



财知道

适应全球纺织业高端化智能化
绿色化变革河南省纤维新材料
纺机装备产业研究院成立

本报讯(记者 成燕 孙婷婷 通讯员 赵轩) 4月23日,河南省纤维新材料纺机装备产业研究院成立暨“赓续郑纺机红色血脉 共绘新征程发展蓝图”座谈会在郑纺机纺织机械股份有限公司举行。

据了解,经省政府同意,决定由郑纺机牵头组建河南省纤维新材料纺机装备产业研究院。未来,郑纺机将积极探索以创新链、供应链、产业链深度融合为纽带的多样化组建模式,努力将产业研究院打造成集研发、中试、产业化、工程化于一体的创新联合体。

此次,郑纺机组建河南省纤维新材料纺机装备产业研究院是适应全球纺织业高端化、智能化、绿色化变革的重大举措,是攻克新型纤维材料“卡脖子”技术、构建研发成果转化全链条体系、建立跨学科领军人才队伍的重大突破。

河南省纤维新材料纺机装备产业研究院的功能定位是粘接纤维、莱赛尔纤维、新溶剂法纤维素纤维长丝新材料领域技术研发与创新、产品中试与成果转化、产业孵化与项目合作、人才培养与交流合作以及标准制定与行业引领。

未来,该研究院计划进一步扩大研究范围,同时还将围绕纤维新材料纺机装备产业领域的痛点、难点等问题,由郑纺机纺织机械股份有限公司牵头,联合东华大学、郑州轻工业大学等知名高校及核心上下游企业共同搭建合作桥梁,开展前沿及关键共性技术研发、中试和成果转化、孵化,着力打通纤维新材料纺机装备产业领域科技成果转化的“最后一公里”,为河南乃至我国新材料纺机装备制造制造业高质量发展提供强有力的技术支撑和创新动力。

以标准化助力产业升级
郑州知识产权标委会成立

本报讯(记者 李爱琴) 4月23日,郑州市知识产权标准化技术委员会揭牌成立,标志着郑州市知识产权标准化工作迈入新阶段,将为全市创新驱动发展和产业升级提供有力支撑。

郑州市知识产权标委会是在知识产权领域内,从事知识产权地方标的起草和技术审查等标准化工作的非法人技术组织,由企业、科研院校、服务机构、知识产权主管部门等单位的35位专家组成。

据介绍,郑州市知识产权标委会是全省首家,也是中部六省省会城市第一家知识产权标准化技术委员会。

近年来,郑州市以国家知识产权强市示范城市和国家知识产权保护高地建设为牵引,持续强化知识产权创造、运用、保护、管理和服务,形成了“示范建设+保护升级+国际护航”三维赋能体系,“十四五”期间,全市万人发明专利拥有量从16件增长到目前的32.7件,有效注册商标从30万件增长到目前的76万件,全市知识产权质押融资额从不足2亿元,发展到目前的7.6亿元,年增长率达42%,知识产权事业取得了长足发展。

标委会将紧扣“标准郑州”建设目标,聚焦先进制造、数字经济、生物农业等重点领域,加快构建支撑高质量发展的知识产权标准体系,以标准化助力产业升级。

年轻消费者体验新式饮品

在消费市场的广阔版图中,采用茶叶、鲜奶、新鲜水果等食材,巧妙与茶底和配料组合而成的新式茶饮近年来异军突起,成为一股不可忽视的重要力量。

生活派

春风轻拂,绿意盎然,茶香在郑州这座城市悠悠弥漫。位于郑州东站附近的“雪王快乐老家”——蜜雪冰城总部旗舰店,来自全国各地的游客在此竞相打卡;步入春茶臻选(城市文化地标店)、丝路长廊、百家姓廊柱的装潢与茶香交织出独特韵味;穿梭郑州各大商圈,新式茶饮品牌门店鳞次栉比……这些场景成为郑州新式茶饮行业蓬勃发展的生动写照。放眼郑州新式茶饮市场,本土崛起方兴未艾、他乡慧眼竞相垂青、消费市场热潮涌动,共同绘就郑州新式茶饮市场的繁荣图景。

品牌多元荟萃 特色文化符号频频出圈
香漫绿城
新式茶饮“品”出年轻消费新图景从郑州街巷
到全球版图的甜蜜远征

发源于中原腹地、从郑州崛起的蜜雪冰城,已经在中国及海外11个国家掀起“甜蜜风暴”。

上个周末,蜜雪冰城总部旗舰店人气爆棚,专属款冰淇淋和饮品备受追捧,文创周边产品被外地游客李梦称为这是一份可以从郑州带给好友的伴手礼;在东南亚,蜜雪冰城成为小朋友生日聚会、年轻人告白约会的热门选择,一首“你爱我,我爱你,蜜雪冰城甜蜜蜜”的主题曲在4000多家海外门店循环播放。

从生于郑州街边、长于市井的刨冰店,到成为郑州首家千亿市值的上市公司、全球门店超46000家的蜜雪冰城,其背后有何“出圈”秘籍?

在应用研发方面,蜜雪冰城基于从广泛会员和粉丝处收集的当下消费者偏好,考虑门店运营、供应链能力等因素,对产品配方进行升级创新,2024年前9个月,蜜雪冰城共推出105款新产品;生产方面,蜜雪冰城在河南、海南、广西、重庆、安徽拥有五大生产基地,这些生产基地的生产覆盖七大类用于制作现制饮品的食材,年综合产能达到约165万吨。近期,蜜雪冰城取得液体乳产品的食品生产许可证,将为其扩大和提升产品结构带来新的可能。

今年3月3日,蜜雪冰城以“蜜雪集团”为证券简称登陆交所主板,其发展势头在其上市后一路高歌猛进的股价上也有所体现。截至4月22日收盘,蜜雪集团股价报每股470.6港元,总市值达1786.49亿港元。市场分析人士指出,蜜雪集团在港股上市有利于其全球化的进一步布局,进而巩固其市场领先地位。

多元共生的新式茶饮生态

郑州新式茶饮市场兴起的浪潮中,不仅有本土品牌的身影,也有全国性知名品牌的人驻,为消费者构建多样化的新式茶饮消费市场。

中原万达金街上,沪上阿姨、益禾堂、冰界柠檬茶、琉璃净等新式茶饮品牌门店比邻而立,而在另一侧的商场内,喜茶、霸王茶姬、爷爷不泡茶、茉莉奶白等为消费者逛街喝茶饮提供了更多选择。这是郑州商圈新式茶饮门店百花齐放的一个缩影。近年来,越来越多新式茶饮品牌布局郑州市场,形成多元共生的新式茶饮消费生态。

在郑州,如何用一杯新式茶饮实

现“到广西”? 4月中旬,广西新式茶饮品牌“琉璃净”宣布正式进军河南市场,为河南消费者带来广西风味的特色茶饮。该品牌将以郑州为核心辐射区域,首批重点布局郑州核心商圈及高校,并在郑州建设辐射周边区域的物流配送中心。

谈及开拓河南市场并以郑州为核心辐射区域的原因,琉璃净品牌创始人陈新辉表示,今年3月在郑州开设的测试门店创下日销500至600杯的业绩,验证了郑州巨大的市场潜力,郑州的交通优势则能确保广西原料直达河南门店并快速辐射周边省份。

年轻消费群体重塑新式茶饮消费格局

新式茶饮已经成为年轻人生活中不可或缺“情绪补给”。艾媒咨询数据显示,2024年中国新式茶饮市场规模达3547.2亿元,预计2025年中国新式茶饮市场规模将达3749.3亿元。在新式茶饮的消费人群中,年轻消费者占大多数,并推动行业从“解渴饮品”升级为“社交符号”“文化符号”。如今,各大新式茶饮品牌纷纷通过“打健康牌”、推出周边产品、赋予产品文化内涵等方式,不断提升品牌的吸引力和竞争力,俘获年轻人的芳心。

23岁的小虞在春茶臻选(城市文化地标店)买了一杯名为“飞花令·玲珑茉莉”的饮品,在窗户一侧的吧台坐下并拍照发送给好友。小虞说,她在选择茶饮时不只关注口味,一杯茶饮所蕴含的文化韵味、包装、用餐环境都是考虑因素。

春茶臻选于2017年在郑州创立,该品牌推出的“荆芥柠檬”“非遗毛尖奶茶”等具有河南特色的创新饮品频频“出圈”。据了解,春茶臻选通过文化符号年轻化转译、产品风味跨

界融合、空间体验场景重构的组合策略,规避了传统茶饮的同质化竞争,触达年轻群体对文化价值、健康功能、社交展示的核心诉求。

“茶文化传承过程就是不断的创新和突破自我的历史,新式茶饮品牌发展是茶文化发展和突破自我的一种尝试和探索,让茶以不同的形式融入人们的生活,创造更多的消费场景,提供更多的价值,打破原来狭隘的认知框架,推出更多更新产品和服务,茶的价值空间才会更大,茶通过更多的载体才会走得更远。”河南省商业经济学会副秘书长、郑州工程技术学院副教授胡钰说。

当蜜雪冰城从郑州走向全球,当各色新式茶饮品牌竞相绽放,郑州新式茶饮的故事早已超越味道本身。透过一杯新式茶饮,我们看到的不仅是消费市场的活力迸发,更窥见一个产业生态的创新跃迁。未来,郑州新式茶饮市场将带给我们怎样的惊喜,让我们拭目以待。

本报记者 安欣欣 文/图