

# 年销130万件！ 从智能加热服看消费升级新势能

## ——扩内需促消费一线行②

■文/图 记者 沈婷 通讯员 谈钟豪 姚凯



冬日里,最贴心的是暖暖的感觉。2月9日,在位于桐乡乌镇的嘉兴云龙服饰科技有限公司展厅里,一件“可移动的户外暖气服饰”让人眼前一亮:60秒速热,35℃至50℃多档可调温,防水防风面料,搭配石墨烯或碳纳米发热层,保暖均匀又便捷。

记者试穿轻按袖口按钮,普通充电宝一插即热,约一分钟后背便暖意融融,45℃档位可续航四五个小时。步入检测实验室,测试高低温、拉力、色牢度、弯折度等性能的机器目不暇接;生产车间里,智能化机器正根据衣服款式精准裁切、缝制;仓库中,近百箱加热服整装待发,将运往世界各地。“我们国外市场占比近九成,如今逐渐开拓国内市场。”企业副总经理罗品辉介绍,凭借过硬品质,云龙服饰不仅成为博世、日立等国际巨头的指定搭档,更以年销130万件的战绩,成为户外过冬的“硬通货”。

一件智能加热服,不仅窥见“嘉兴制造”的硬核实力,更折射出当前扩内需、促消费的鲜活脉动。

坚守品质,方能筑牢消费信任的“压舱石”,为扩内需夯实现根基。“加热衣服,安全是底线!”罗品辉的话,道出了企业的立身之本。据介绍,云龙服饰每件衣服里都内置智能温度传感器,超温自动断电;出厂前衣服要历经50次的机洗烘干、高压锅水煮控制器等“魔鬼测试”;研发阶段单套产品的第三方认证费用平均达8万元。越来越多的企业将“品质可靠”刻入品牌基因,唯有如此才能筑牢品质长城,让消费者敢消费、愿消费。

科技赋能,才能激活消费增长的“新引擎”,为促消费注入新动能。消费的活力源于产品的吸引力,云龙服饰不断创新迭代技术,优化温控与供电设计,升级石墨烯、碳纳米平面发热技术,持续推出降温系列、发热配饰等,不断丰富产品矩阵。放眼嘉兴,科技动能处处涌动,如桐乡乌镇的福瑞泰克通过传感与算法优化智能驾驶体验,嘉善姚庄

的立讯智造借助物联网实现智能穿戴设备的数据互联等。科技为底,让产品从“可用”变“好用”、从“刚需”成“优选”。

精准识变,才能踩准消费升级的“节拍器”,让需求与供给精准对接。从户外工装到滑雪、登山等运动场景,云龙服饰敏锐捕捉消费趋势,以个性化供给对接多元需求。这种因时而变的能力,正是嘉兴制造的普遍特质:当绿色消费成为风尚,秀洲王江泾纺织企业便研发亚麻、海藻纤维等环保面料;当体验经济兴起,嘉善不少食品、黄酒企业

通过“星级工厂”打开大门,让消费者在透明生产和文化沉浸中对话产品。供给升级,始于对消费变迁的洞察,成于对产品价值与使用场景的重新定义。协同发力,才能凝聚扩内需促消费的“合力”,让发展之路走得更稳。云龙服饰的发展,离不开当地产业配套的支撑,研发、生产、物流形成闭环;更得益于政策引导、税收优惠、展会扶持等,助力企业降本增效、拓宽渠道。不难发现,促消费的良性生态,需要政府搭台、企业深耕、市场链接,多方合力才能打破消费壁垒、拓宽消费空间。

当品质成为习惯,科技融入生活,消费便升华为美好生活的表达。这股由品质、创新与洞察汇聚的浪潮,正涌入扩大内需的时代江河——它藏在指尖调温的便捷里,绽放在场景创新的可能中,涌动在对更高品质生活的追求里。

经济走笔  
扩内需促消费一线行



企业  
新链接

走企业,看高质量发展

### 【企业新链接】

浙江杰上杰新材料股份有限公司位于独山港经济开发区,是一家专业从事发泡剂、稳定剂、润滑剂、高分子功能性助剂及TPEE新材料研发、制造、销售的国家高新技术企业。该公司高度重视产品原创性研发,在多个领域取得显著的技术突破,先后获评浙江省专精特新“隐形冠军”企业、国家级创新型中小企业、国家高新技术企业、中国塑料行业十强企业等。

### 【行业新动态】

“这不仅是对我们过去十年坚持技术创新的认可,更是激励我们继续突破核心添加剂自主合成、打破国外垄断的新起点。”浙江杰上杰新材料股份有限公司董事长罗李华感慨道。近日,该企业“双喜临门”——二厂项目正式投产,企业同时获评浙江省专精特新“隐形冠军”企业,标志着这家深耕发泡剂、高分子功能性助剂细分领域的企业,在技术自主化的道路上迈出了关键一步。

“隐形冠军”企业,往往在细分领域中占据领先地位、掌握核心技术并拥有持续创新能力。杰上杰正是这样一家企业,其在多个细分市场的扎实表现,充分印证了这一称号的含金量。在绿色建材领域,该公司硬质PVC发泡剂市场占有率连续三年超22%,PE木塑润滑剂市场占有率超18%,均位居全国第一;在汽车轻量化领域,其高端轻量化改性化学发泡剂系列产品国内市场占有率连续三年排名第一,2024年达18.53%。

杰上杰的“冠军之路”,始于2015年落地独山港。2018年,其一厂投产即实现年产值近1亿元,如今企业年产值已突破3亿元。持续的研发投入是其发展的核心引擎。企业组建了由北京大学刘鑫博士领衔的高水平科研团队,并与浙江大学、华东理工大学等多所高校开展产学研合作,形成“研发—转化—应用”的良性循环。

近五年,公司累计研发投入超7800万元,研发费用占营业收入比重从2022年的5.87%稳步提升至2024年的8.26%。目前,杰上杰已获授权发明专利14项,主导或参与制定7项国家及行业标准,建成博士后工作站,并获评省级研发中心、省知识产权示范企业。

作为“隐形冠军”,杰上杰的技术实力在多个应用场景中得到验证。公司研发的高性能PET轻量化材料发泡剂,成功填补了国内汽车用新型环保发泡剂的空白,替代了日、美企业的同类产品。在光学扩散板领域,公司突破传统光扩散剂的技术局限,其高性能微纳发泡剂扩散板已应用于小米、华为等品牌的高端显示设备,使成本降低40%。

TPEE(热塑性聚酯弹性体)材料的自主研发,是杰上杰技术突围的又一典范。该材料能在-70℃至150℃的极端温度范围内保持优良弹性,此前长期被美国企业垄断。“我们自主研发的产品在中试阶段指标已媲美甚至超越国际品牌。”罗李华表示。此次投产的二厂项目,不仅将实现氨基磺酸等核心添加剂的自主合成,更将主攻小分子合成与大分子聚合,推动TPEE等高性能新材料规模化生产。实现进口替代后,预计可为下游企业降低采购成本30%,缩短交货周期50%。

“这不仅能为我们下游企业降本增效,也将推动整个产业链向自主可控迈进。”杰上杰的重要合作伙伴、康飞集团董事长安卫刚表示。2025年,康飞集团对杰上杰的采购额达4000万元,2026年预计将提升至6000万元。

“我们进一步加大研发投入,筑牢品质根基,掌握竞争主动权。”站在“隐形冠军”的新起点,杰上杰已绘就清晰的发展蓝图。罗李华表示,到2028年,公司一厂、二厂及三厂将协同发展,力争实现年产值超8亿元、利税超1亿元。

从“专精特新”到“隐形冠军”,从技术追赶自主引领,杰上杰的成长轨迹,折射出中国制造业向价值链高端攀升的坚定步伐。随着新厂投产与“冠军”加冕,这个新材料领域的主力军,正以更足的底气、更强的实力,投身于产业链自主可控的时代浪潮。

# 美发美甲忙不停 年货采购人气旺 禾城节前消费“热气腾腾”

■记者 蔡舒安 摄影 记者 孟多多



春节将至,禾城街头的年味一日浓过一日,大伙忙着洒扫庭除、张罗年货。当然,也不能忘了过年的“仪式感”——俗称“过年三件套”的美发、美甲、美甲。

从小时候的新衣服、新文具、新书包,到如今的“过年变美三件套”,精致的“颜值消费”,被越来越多市民列为自己春节前的必办清单。连日来,记者走访禾城多家商圈及沿街门店发现,美容美发行业迎来了节前消费高峰,不少店铺都已经“满员”,采买年货的市民更是不少,让节前消费市场充满了人气和年味。

“洗头还是剪头?现在可能要等比较久哦!”在秀洲区某理发店内,12位理发师在顾客之间忙碌穿梭,店内的染发区和护理区都坐满了人,门口也有不少等位的顾客。“过年前的这半个月,手艺好的造型师预约排期已经满了。我们店比较大,这段时间每天要接待上百名客人。”理发师海伦一边利落地为顾客分区,一边向记者介绍,“从早上9点开始,店里就能坐满,正常是晚上9点下班,但最近往往要忙到晚上11点甚至12点,基本没时间吃饭。”

这种高强度的运转状态,是春节前美发行业的常态。不过,海伦也发现,大家的审美取向发生了一点变化。“以前大家都喜欢像大波浪这样比较明显的烫染,现在更多人追求一种自然感,很多进店的客人都希望打造一款比较松弛的造型。”

“过年三件套”并不只局限于女性,随着男性消费者对个人形象关注度的

提升,节前也有许多男性走进理发店“改头换面”。袁先生就在节前给自己换了个新发型,准备过年旅行时拍些好看的照片,“我身边也有很多男生会去做造型,前段时间理发店还没那么火热的时候,我还给自己安排了一个头部护理。”

年货采购日益火热

“再买1盒坚果,凑个6件。”在大润发超市(市区中山西路店),市民沈女士趁着节前最后一周的空闲,抓紧时间采购年货,她一边往购物车里放水果,一边盘算着还缺少哪些年货。沈女士今年计划不出门旅游,要走的亲戚不少,年货已经堆得小山。

熟悉的春节背景音乐已经响起,大红灯笼、春联等节日装饰营造出喜庆氛围,“年货大街”的招牌下,购物车进进出出,水果、干果、礼盒等品种丰富的年货早已上架……春节即将到来

来,大润发超市已经备足了品种多样、价格实惠的年货,据悉春节期间也会正常营业。

去年开业的山姆超市,也成为嘉兴人购买年货的新选择。最近,山姆超市每逢周末都人满为患,出入口都排起了一长串车子。不少市民选择“错峰”购买,“每年都送那几样,今年想换换新花样,山姆超市里的东西都比较新颖,中式、西式的礼盒都有。”市民王女士买了一个Hello Kitty造型的音响K歌套装,准备送给自己喜欢音乐的小侄女。

从传统市集到现代商超,从线下精挑细选到线上即时配送,年货采购成为这段时间的消费主题。

作为走亲访友的“百搭”产品,水果的销量也居高不下。眼下正是市民购买年货的好时机,消费者普遍感觉到,曾经被视作“节日硬通货”的车厘子,今年买到手非常划算,5斤装的车厘子价格集中在100元上下。

早在1月底的时候,市民吴女士在淘宝闪购上购买了一箱5斤装的2J级车厘子,叠加平台的红包优惠,实际付款只有80元。眼下,在嘉兴水果市场,车厘子几乎已经卖空。“今年节前一周左右,最后一车车厘子到货,很多老顾客已经提前买走了,现在我们店里已经没有库存了。”南湖湖区越秀南路某水果店老板陆先生介绍,当然,其他水果如草莓等,也是不少市民的选择。

市场供应的“足”,消费选择的“多”,共同夯实了这份火红、富足年味!

市场  
新热搜

细分赛道跑出「加速度」  
这家「隐形冠军」企业多领域市占率全国第一

■记者 周丽丽 通讯员 陆燕萍 图片由受访者提供