

## 在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下

大省挑大梁·青岛走在前——好客好品

无论在京东京造、米家、网易严选等电商平台,还是在山姆超市、胖东来、沃尔玛等大型连锁超市,均可购买到高颜值、多功能的“琴岛”,其成为米家旗下唯一不更改品牌的销售商——

## “联姻”电商巨头 琴岛“老树开新花”

“小爱同学,打开电热毯。”随着一声指令,家中的电热毯迅速升温至预设的舒适温度。日前,在青岛琴岛电器有限公司,披毯、盖毯、睡毯,穿的、用的、铺的、盖的……100余款具有高性能和智能化功能的电热产品刷新了记者认知。相较于传统电热毯,如今,琴岛的产品消费属性更强,更加顺应了市场消费年轻化、个性化、精致化升级趋势,一件件实用的家用小电器成为提升居家生活品质的艺术品。

智能化、个性化,细分市场拥抱多元趋势

打开手机,一键点击开关,自动驱使运行。在琴岛电器有限公司,总经理于盟盟一边演示,一边告诉记者:“老式电热毯仅为保暖,其局限性随着生活品质的提升日益凸显,而如今的智能电热毯除了能实现最基本的远程控制开关,适时控制温度外,还能根据用户的睡眠习惯和环境温度,优化加热方案。同时,具备一键除螨除湿和整毯机洗功能。”

全新的便捷体验背后是智能技术的支撑。琴岛智能电热毯研发的核心技术——多层螺旋感温发热线,从根本上解决了电热毯的安全问题。这一技术的创新应用,使得琴岛电热毯在保暖性能、安全性能和使用寿命等方面都取得了显著提升。

“智能技术不仅加速了电热毯产品的更新换代,更使其快速加入家居生态体系。”于盟盟介绍,智能化是产品创新的重要方向,将冷冰冰的电器转化为“会思考、懂用户”的智能媒介,不仅能优化使用体验,也能让企业近距离感受消费者需求,为下一代产品研发找准发力点。建立智能生态已成为助力琴岛加速发展的新动力。

电热围巾、暖身盖毯、智能睡毯……一系列产品相继出炉,让琴岛品牌细分市场逐渐明朗,产品呈现多元化趋势,加速了国内外市场占有率。近年来,琴岛品牌销售逐年递增,仅2024年双“十一”期间,琴岛品牌销售交易量便超过10万条。

“以前有什么卖什么,现在主要根据市场需求来反向定制产品,让产品创新更精准,定制化正成为琴岛产业发展的重要趋势。”于盟盟说。

销售升级、匠心独运,传统产品突破发展瓶颈

“这款升级版电热毯,可以除螨除湿,自动调节温控,还可以机洗,方便又省心。”日前,在胖东来商场展示区,专柜销售员正在向客户推介琴岛电热毯,引发“围观”,一天下来,成功销售上百件产品。

智能电热毯当下销售火爆的背后,是做起来并不简单的常年坚持。作为一家即墨成长起来的民营企业,要实现可持续发展,必须在技术上不断突破。不仅要国内领先,还要世界领先。早在



2024年11月,于盟盟(右二)与智利Conosur客户洽谈,确认合作意向。

2007年至2009年,琴岛就克服资金压力困难,用三年时间自主研发出多层螺旋感温发热线生产设备,达到国际先进水平,被科技部列为火炬计划,引发国内市场一片哗然。

顺应时代发展,近几年,于盟盟带领团队瞄准电子商务,开设网店,与电商平台合作,将琴岛推向更广阔的舞台。2018年,琴岛成功入驻米家,并成为旗下唯一不更改品牌的销售商。说起入驻米家的经过,于盟盟坦言,“首先产品质量要过关,其次要经过反复摔打,反复磨砺,在经过从产品认证,性能升级到外观包装等多道工序数十次磨合下,才能促成此事。”诚然,这是对产品质量的认可,更是对一个企业的考验。

凭借产品优势,琴岛电器先后成功入驻山姆、沃尔玛、胖东来等多家大型连锁商场,一跃成为行业翘楚。“从感受首款产品的便捷性,转向享受多款产品带来的联动体验,这样的用户占比正越来越高。”于盟盟说。

作为即墨民企“常青树”,琴岛电器对市场需求保持着高度的敏锐感。每一次创新,都是对温暖科技的深刻诠释;每一次突破,都是对匠人精神的传承与发扬。该企业坚守质量、优化服务,站在市场需求的最前沿,紧紧抓住每一次机遇,一步步开拓市场、站稳市场,直至引领市场。

得益于产品的不断更新换代,琴岛在国际市场的认可度越来越高。十多年来,产品出口50多个国家和地区,出口额

占比达到60%。2023年6月,琴岛又完成设备的新一轮更新换代,全自动化绕丝机生产线投产,打造出智能化“无人车间”。

深耕技术、坚守质量,创新驱动孕育增长空间

在市场的激烈竞争中,品牌间的较量不仅体现在产品质量上,更在于技术创新和市场布局的深度与广度。多年来,该企业加大研发投入的同时,与高校、科研机构建立深度合作,引进高端人才,构建起一支强大的研发团队。

国际市场开拓过程中,琴岛电器不仅注重产品质量的提升和技术的创新,还积极了解不同国家和地区的消费者需求和文化差异,根据地区特色、消费需求,将产品定制化生产。通过深入的市场调研和产品定制,赢得50多个国家和地区消费者的喜爱和信赖。这不仅提升了琴岛电器的品牌知名度和影响力,还为公司带来可观的经济效益。

42年只做一件事,琴岛电器见证了中国电热毯行业的发展历程,不仅打造了一个温暖家居的典范,更树立了一个行业标杆,书写出属于自己的辉煌篇章。“琴岛电器将继续秉承匠心精神,以科技创新为动力,以市场需求为导向,不断提升产品质量和服务水平,为消费者带来更加温暖、舒适、智能的家居生活体验。”面向未来,于盟盟信心满满。(胡彦影)



企业2023年技术革新第二套全自动化绕丝机组。

再次见到琴岛“掌舵人”于为贵,不禁惊叹这位即墨民营企业企业家那颗依旧年轻而充满活力的心。面容或已留下岁月痕迹,但眼神中闪烁的光芒,却如同初升朝阳,温暖而充满希望。

采访中,于为贵把自己写的《忆往昔而感慨》念给我们听,那是他传奇故事的起点,也是他怀揣少年梦的启蒙……说起往事,老人思绪飞扬,打开了话匣子。

1982年春天,改革开放的春风吹遍大江南北,也吹醒了即墨一个农村热血青年于为贵。他白手起家,踏上创业之路。

2017年,于为贵把“琴岛”交到女儿于盟盟手中时,曾经语重心长地说:“今后,琴岛发展‘求长不求宽’,坚持走专精特新之路,持续加大研发,持续创造具有国际市场竞争力的新产品,早日实现两代人约定的‘建设贡献社会、员工幸福、世界一流的电热毯制造商’琴岛发展愿景。”

求长,不求宽,蕴含着丰富的经营智慧。如今,在于盟盟的操持下,琴岛电器生产的产品摆到了京东京造、米家、网易严选等电商平台,以及山姆超市、胖东来、沃尔玛等大型连锁超市的货架上。

连日来,琴岛在即墨北安的工厂仓库里,非常热闹,工人日夜加班。来自全国各地的网易严选订单,每一件琴岛智造的产品,均从即墨通过物流发出去。42年前,于为贵在生产第一条电热毯的时候,无论如何也不会想象到今天的销售盛况。

回忆创业故事,于为贵娓娓道来。

1984年,他与崂山一电器厂签订带有“青岛”二字的30万件塑料插头件订单,因为侵权被起诉。当时不知道塑料插头件上的青岛二字是注册商标。1985年,于为贵决定注册一个朗朗上口、带有地域名称的商标。远望小青岛上的灯塔,萌生灵感。从口袋掏出火柴棒,摆出琴岛灯塔图案。一年后,他收到国家工商总局寄来的“琴岛”商标注册证时,激动得彻夜未眠。

说起往事,于为贵的眼角有点湿润。1987年,他在青岛中山路第一百货公司对面马路上,把“琴岛”牌电热毯浸在水槽里并通上电。这一“泡”成名,让消费者亲眼看见了“琴岛”牌电热毯的过硬质量,至此也成就了他的创业梦……在他的远见卓识下,企业不断转型升级,从最初的单一产品制造,逐步扩展到多元化经营,形成了集研发、生产、销售于一体的综合性企业集团。

在于为贵心中,企业的成功不仅仅体现在经济效益上,更在于每一位员工的幸福与成长。如今这位琴岛的“掌舵人”已退居二线,但他的经营理念深入企业骨髓。他是“琴岛”的根,更是“琴岛”的魂。未来的日子,“琴岛”这棵民企常青树,定会继续茁壮成长,为即墨经济社会高质量发展贡献一份强大力量。

『求长不求宽』

匠心暖万家