

聚焦 | 倾力打造产业转移优先承接门户



产品展示厅里,把一台智能门锁下方的外壳打开,里面露出多个端口的充电线头,插上手机后,手机里的电量可以为没电的智能门锁反向充电,解决耗尽电量的智能门锁无法打开这一关键痛点;

在隔壁电商直播间里,工作人员在推销598元、998元等多个价位的智能门锁,英飞拓动力的电商渠道排名目前已实现本地智能门锁门类销量TOP1;

办公楼外,英飞拓动力总投资达20.25亿元的项目二期正加速建设中,目前已进入外墙装饰阶段……

从深圳龙华观澜高新技术产业园到运城经济技术开发区,跨越1300公里的山西英飞拓动力科技有限公司用蓬勃的发展态势,彰显了这家深圳企业布局北方的战略雄心,更成为观察运城倾力打造产业转移优先承接门户的一扇窗口。

从大湾区到运城

深圳英飞拓动力跨越千里的产业转移之路

本报记者 朱姝

落子运城 从深圳到运城的战略升级

在英飞拓动力产品展厅内,遍布智能门锁、智能安防摄像头、智能马桶等多种品类。

“英飞拓动力在运城投资建设近10万平方米厂房,共投资20.25亿元建设5G智能终端产业园。产业园聚焦5G智能终端,涵盖智能安防一摄像头、商显、充电桩等设备,智能家居一智能锁、智能晾衣架、智能马桶、智能门等核心产品线,物联网大数据平台及智慧城市大脑平台,并由此形成集顶尖研发、智能制造、全球销售、安装服务于一体的全产业链布局,并提供定制化全场景综合解决方案。”英飞拓动力副总经理高小梅介绍道。

据悉,山西英飞拓动力科技有限公司,是深圳英飞拓动力与运城经济技术开发区招商服务有限公司合资成立的高科技企业。英飞拓动力凭借雄厚的技术积累与广泛的市场覆盖,产品及解决方案广泛应用于公安、交通、能源、教育、医疗、园区、停车场、文旅、环保、应急、社区等数十个智能化建设关键领域,构建起庞大的行业应用生态网络。

如今的英飞拓动力公司,车间里加紧生产、直播间里火热销售、二期项目现场加速建设……从生产到销售再到后续建设都在全面有序铺开。回溯英飞拓动力的落地过程,正是一个深圳企业从粤港澳大湾区到晋南的战略奔赴。在全国多地反复比选后,为何独选运城?面对记者的问题,英飞拓动力的回答清晰而坚定:“人无我有,四‘因’叠加。”

成本优势,首当其冲。对于智能锁这类精密制造业,利润往往被原材料、能耗和物流层层剥蚀。而在运城,绿电成本、物流成本优势显著,原材料采购与成品运输综合成本比周边城市都相对较低。

路网密集,交通便利。运城地处晋陕豫黄河金三角中心,从运城出发,产品发往华北、西北、中原三大市场,平均时效缩短至1天—2天。这意味着更低的库存压力和更快的资金周转。

产业配套,聚能成势。运城正全力打造电子信息产业集群,北铜新材料等上游企业已形成初步配套。英飞拓动力的智能锁核心部件采

购半径大幅缩短,生产效率直接提升,告别了过去“跨省调货”的漫长等待。

营商环境,最有温度。在英飞拓动力团队的描述中,运城经开区的“承诺制+标准地+全代办”改革,不是挂在墙上的口号,而是落地见效的行动。从签约到一期投产仅用半年时间,这样的“运城速度”让他们真切感受到:运城不仅是政策洼地,更是服务高地。

此次20.25亿元的投资,被英飞拓动力定义为企业“北方战略的压舱石”。这座5G智能终端产业园承担着三大核心使命:其一,产能核心——打造北方最大的智能锁生产基地,全面满足华北、西北、东北市场需求;其二,技术转化——将深圳总部30多项智能锁专利技术落地运城,并针对北方干燥、温差大的气候特点进行产品适配性改造;其三,集群龙头——通过一期投产、二期招商,带动上下游企业集聚,构建完整的智能锁产业链。

“这不是一次简单的产能转移,而是一次重要的战略升级。”高小梅强调。



▲山西英飞拓动力科技有限公司二期项目建设现场,工人们加速施工。本栏照片均由本报记者 金玉敏 摄



▲山西英飞拓动力科技有限公司的工作人员在进行网络直播,销售智能门锁。

蹄疾步稳 共筑产业高地的实践样本

在英飞拓动力的生产车间里,工人们正在生产线上进行智能锁的安装与调试,一个个智能锁成品从这里走向千家万户。

“目前英飞拓动力的生产线有两条,日产智能锁可达2000个。同时,还有两条贴片生产线。自去年9月份投产以来,加足马力完成多个订单,实现产值达6500万元。车间生产的主要是英飞拓动力主打的3D人脸智能锁,带自我学习修复功能的识别模组等差异化产品。”高小梅说,“我们的产品识别精度更高,速度更快。研发团队针对市场研发多种产品,比如双胞胎精准脸部识别智能锁、手机反向供电智能锁等。我们的市场定位很清晰,立足运城,辐射北方,对标高端。”

英飞拓动力从项目落地到投产仅用半年时间,英飞拓动力团队坦言,建设过程中遇到工期衔接、设备进场等挑战,但运城经开区的服务让难题快速化解。第一期项目落地时,团队对当地不熟悉,经开区立即协调电力、交通等部门开通“绿色通道”,保障大型设备运输与施工用电;同时组建“全代办”服务团队,全程跟进手续办理。

“让我们少跑腿、少操心,真正感受到了‘企业安静期’的保

生态共建 推进产业生态的深度融合

英飞拓动力落地运城,不仅是企业自身的发展布局,更是与运城产业生态的深度融合、双向赋能。

站在产业链视角,英飞拓动力积极融入本地产业体系,同时为运城完善产业链、补强薄弱环节建言献策,政企携手共筑高质量发展产业高地。

英飞拓动力充分发挥带动作用,推动本地产业配套能力提升。一方面,加大本地采购比例,带动本地零部件加工、精密制造企业技术升级;另一方面,将深圳总部30多项智能锁专利技术落地运城,适配北方市场需求,推动本地产业向高端化、智能化迈进。同时,企业深度参与运城智慧城市、智慧社区建设,将自身技术优势与城市发展需求结合,实现企业发展与地方建设同频共振。

同时,英飞拓动力积极拓宽产业链条。目前,已有压铸、注塑、冲压等配套企业明确入驻意向,涵盖智能锁面板、传感器、锁体配件等领域。“我们主动梳理产业链需求,向运城经开区提出配套引进建议。同时,经开区依托‘链长制’,精准对接资源,搭建对接平台。”高小梅说,“我们期待通过产业供需对接会、出台专项招商政策等措施,吸引相关配套企业落地,加快补链强链步伐,提升产业整体竞争力。”

站在销售端视角,2025年11月25日,以“新变局 新商业模式”为主题的英飞拓动力新一代商业模式发布会暨运

山西英飞拓动力科技有限公司展厅内,陈列着丰富的智能产品。

激发消费潜能 激活发展动能

情绪价值和用户体验已成为影响年轻消费者决策的重要因素

为心情愉悦付费,值不值?

本报记者 李岩

否契合自己的审美,才是其选购的关键。

吉金表示,现在数码品牌商推出新款产品,研发重心也在悄悄转变,不再执着于硬件的无限堆叠,毕竟当下手机、蓝牙耳机等数码产品,基础性能早已能满足大众日常使用,同质化问题越来越明显。新款产品想要脱颖而出,一定程度上靠的就是外观设计、色彩搭配、机身质感这些能带来情绪价值的点,清新色系、简约造型、独特材质手感,都能精准戳中年轻人的喜好。年轻人会心甘情愿为这份视觉和情绪上的愉悦埋单。

这种为自身体验买单的消费习惯,其实早已渗透到年轻群体日常生活的方方面面。在中心城区多家文创潮玩店内,造型软萌的毛绒公仔、设计别致的盲盒手办、印着治愈文案的笔记本和摆件,即便实用性极低,单价从几十元到上百元不等,依旧销量可观。店主告诉记者,现在来店消费的大多是年轻人,他们买这些东西,看重的不是能用多久,而是能不能带来好心情、缓解压力。业内人士指出,这种消费兴起的背后,是消费观念的升级。年轻群体不再将消费等同于物质满足,更倾向于通过消费获得精神慰藉与情感共鸣,为快乐、治愈、归属感等情绪付费,正成为消费市场的新主流,也推动着各行各业从功能竞争向体验竞争转型。

为何愿为“好心情”埋单

情绪消费成为趋势并非一时的消费潮流,而是多重社会因素共同作用的结果。对于当下的年轻人而言,生活节奏加快、工作压力攀升、社交场景碎片化,让情绪调节成为刚需,相较于传统的解压方式,小额、即时、可触摸的情绪消费,门槛更低,获得感更强,成为他们自我调节的便捷途径。

“每天工作、通勤,生活已经够累了,不想再在消费上处处算计。”刚工作三年的市民陈敏说,自己常会购买盆栽、可爱的桌面小摆件,东西不贵,却能让家里多一丝生机。在她看来,物质需求基本满足后,精神层面的舒适与愉悦,已经成为提高生活质量的重要组成部分。花钱买快乐,本质上是对自己生活状态的温柔补偿,也是一种低成本自我关怀。

从消费心理来看,年轻人更注重自我表达与个性彰显。标准化、同质化的商品难以满足其身份认同需求,而高颜值、有设计感、自带话题属性的产品,可以成为无声的社交语言。一辆配色独特的电动车,一款设计小众的手机壳,一个限量款的潮玩手办,不仅是日常用品,更是个人审美、生活态度乃至圈层归属的外在体现。通过消费与自身同频的商品,年轻人实现情感共鸣,获得群体认同。同时,社交媒体的传播效应进一步放大了这种消费趋势的热度。高颜值好物、治愈系开箱、氛围感生活分享,在短视频、社交平台上持续刷屏,不断刺激着大众的消费欲望。

不少商家抓住这一趋势,在产品设计与包装呈现、场景营造上精准发力,用清新配色、治愈文案仪式感体验直击用户内心,让好看、好拍、好心情成为消费决策的重要砝码。

“每天骑车出行,看着它就开心。”

连日来,记者到多个消费场所发现,越来越多的年轻消费者愿意为“看着开心”“治愈放松”等美好体验付费。同样的配置只因设计不同,价格相差数百甚至上千元,年轻人照样埋单。这种消费趋势,正为市场注入新的变量。

为愉悦埋单渐成风尚

这一消费趋势的兴起,折射出社会消费活力与个体生活观念的进步,但也有不少人提出疑问:单纯为情绪付费,是否会陷入盲目消费、冲动消费的误区?采访中,多名年轻人表示,为情绪买单并不等于无节制挥霍。“买喜欢的东西会开心,自己也会量力而行。”市民杨静说,自己在预算范围内选择能提升幸福感的小物件,不会为了颜值和噱头透支消费。更多受访者认为,这一消费理念的核心是“取悦自己”,而非盲目跟风。只要在经济承受能力之内,用合理支出换取积极情绪,就是值得的消费选择。

业内专家建议,面对情绪消费趋势,消费者应保持清醒判断,分清真需求与一时冲动,避免因过度追求情绪价值而造成浪费。对商家而言,情绪价值不应只是营销噱头,更要回归产品本身,在保证品质与实用的基础上提升设计与体验,才能真正赢得市场。人们的消费早已不再局限于满足基本所需,而是越来越看重体验与心境。消费观念的转变折射出大家对更有质感生活的向往。为好心情付费,值与不值,没有统一答案。重要的是,在消费中守住理性底线,让每一份支出都能换来真实、长久的快乐,让情绪价值真正成为生活的甜味剂,而非负担。