

厦门大白科技有限公司董事长尹艳梅： 赢得小米融资 打造行业“黑马”

对话掌门人

聚焦新质生产力

晨报记者 叶子申

这段时间，厦门大白科技有限公司(以下简称“大白科技”)董事长尹艳梅忙着领奖和参展——就在不久前举办的第16届IAI国际设计节颁奖典礼上，大白科技两款智能马桶和淋浴花洒新品双双获得“智造奖”。稍早前，她又忙着参加各类厨卫展，找寻新的合作商机。

6年前，尹艳梅和大学校友共同创立大白科技。经历短短六年的发展，大白科技已从一个行业“小白”，迅速发展成为国内智能厨卫行业“黑马”，并斩获小米集团等战略融资，剑指上市。

今年以来，在行业面对转型升级等背景下，大白科技逆势而上，取得亮眼成绩。尤其在今年“6·18”活动中，“大白”的卫浴产品整体销售额破3000万、同比增长超100%。这样的成绩，放眼整个卫浴行业，也是少见。

党的二十届三中全会指出，要“构建支持全面创新体制机制”，提升国家创新体系整体效能。眼下，包括卫浴行业在内的各行各业，都在积极寻求创新实现高质量转型发展。那么，大白科技将如何创新？企业战略有何新规划？近日，记者专访尹艳梅，听听她的见解。

A 谈创业： 成为行业“黑马” 获得战略融资

尹艳梅出生于1983年，福建龙岩人。她从小热衷于各类设计的研究，经常有奇思妙想。考入福州大学厦门工艺美术学院工业设计专业后，尹艳梅的设计天赋被发挥得淋漓尽致——她成绩优秀，是“奖学金专业户”，毕业时更拿到“优秀毕业生”荣誉。

步入职场后，尹艳梅先后在厦门多家知名卫浴企业从事工业设计工作，并取得德国IF、德国红点等20余项的国际设计奖项。在这个过程中，她有了很深的感触。“国际大品牌有自己独有的品牌DNA，我们很多真正能为国人解决痛点、解决国人的使用需求的好点子，未必能被国际大品牌所采纳。”尹艳梅说，她希望能将更多国际设计理念和先进技术引入国内，同时结合国人使用习惯和需求，打造出高品质、高性价比的卫浴产品。



厦门大白科技有限公司董事长尹艳梅。

公司将注重打造符合年轻人喜爱的品牌形象，通过短视频、直播等新媒体渠道进行品牌推广，提升品牌的美誉度。

2015年，尹艳梅与校友林凯共同注册了“大白”这个品牌，静待时机成熟。2018年，越来越多用户开始到线上购买建材类产品，同时国内第三方安装服务公司不断完善，可提供很好的售后安装配套服务。尹艳梅意识到，时机已经成熟。于是在这一年，厦门大白科技有限公司正式成立，并推出首款众筹产品——安全恒温淋浴花洒。这款产品凭借其高品质和亲民价格，迅速在市场上引起广泛关注，成为大白科技的“明星产品”。

2019年，仅成立一年的大白科技就创下1.1亿元的销售业绩，成为厨卫行业一匹“黑马”。2020年，公司宣布已完成由小米集团和顺为资本共同投资的战略融资项目，跻身小米生态链企业。今年1月18日，大白科技与小米通讯技术有限公司签署战略合作协议，将持续开发“米家”卫浴系列产品。

经过多年发展，如今大白科技已从一个初创企业，成长为厨卫行业的创新者。目前，公司在全国开设150家专卖店，并入驻厦门机场、国际红点设计博物馆及冬奥国家高山滑雪赛场。公司还荣获了数十项国际大奖，累计获得近700项专利。

B 谈创新： 加速转向年轻群体 持续进行品牌升级

近年来，家居卫浴行业受国内外经济环境影响，发生着巨大的变革，不少卫浴企业的发展经受着巨大挑战。“面对市场调整，我们也在积极应对。”尹艳梅认为，无论在哪个行业，产品质量与品牌都是企业生存发展的根本。

尹艳梅也注意到，当前，家居消费主体加速转向90后、00后人群，他们的消费观念正发生变化，用户需求从单一的“品质好物”趋向体系化、健康化的“场景解决方案”。“在此背景下，大白科技也在不断进行品牌升级。公司将注重打造符合年轻人喜爱的品牌形象，通过短视频、直播等新媒体渠道进行品牌推广，提升公司、品牌的知名度、美誉度。”尹艳梅说。同时，大白科技不断挖掘IP营销新玩法，通过与小米公司跨界合作、联名推广等方式，扩大品牌在年轻粉丝群体中的影响力，为公

司带来了更多市场份额。

去年，大白科技入驻厦门机场，在采用“闽南古厝风”的同时，加入了许多年轻趣味元素，并将新媒体艺术融入公共空间，结合趣味性闽南话教学，形成一个独特的人文场域，受到往来旅客尤其是年轻人的好评。

今年以来，新一轮以旧换新政策密集出台。“对于不少消费者来说，卫浴家电以旧换新不只是物品的更迭，更是生活品质的升级。”尹艳梅说，因此在此次换新热潮中，卫浴产品深度参与，积极“分一杯羹”。

谈智能化： 聚焦智能卫浴赛道 产品应用于冬奥会

近年来，智能卫浴逐渐成为市场“新宠”。尹艳梅敏锐地发现了这一趋势，将智能卫浴作为品牌发展的重点方向，聚焦智能卫浴赛道，不断提升产品的核心竞争力。“从前置进水到智能浴室，从厨房感应龙头到智能淋浴系统，我们用一件件高颜值、高品质、智能化的卫浴产品去满足消费者需求。”尹艳梅说。

今年，大白科技推出的神盾除臭静音智能马桶、秘密花园前置私洗智能马桶和香草天空淋浴花洒等多款新品，凭借出色的性能和设计，占据了国内多个厨卫展智能卫浴品类的C位，也为企业带来了良好的业绩。

大白科技的智能产品也被应用于大型赛事上。尹艳梅介绍，在2022年初举办的北京冬奥会上，就有大白科技的身影。“当时，我们特意在北京冬奥会定制了一款感应面盆龙头，水龙头上的玻璃面板可实现水温可视化，运动员们在洗手时可根据需要调节水温。”尹艳梅说。此外，大白科技还为北京冬奥会的赛事场地提供了浴室柜、连体坐便器等卫浴产品共计260套。

如今，大白科技正持续加大在智能卫浴领域的投入，利用物联网、大数据等先进技术，打造“全屋智慧用水”系统，提升产品的智能化水平和用户体验，确保公司能够在竞争激烈的市场中保持领先地位。

位。尹艳梅说，在大力发展“新质生产力”的背景之下，卫浴界必须思考如何更深入地利用人工智能等创新科技赋能设计与生产，不断提升产品的科技含量与智能化水平。

谈“出海”： 寻找新的增长曲线 更好“反哺”本地

九牧总部揭牌、惠达老挝旗舰店开业、华艺大立公司厂房项目奠基、松霖在建厂扩产……今年以来，卫浴行业似乎又一次掀起了“出海热”。“当前，全球化进程加快，国内的卫浴行业面临着竞争白热化的挑战，不少企业为了拉动业绩，寻找新的增长曲线，纷纷将目光投向海外。”尹艳梅说，她也在积极拓展海外市场，提升品牌在国际市场的竞争力。

“近年来，由公司自主研发的起泡器、水龙头、花洒等产品，功能强大，安装方便，获得了海外用户的欢迎。”尹艳梅说，此前，公司主要通过展会这类传统方式吸引海外经销商。2023年以来，公司海外订单量同比增长了20%，这也给了她进一步拓展海外市场的信心。去年5月，大白科技与跨境电商企业达成合作意向，将依托“制造业+跨境电商”的模式，通过海外营销、平台运营等方式出海抢订单。

今年3月，尹艳梅跟随集美区工商联(商会)共同赴东南亚一带考察。下一步，她将考虑在马来西亚设置专卖店，让品牌更好“出海”。同时，她还将会开发更多针对国外消费者需求的功能型的产品，用来抢占细分品类的市场。

当然，“出去”是为了更好地“反哺”。尹艳梅说，厦门是全国高端卫浴的生产基地，是展示中国卫浴品牌实力与形象的第一扇窗口。作为土生土长的厦门品牌，大白科技将继续扎根厦门，持续增强国货卫浴的设计力、产品力与竞争力，推动更多厦门卫浴品牌走向全国，闪耀全球。



▶ 厦门大白科技有限公司产品生态链展厅。