

以科技创新点燃新质生产力“爆点”

顺企在广交会秀出“看家本领”,以更开放姿态寻找全球贸易新机遇



产经观察

4月15日,广州琶洲展馆,全球客商和交易货物从世界各地来到这里,奔赴一场盛会。第135届中国进出口商品交易会(下称“广交会”)如期而至。

这是目前为止规模最大的春季广交会,顺德参展企业数量也再创新高,286家企业获得846个展位,占全市44.8%,吸引了海量的境外采购商前来洽谈。

展馆里的人山人海、先进的“黑科技”、创新的设计等令人印象深刻。顺德企业也拿出了“看家本事”,既拼科技含量,也拼颜值、拼设计,以科技创新点燃新质生产力“爆点”,以更加开放的姿态拥抱世界市场,寻找全球贸易新机遇。

产品更绿色低碳 科技感满满

第135届广交会是目前为止规模最大的春季广交会,参展企业数量创历史新高。开展仅一个小时,就有超2万名国外采购商进馆,其中40%是新采购商,首日到会的境外采购商超过6万人。

记者看到,展馆现场人气爆棚,每个人口都排着长长的等候入场的队伍,境外采购商们拖着行李箱穿梭在各展位之间寻找商机。广交会第一期以“先进制造”为主题,为期五天,突出先进产业和科技支撑,展示新质生

产力,展品也更趋智能化、绿色化。

顺德企业参展展区涵盖了家用电器、家具、建筑及装饰材料、家居用品、五金以及照明产品等39个展区,其中家电展区参展企业最多,共有126家企业参展,展位数428个,各种酷炫的智能制造产品吸引了采购商驻足洽谈。

美的集团携旗下多款全屋智能家电产品及能源解决方案重磅亮相,以“Live Green Live Smart”的主题讲述了家电智能化、低碳化的全球趋势下,在助力绿色低碳事业,助推中国对外贸易发展事业中的“美的”故事。

生产方向新,吸引力焕新。美的展位内,主打绿色环保的智能家电和技术创新解决方案琳琅满目,搭载了美的MHELIOS能源管理系统的每一款新品,都围满了采购商,他们问得最多的就是节能的情况。

为抢滩全球市场,顺德企业推出的产品劲吹绿色之风。万和展出了旗下主推的全系列热水、厨电和户外产品,并在新能源热水、供暖和创新产品开发上全面发力。其中,最新开发的热泵热水器采用R290冷媒,符合绿色环保的发展趋势,吸引了不少来自欧洲的采购商前来咨询。

科技创新让企业的市场开拓如虎添翼。格兰仕已是第53次参加广交会的。作为“老广



第135届广交会现场人潮如织。/佛山市新闻传媒中心记者周焯杰摄

交”,格兰仕参展产品聚焦“吃得健康”“穿得健康”“住得健康”多维度健康生活需求,200多款绿色家电展位人气爆棚,为全球客商带来更加系统的全屋智能家电和健康生活解决方案。

不仅是龙头企业,中小型企业也凭借在细分领域的深耕和创新,在广交会的舞台上大放异彩。“我们开发出双芯片半导体系统,40升以下的半导体制冷设备无限接近压缩机制冷设备,有效降低了成本,开展首日已有很多意向客商。”顺德区大磐电器实业有限公司国际营销一部总监陈丽莲表示,制冷设备在欧洲属于刚需产品,消费者比较关注能耗和售价,大磐电器的创新研发正好解决了市场痛点,红酒柜和饮料柜远销英国、捷克、德国等国家,

拿下了当地近八成的市场份额。

瞄准新风向新赛道 产品高颜值又吸睛

熙熙攘攘的展馆内,参展的顺德企业展示新产品、结识新客户、现场签订单、达成合作意向,忙得不可开交。不过,采购商不再像以往一样现场“爽快签约”,而是更加关注具有性价比和设计感的产品,达成意向之后进一步考察对接。

顺德企业瞄准市场新风向,不仅做好产品技术创新,还在产品颜值和设计上下足功夫,这也成为开拓海外市场的一大“法宝”。

记者看到,格兰仕展出了一系列欧美复古风格的家电产品,重新定义了家电美学。现场工作人员介绍,这些复古风

格的产品在海外市场“卖爆了”。此外,格兰仕与惠而浦联合展出了涵盖嵌入式蒸烤双腔一体机、嵌入式电磁炉、嵌入式洗碗机、嵌入式洗衣机等高端嵌入式产品,以设计创新俘获海外消费者的“芳心”。

美的冰箱事业部用“打造美学生活”的嵌入式展区、“体验绿色生活”的高能效展区、“提供便利生活”的常规展区,呼应了当下国际冰箱消费主流趋势,满足全球消费者多样化需求。一款纯平全嵌冰箱明星产品在外观上主打缝隙4mm、深度600mm的“平嵌”家居美学概念,令在场观众驻足体验。

不难看出,顺企洞察消费者需求,研发新品快速响应市场需求。顺德富多尔电器有限公司主要展出热水壶产品。“近年来,热水壶产品在欧美市场需求相对较为疲软,我们积极

开拓东南亚、日本、韩国、俄罗斯等市场,根据当地的需求趋势设计新颖的产品,增加新的功能。”该公司海外市场营销总监罗幼雅说,公司根据海外订单要求快速响应,今年订单较去年同期实现了增长。

瞄准新风向、开辟新赛道,是顺德企业开拓海外市场的秘诀,在接受市场检阅中得到海外客商的热情回应。新宝电器展出了约780个产品,邀请了近500名客户前来对接洽谈。为了让参会者更好地了解企业的产品,新宝电器还特别安排了多场产品发布会,对产品进行详细介绍和展示。

在新宝电器展位前,该公司与合作伙伴携手开发的泳池清洁机器人占据了C位。它首创无线水下实时联网,通过手机app操作,3.5小时最高可清洁450平方米,预计年出货量将超万台。

记者看到,顺德企业针对细分市场推出的创新产品层出不穷。近年来,一些黑科技产品“助眠仪”在市面上大为流行,有握在手上的,夹在耳朵上的,戴在头上的等等。可以说,人们为了改善睡眠质量,想尽了办法。首次参加广交会的红象设计正是瞄准了这一市场蓝海,推出了“助眠神器”,吸引了许多采购商前来现场体验。

广交会上获得海外采购商青睐的背后,是“顺德制造”的强大活力,也折射出顺企向产业链、价值链中高端攀升的韧劲,助推顺德外贸越走越稳、越走越强。

文/佛山市新闻传媒中心记者黄澄献



创业在顺德

用积木定制奇妙世界

“魔法师”吴钊宇闯荡潮玩蓝海,积极布局“原创+IP”玩法

佛山市积仔科技有限公司仓库货架上,有序摆放着3000多个颜色各异、形状不一的积木零件,工人们手持PDA手机穿梭其间,按照系统清单逐一挑拣订单所需的全部零件,忙而有序。

核实无误后,这些选配好的积木零件将一一打包,从顺德发往全国各地乃至欧美地区。而后,积木爱好者们用自己的巧手,定制出自己心中的梦幻王国。

如果说积木是指尖的魔术,那么吴钊宇则是创业路上神奇的“魔法师”。二度创业无疾而终后,吴钊宇毅然卖掉房产,成立佛山市积仔科技有限公司,闯荡百亿积木市场。“未来,将锁定‘积木+IP’的玩法,并发力原创设计。”吴钊宇表示。

“孤勇者”愈挫愈勇 以小积木搭起大生意

出生于1989年的吴钊宇是江西人,敢闯敢试,不甘平庸。骨子里带着一股倔劲的他,一心想在广东这片热土上找到属于自己的一片天,干出一番事业。

经历过两次创业失败后,是继续沉沦,还是触底反弹?“孤勇者”吴钊宇选择了后者。2022年11月,吴钊宇在网上偶然看到一个国外博主分享乐高人的设计作品,这为他的第三次创业带来了灵感,“我本身就喜欢积木,当时就在寻思,能否将其带到国内做成产业化的生意。”

那一年,国内积木品类市场已价值百亿,大品牌多集中在汕头澄海,且以大工厂批量化生产为主,入局积木定制赛道的企业并不多,因为看好个性化定制的市场前景,且本身热爱积木,吴钊宇认为积木个性化定制是可探索的增长点。

创业离不开“敢”字,但这一次,吴钊宇决定沉下心来,把脚步放缓些。把热爱的事物变成一门生意,何其困难。没有资金,吴钊宇便卖掉房产,以此开启创业项目。从2022年11月至次年5月,吴钊宇一边埋头苦学积

木设计、软件开发、工厂构建等行业知识,一边与团队深入做市场调研,多次到汕头考察行业生态,借鉴先进经验,同时以欧美市场为试点,在海外电商平台测试产品接受度。

链接上架次日,公司便陆续接到生意,几乎每天都有10多个订单。因为没有工厂,产品难以批量化生产,吴钊宇和团队只能手工作业。小作坊模式无法确保产品质量,缺件、混件以及设计图纸与产品实际不符等问题接踵而至。

那段时间,吴钊宇每天都面临产品售后问题,而补寄积木零件产生的高昂海外运费,也导致公司渐渐入不敷出。“一个产品要做到产业化,需要更大市场的测试,少量订单往往只能暴露部分问题。”吴钊宇说。

创业是一个不断遇到问题、不断解决问题的过程。经过复盘,吴钊宇找到了问题的根源——系统应用场景给到的指令不足。

耗时5个月,吴钊宇和团队将逻辑问题逐一梳理,构建起一套普适性的积木模型库和一套AI扫描系统,并与第三方合作搭建了MES系统,实现积木定制全流程的智能化管控,成功将售后率从高峰时期的13%降至2%。“发现一个问题,解决一个问题,这就是创业的捷径。”吴钊宇说。

市场有购买需求、消费者具备购买力、符合零售业发展趋势,吴钊宇认为,积木定制市场充满机会。

2023年5月,吴钊宇把目光投向国内,成立佛山市积仔科技有限公司,开启积木定制项目,“目标是把个性化定制的柔性生产做到极致。”

深挖护城河 锁定“原创+IP”新玩法

积木市场不断扩容,越来越多的企业加码于此。缺乏资金优势和规模优势,如何“跑出”竞争力呢?积仔科技的底气,源于全流程覆盖的智能系统以及不断提高的出单效率和产品质量。

积仔科技专注一对一客户服务和



佛山市积仔科技有限公司创始人吴钊宇与设计师进行沟通。

定制化产品选项,受众群体主要有两类,一是C端消费者,以定制礼物手信为主;二是企业,主要是定制IP和伴手礼,满足不同消费者的个性化需求。

“原来,每接到一个订单,都先形成一张纸质清单,工人再拿着清单在仓库庞杂的零件中一个个地挑拣。”吴钊宇说,这一模式不仅费时、效率低,也容易出错。

着眼于问题所在,积仔科技积极开发软件系统,创建模型库,以此深挖“护城河”。从产品设计环节起,设计师便通过系统上直下单的清单和步骤,确认无误后直抵生产部。工人们用PDA手机扫描二维码后,即可看到所需的零件信息。此外,零件清单的摆放顺序和来回路径也作了相应的调整,尽量让工人在仓库中以“回”字形一次性挑拣完所有零件。

按照身体部位以及不同的表情,积仔科技将积木人仔划分为不同的模型库。以头部为例,男、女仔积木分别构建了2000多个模型库。吴钊宇说,基于顾客发来的定制照片,模型库会自动匹配出最合适的基础模型,再由设计师介入,对衣服花纹、表情等细节作进一步的打磨完善。

“按照传统方式,一个积木人仔从设计到发货至少要1-2天。现在,不到10分钟,设计师就可以完成相应的工作。”吴钊宇说,积仔科技将80%的环节做到了标准化,达到提质增效的目的。

“只有了解行业,热爱行业,才能用心对待行业。”吴钊宇说,积仔科技的其中一个招聘条件是,必须喜欢积木。团队多为“00”后的乐高积木“发烧友”,在吴钊宇看来,这是一支热衷设计、有追求、有想法更有执行力的团队。

信任,是所有管理工作的基础。设定目标后,吴钊宇总是放手让团队实现它。积仔科技曾为一家企业设计定制了清晖园、顺峰山等顺德知名景点的积木产品。在设计清晖园积木模型时,设计师不惜成本力求完美,将最初的10厘米尺寸做成20厘米,尽可能地还原这座岭南名园的风采。“团队都是设计或美术专业出身,他们的审美更契合顾客和市场的需要。”吴钊宇说。

这支年轻的团队,让“年轻”的积仔科技快速成长。创设不足一年,积仔科技已从最初的3人发展到40余人,月销售额从3万元跃升至100多万



佛山市积仔科技有限公司设计生产的定制积木人。

元,厂房也多次搬迁,从300多平方米扩展到1000多平方米。

创业路上一波三折,看似“佛系”的吴钊宇每天都为产能和资金而焦虑,时刻思考着积仔科技未来的发展战略和方向。

随着竞争加剧,以差异化的IP竞争形成抢夺市场的独特特点,成为积木品牌长远发展的必经之路。吴钊宇透露,除了规模化发展外,积仔科技正深挖大文化背景后的IP元素,积极布局“原创+IP”玩法,以颜值和内涵“潮”出圈。

创业心得

对于创业者来说,选对路或许只是一个起点,在这条跑道上还要学会坚守,这是一种态度。创业要有激情更要冷静,在做出决策前,不妨给自己一些冷静思考时间,理性地思考这样做是否安全。

——吴钊宇

线索征集

如果你正在创业,恰好又愿意同大家分享自己创业过程中的酸甜苦辣,欢迎拨打热线电话:18033202125 联系人:陈先生。我们愿意倾听你的故事,希望更多的人能从中获得启发,一同在顺德这块创业热土上收获成功。

文/佛山市新闻传媒中心记者邓海霞 图/佛山市新闻传媒中心记者林安迪