业在绿色零碳未来,评选100%根据第三方推荐和企业公开信息进行评估确保了奖项的权威性和公信力。

群峰机械设备发往孟加拉国

本报讯(记者 李杨瑜)近日,福建群峰机械有限公司经过数月加班加点,两条自动混凝土制品生产线完成制作及出厂调试,如期发往孟加拉国客户处。

近年来,孟加拉国经济稳步增长,保持5%至6%的经济增速,是南亚经济增速第二高的国家。而中国是孟加拉国第一大贸易伙伴国,两国在基础设施领域合作潜力巨大,也相应地拉动了当地建材供应市场的飞速发展,群峰机械的孟加拉国一老客户敏锐地察觉到了其中的机会,决定扩大自身生产规模,秉着对群峰机械的信任,复购了两条自动混凝土制品生产线。

作为群峰机械的老友,该客户早在多年前就拥有了群峰机械的生产线设备。此次,该客户采购的自动混凝土制品生产线,包含制砖生产线及低位码垛生产线两个主要部分,在占地空间较小的情况下最大限度地提高了生产效率。制砖生产线以群峰混凝土制品成型机为成型核心,其机架结构采用优质Mn合金结构钢板,整体焊接后,进行抛丸除锈、消除焊接应力等工序,整体机架结构刚强坚韧;主机振动台采用超高韧性军用合金材料,对零部件进行“特种”焊接以及热处理,保证其强度、韧性及耐用性。

“该生产线搭载低位码垛生产线系统,有效解决了人工码垛劳动强度大、效率低下的问题,采用伺服电机控制,运行高效柔顺,动作精准可靠,位置时时反馈,只需要调整参数就能够码垛不同砖型,且配有自动回垛系统,带托盘码垛更加方便,提高生产效率。”群峰机械相关负责人表示,公司出品的设备在出厂及投产前都会经过仔细调试,以保证设备正式运行时处于最佳工况,为客户的产能升级保驾护航。此外,他们的技术团队也会到现场经过实地勘察,对方案中的电机和液压元件等进行优化定制,增强了设备的散热性能,以适应孟加拉国全年温热、降雨量大的气候特征。

据介绍,近20年来,群峰机械就曾多次斩获孟加拉国客户的订单,不仅充分展示了国外客户对群峰机械的技术实力以及装备品质的信赖,在国家丝绸之路经济带的大战略下,群峰机械也将继续秉持严谨的服务态度,提供高效的服务,助力孟加拉国完成基建升级,让群峰机械在国际建材机械设备行业舞台上赢得更多喝彩与掌声。

彰显个性需求 彩色大理石走俏国内市场

四季绿、普拉达绿、四季粉、烟粉、蒂芙尼蓝、梦幻蓝……今年的水头市场呈现出一种别样的景象,各种俏色大理石竞相展示着他们的魅力,犹如一场色彩斑斓的盛宴,与传统的黑白灰石材形成了鲜明的对比,仿佛在向世界宣告,这是一个全新的“石代”。

“这些色彩丰富的大理石,不仅给人们带来了视觉上的享受,也给室内设计带来了更多的可能性。”有业内人士表示,随着石材在工业应用中的大规模使用时代逐渐过去,石材在室内设计中的应用方式也将发生改变。越来越多的年轻人开始追捧富有画面感和个性化的大理石,因而不少石材商开始将目光聚焦到这类俏色品种上。

本报记者 蔡静琦 文/图



彩色大理石走俏国内市场。

俏色大理石铺遍石材市场

在去年的米兰设计周上,大理石细节成为展会的一大亮点,它将家具设计提升到奢华的新高度。对于石材商而言,这不仅是一场设计理念的盛宴,更是洞察材料流行趋势的宝贵窗口。这一次展会,给了石材商们一个信号:俏色大理石已经被设计师疯狂爱上了。

很快,这种俏色大理石的流行风就从米兰吹到了中国。从今年下半年开始,水头各大市场陆续迎来了多巴胺色系大理石的热潮。很多经营一二十年的灰色系石材贸易商,纷纷顺应潮流,添置了一两款色彩跳跃的新品种。

在即将装修完毕的胜利美石馆内,记者看到了各种色彩鲜明的轻奢大理石,有市面上超热门的宝格丽、大花白,还有当下备受推崇的粉、万宝绿等多巴胺色彩的品种。

胜利石业总经理吴小雯告诉记者

者,美石馆内有七八个品种,其中90%来自意大利的轻奢品种。尽管市场上有许多同行经营着相似品种,但胜利

石业始终专注于提供最精致的产品。

吴小雯坦言,当前市场已经无法再通过价格战来竞争,消费降级使得能够消费石材的基本是高端客户。这类客户更注重品质,而不是价格。此外,基于他们的品位,客户们往往不会选择大面积铺贴,而是更倾向于将石材运用在玄关、背景墙或是一些公共区域的主要位置上。

鹏翔石材城经理陈婉儿表示,今年他们新入驻的商户大多也倾向于经营粉色、绿色等色彩清新的石材品种。最近刚入驻的正东石材,也正在打造四季粉专场。

“今年公司刚刚与矿山签下了联合推广销售的协议,目前市场内有不少石材供应商从我们这里进货。”对于新品种四季粉,正东石业总经理方耀祖特别有信心,认为常规的黑白灰已经无法满足设计师的创意设计,而这种俏色石材更具视觉冲击力。为了全

方面展现四季粉的价值,正东石业的展厅正在马不停蹄地装修中。

在他看来,优秀的展示空间犹如为宝石镶嵌上精致的底座,不仅能够显著提升产品的吸引力,更能将四季粉的价值如同宝石般璀璨夺目,倍增光彩。

封闭式展厅或将成为主流

采访中,令记者倍感意外的是,装修了接近2年的胜利美石馆,刚处于收尾阶段,便又要迎来新一轮的升级改造。

吴小雯告诉记者,她目前已经在整个展馆周围设置了围栏。目的是不让路过的客商一眼看穿整个展馆,而是引导他们按照规划的参观路线,循序渐进地从成品展示区走向材料展示区,逐步深入了解。

在她看来,轻奢类产品的客群主要包括中产和设计师,同时也不乏其他追求高品质生活方式的消费者,然而这些轻奢类产品因其非标准化的特性,每一片板材展示的空间效果并不一样。仅凭单片板材,是很难联想到它最终应用效果的。因此,她精心策划展馆布局,希望每一位被美石馆的外观所吸引的客户,都能先去参观产

品展示,再去深入了解背后的材料。

“过去石材人,恨不得把石材直接搬到马路上,最大程度地曝光它。那是因为客群是专业的工程方,他们对石材足够了解,只需要看花样、看价格,就可以下定。而现在的客群变了,直白的展示,已经无法快速俘获他们的‘芳心’。”吴小雯坦言,封闭式展厅的设计理念,最初源自澳大利亚设计师的宝贵建议,并且也是在企业深入参与多场展会、观察市场反应后所作出的重要决定。

吴小雯举例道,像广州设计周、深圳设计周等设计类的展会中,那些全开放的展厅往往观展者寥寥无几,而那些封闭式的展厅,由于参观者需要经过门口排队并扫码才能进入,反而吸引了大量人群。

“未来会有更多石材商会去效仿这种封闭式的展厅,通过在展厅周围设置长廊、围栏等元素,增加神秘感,让参观者产生更多的好奇心和探索欲望。”吴小雯认为,这样的设计不仅可以提高参观者的参与度,还能让石材产品在众多展品中脱颖而出,增加潜在客户的关注度和购买意愿。同时,这种设计也有助于提升石材企业的品牌形象和市场竞争力。