

小熊电器持续挖掘消费群体需求,研发销售细分品类小家电——

专注创造“小”的价值

本报记者 张建军

在被称为“中国家电之都”的广东顺德,家电企业众多,竞争激烈。身处其中,小熊电器股份有限公司另辟蹊径,通过研发销售细分品类的小家电,在“非刚需”家电产品的赛道上“破圈”而出。

“我们坚持以用户为中心,以产品为核心,注重对‘小’的价值挖掘,洞察年轻用户群体在不同场景、不同阶段的细分需求,实现企业高速、稳健发展。”小熊电器董事长李一峰说,过去5年,企业营业收入增速平均达到37%。

深耕细分市场

对于初创企业来说,迈出的第一步至关重要,选择的赛道决定了未来发展方向。2005年,李一峰拿出20多万元积蓄开始创业,推出的第一款产品是酸奶机。“当时大多数企业在研发小家电方面的积极性并不高,产品不能很好地满足消费者的需求。”李一峰说。

针对当时市场上的酸奶机形态笨重、清洗难、制作成功率低等问题,李一峰和研发人员把酸奶机的容器改成扁平状,促使微生物发酵成功率接近100%,提高了酸奶制作成功率,同时将产品进行圆弧处理,方便清洗,减少了食物残留。

酸奶机上市第一年,销量就达到百万台。随后,小熊电器不断研发推出新产品,煮蛋器、电蒸锅、电炖盅……更多的创意小家电走向市场。

顺德拥有完整的家电产业链,为什么小熊电器只生产小家电?“顺德有很多家电行业的大企业,小熊电器是家电丛林里的一个种草人。种树比较困难,但是种一棵草比较容易。因此,我们选择差异化策略,从一开始就抓住消费者新的细分需求。”李一峰说,“我们坚持一棵草、一棵草地种,目前已经种了一片草,希望能长成一片产业草原。”

十几年来,小熊电器始终深耕创意小家电领域,丰富产品种类,不断提高品牌影响力。小熊电器品牌经理李珍珍介绍说,目前,小熊电器拥有60多个产品品类,超过500款型号产品,涵盖厨房电器、生活电器、个人



护理、婴童用品等。

瞄准目标人群

随着产品不断推陈出新,小熊电器开始认真思考到底为谁做产品、产品做给谁使用的问题。“我们的主要消费群体是‘90后’的职场新人和‘85后’组建家庭的人群,女性占比比较高,主要分布在一二线城市。”小熊电器副总经理兼董事会秘书刘奎说,“这些用户追求个性化消费体验,对新兴产品接受度高,注重产品的颜值、便利性和社交属性。”

为了更好地满足用户个性化需求,小熊电器推动创意与互联网深度融合,从互联网数据中挖掘细分需求,打通整个制造过程,在不同品类的产业链体系中构建“按需创意”的闭环流程。

在推广蒸蛋器时,研发团队通过大数据分析发现,用户对于鸡蛋的需求大多产生在早餐场景之下,不仅有全蛋、蛋羹等不同需求,还会搭配玉米、饺子、包子等。对此,设计团队及时对产品进行优化升级,研发出一体式多配置设计的早餐机。

“通过持续输出满足需求的创意小家电,我们努力给年轻消费主力带去新奇有趣的生活体验。”刘奎说。

今年5月份,小熊电器将“年轻人喜欢的小家电”作为未来发展的核心定位。“无论处在企业经营的哪个阶段,年轻人都是我们必须坚持去触达和服务的群体。将年轻和创造力结合,是小熊应对下一个16年的必然选择。”李一峰说。

提升制造能力

随着小家电行业竞争越来越激烈,企业要赢得更大发展,除了深耕细分市场、研究消费者需求,还需要提升制造能力。

小熊电器建立了三级研发体系,及时捕捉市场的新需求并做出迅速反应。同时,小熊电器设有性能实验室、电子实验室、材料实验室、环境实验室等十几个专业实验室,配备大量高精度现代化检测仪器,用于研发新产品。目前,企业研发人员超过300人,已获得1000多项国家专利。

“小家电行业并不是一个高利润的行业,我们

需要的是不断提升制造能力,去满足用户需求,从而推动企业向前发展。”李一峰说,小熊电器建造了5个专业化智能生产基地、70余条生产线,投入10亿元用于智能化工厂建设,通过精细化管理和精益制造夯实发展根基。

如今,在小熊电器智能小家电制造基地,由研发中心、产品中心、测试中心组成的研发大楼已投入使用,运用信息化、数据化平台资源进行创新及管理;智能化工厂引入行业先进设备,中央集中供料系统自动上料,产品质量得到保障,生产效率是普通工厂的2倍以上;创意产业园内,直播24小时不间断,各种数据不断上传。从用户需求洞察分析到研发设计,再到生产制造,最后推向市场,小熊电器正在勾勒出新的数字化全链条。

企业漫谈

宝钢股份日前发布《2021年气候行动报告》,这是我国钢铁企业首份气候行动报告。在报告中,宝钢阐述了碳中和工作中长期目标及行动路径规划,强调了对绿色低碳路径与产品的布局,表明了企业要实现绿色低碳发展必须把技术创新放在首位。

当前,我国钢铁行业发展已经进入由规模效益向质量效益转变加速演进期,处于实现由大到强转变关键阶段,绿色低碳发展是转型升级的重中之重。中国宝武、鞍钢、河钢等越来越多的钢铁企业发布碳达峰、碳中和路线图,纷纷提出要通过工艺流程优化提升、前沿技术创新应用等新路径和新模式,加快推进绿色低碳发展。

应当看到,我国钢铁企业加快推进应用节能技术,在革新技术领域取得突破性进展,重点工艺技术装备水平明显提升,但由于生产过程碳排放机理复杂,还面临前沿低碳技术成熟度尚低、低成本规模化应用尚不具备条件等诸多挑战,要在发展中降碳,在降碳中发展。

钢铁企业要实现碳达峰、碳中和,根本的解决途径在于低碳技术进步,核心是技术创新、技术突破和技术推广。

钢铁企业应继续加强革新性技术创新研究,尽快实现关键技术有效突破、应用成本大幅下降,在烧结烟气循环、高炉均压煤气回收、余热余能回收、高炉煤气精脱硫等方面进一步创新技术,从应用突破性低碳技术、推广先进适用节能低碳技术等多方面入手,循序渐进实现绿色转型。同时,钢铁企业应注重实验室和中试基地建设,加强基础理论研究和科研成果应用,推动科技成果有效落地。

还应当看到,单靠钢铁企业自身,要实现碳中和是有较大难度的。尤其是一些长流程钢铁联合企业,要注重与建材、化工、电力等产业链上下游企业协同创新,合力形成绿色全产业链。

对钢铁企业来说,实现碳中和是一项系统工程,需要根据自身发展客观阶段和实际需要,以当前企业相关绿色技术为依托,积极谋划,分步推进。在技术创新推动绿色发展的进程中,做到技术发展有的放矢、阶段目标明确可行,企业才能真正以创新为引领,形成内生的绿色驱动力,进而联动产业链上下游企业协同降碳。

本版编辑 刘佳美 编 王子莹

坚持稳中求进工作总基调

