

# 音频行业迎品牌出海时代 漫步者加速全球化布局

朱天杰

作为全球消费类电子产品与技术的开年盛宴,集聚了诸多领导品牌的 CES 2020 再一次吸引了亿万用户的关注。

拥有 53 年历史的 CES 的与会展商往往达到数千家,来自上百个国家。今年的 CES 亦不例外地在拉斯维加斯掀起了热潮,包括高通、英特尔、微软、苹果在内的国际巨擘,以及华为、小米、漫步者等中国新锐,都期待着在本届 CES 上再创辉煌——在展会现场,能感受到如 5G 通信、IoT 物联网、次世代影音、自动驾驶、智慧家庭、区块链等一系列新技术、新产品排队亮相,令观者目不暇接。

国内音频行业头部企业 EDIFIER 漫步者 2019 年便亮相 CES 大展,为广大消费者带来 S3000 无线 HiFi 有源音箱、Airpulse A100、Airpulse A200 有源音箱、W860NB 混合式主动降噪耳机等多款经典产品及 TW55 真无线蓝牙耳机等新品后,在 2020 年度的 CES 大展上,又携全新升级的多元爆款精品重磅亮相,引发场内观众的热切关注。

作为 CES 展会上的“老面孔”,漫步者正在向世界输出中国代表厂商对最新音频技术理念与产品演进趋势的解读——以 CES 为放大器,让“中国声音”被更广泛范围的音频发烧友所感知。

## 竞争的世界与世界的竞争： 信息科技入侵音频行业

近几年,音频行业竞争愈发激烈。互联网巨头与硬件厂商杀入视听新赛道,老牌音频厂商则加速注入新技术以强化产品表现、力图固守壁垒。受云端娱乐、人工智能等技术的影响,品牌全球化趋势加速,国外品牌抢占中国市场,中国品牌加速迈向国际化。

在音箱领域,智能音箱发展势头持续向好。自亚马逊 2014 年发布搭载智能助手 Alexa 的智能音箱 Amazon Echo 以来,全球迅速刮起了一股智能音箱热潮,包括苹果、谷歌、三星、阿里、百度、京东、小米在内的科技巨头纷纷进入该领域。2019 年,智能音箱仍保

持快速发展,全年出货量破亿,成为继智能手机之后,销量最大的消费电子产品之一。

在耳机方面,TWS 是今年的行业热点。2016 年 AirPods 发布后,TWS 耳机市场进入了培育期。由于手机设计的变化,NFC 与蓝牙等无线技术的升级使得 TWS 耳机体验大幅改进。2019 年 TWS 耳机销量持续火爆,华为、三星、OPPO、vivo、小米等手机厂商,Sony、BOSE、EDIFIER 漫步者等传统音频类厂商,甚至爱奇艺、网易云等互联网企业都加入了 TWS 赛道。TWS 耳机的终端价格已经降至百元级别,实现 100-1000 元价格区间的全覆盖。

音频领域,原本“竞争的世界”正在为“世界的竞争”所取代,全球化势不可挡。苹果、三星、Bose 等国外企业强势加速攻掠中国市场,凭借高端品质的创新性产品占据一席之地。同时,国内的企业也在急起直追,以销售渠道优势、成本优势等加大市场份额,一方面抢占国内市场,一方面开拓海外业务,寻求新的市场增长机会,按下出海“快捷键”。

## 让漫步者的声音 响彻全世界每一个家庭空间

作为在中国具代表性的音频产品制造商,EDIFIER 漫步者的“出海”步伐始终没有停下。作为一家长期以来专注研究音频技术的企业,EDIFIER 漫步者不仅在集团业务层面形成了全面涵盖高中低端用户需求、洞察不同年龄结构用户喜好、适用于各种听音场景的完整产品生态,还在谋求品牌矩阵的不断扩张。当前,除主打主流消费级市场的 EDIFIER 漫步者品牌外,集团旗下还包括发烧耳机品牌 STAX、奥蒂兹(AUDEZE),乐器演奏与发烧音箱品牌 Airpulse、专业电竞品牌黑夜之神(Hecate)及汽车音箱品牌音宝图(Immortal)等。

在完善的产品生态与品牌矩阵框架下,如今 EDIFIER 漫步者的国际化品牌布局已经初具规模。在亚洲,无论是拥有可观消费者规模的中国和印度,还是蕴藏着巨大消费潜力的东南亚国家,EDIFIER 漫步者都牢牢占据



音频市场的主力位置。其品牌触角甚至延伸至北美、拉丁美洲、欧洲、非洲等地。

得益于对国际市场的长期深耕细作,EDIFIER 漫步者品牌越来越受到国外用户的认可,其实力亦得到了国际权威机构的多重认证。在设计上,W800BT 头戴类耳机凭借精密螺旋车刀纹表面、0.3MM 凸刻烫银工艺,质感出众的整机荣获德国 iF 设计奖;在性能上,G7 头戴式电竞耳机、Hi-Fi 有源 2.0 音箱 S2000MKIII、Hi-Fi 级有源 2.0 智能音箱 S1000A 等多款产品达到 Hi-Res 高品质标准……

今天的 EDIFIER 漫步者,早已不是多年以前仅占领国内用户电脑桌便感满足的那个多媒体音箱厂商。事实上,基于在国内市场的深厚积淀,漫步者正以更自信的姿态走向更多区域市场。

## 未来可期

支撑 EDIFIER 漫步者国际化布局畅顺实施的强大动力,来源于其内部的不断创新,通过对技术迭代升级、对产品匠心打磨、对服务提质增效,不断拓宽线上与线下消费场景,着力践行既定的前瞻性战略规划。

由此铺陈。

在率先成为国内唯一拥有完整产业链的果汁生产商之后,汇源在“大中国、大农业、大有作为”的思想指引下,将大农业进行到底,已连续 17 年被农业农村部等组织机构评为“农业产业化全国重点龙头企业”。

时至今日,汇源已在全国建立起 140 多个经营实体,链接起 1000 多万亩优质果蔬茶粮等种植基地,同时在全国十多个省市区规划建设了二十余个农业产业园区,已完成纵贯南北、横跨东西的农业产业布局。

28 年来,汇源始终坚守“取之于社会、奉献于社会”的企业理念,积极承担社会责任,

多年来,EDIFIER 漫步者始终坚持以消费者为中心,明确企业发展的第一要务是为消费者提供更专业、更智能、更个性化的产品服务与体验。因此,漫步者逐步优化耳机、音箱、电竞耳机等不同类型的产品,建立覆盖用户生活工作等各个场景需求的全线产品矩阵。

人工智能、物联网等新技术开启了音频设备进化的下一部新篇章。面向未来,EDIFIER 漫步者将在产品布局上双线推进,一方面修炼自身“内功”,一方面选择合作共赢。通过与传统家电巨头、互联网公司携手并进,漫步者在积极探索将更多新技术注入品牌基因的可能。

过去十多年来,中国音频行业无论是声音载体还是播放形式,都已发生巨大变动。EDIFIER 漫步者经历了变化莫测的行业变迁过程,如今逐渐成为音频行业的领导品牌之一,多年积累沉淀,漫步者品牌蕴藏了巨大的发展潜力——未来可期,音频行业迎来品牌出海时代,中国企业正在积极“走出去”。EDIFIER 漫步者作为出海的先驱者,将会进一步推进品牌国际化建设进程,强化技术引领,致力于为全球用户打造高端音频产品,把极致体验带给每一个人,向世界发出中国的好声音。

# 28 年匠心精神成就汇源

1 月 1 日,汇源登陆 CCTV-1《大国品牌》,通过央视这一国家级媒体平台,讲述“国民果汁”28 年成长历程,呈现汇源助力公众“汇品质之源,享美好生活”的愿景,在全球观众面前展现中国品牌风貌。与此同时,汇源还在元旦期间亮相北京东三环地标大屏——京信大屏,为国人送上新年祝福。

据中国青年网消息,作为央视贯彻落实“品牌强国”国家战略的王牌栏目,《大国品牌》以“大国品牌,世界共享”为理念,肩负起“国家平台,成就大国品牌”的使命,以品牌角度诠释企业,以消费者视角解读品牌,让消费者感知到有情怀、有温度的大国品牌形象。

在央视镜头全方位、多角度、深层次的解读与记录下,国人关于“有汇源才叫过年”的经典记忆、关于国民果汁的情怀呼之即出。现代化的果汁智慧工厂、一望无际的优质果蔬茶粮种植基地等镜头背后,是汇源踏实创业,从沂蒙山区走向全国、走向世界的历程;28 年如一日践行“营养大众,惠及三农”企业使命的收获。

从县办水果罐头厂,到家喻户晓的国民果汁,再到如今的“大国品牌”,汇源的成长与发展并非一帆风顺。创业之初做代工时处处受制,只有自己品牌做大做强才能让果农得到更大实惠,汇源果汁全国市场的业务版图

以公益、扶贫等举措回馈大众,传递社会正能量。在公益方面,汇源在救灾、助残、教育等领域已累计捐献物资高达 5 亿元,以实际行动为构建美好生活添砖加瓦;在扶贫方面,汇源坚持因地制宜发展大农业,充分利用自身市场、资本、技术和管理优势,结合地方实情开展产业扶贫,助力乡村振兴。

面对未来,汇源依旧充满信心与斗志,将继续坚持自身大农业发展方向。汇聚全产业链之力为美好幸福生活而奋斗,持续为大众创造和分享美好生活,这将是汇源作为“大国品牌”不变的底色!

(吴铭)

# 79 个品牌荣获山东知名品牌 烟台品牌集群效应显现

1 月 8 日上午,山东省烟台市人民政府新闻办公室举行“2019 高质量发展这一年”系列新闻发布会——品牌建设专场发布会,记者获悉,在刚刚公布的 2019 年山东知名品牌、山东优质品牌榜单中,烟台上榜数量分别达到 79 个、89 个,分别占到全省总数的 16.3%、12.95%,位居全省第二、第一。2019 年,全市品牌竞争优势不断增强,成效不断凸显,先后获评“2019 中国品牌城市”“质量魅力城市”荣誉称号。

## “烟台品牌”竞争力不断增强

2019 年,烟台市着力培育烟台品牌,打造品牌烟台,坚持质量领先,创新引领,从三方面入手,增强“烟台品牌”竞争力。

注重引导企业凭借优良品质创建品牌。广泛开展“万千百十”工程,持续推动企业重质量、打基础、顾长远。围绕标准、计量、品牌创建、知识产权等内容组织大规模、系列化培训活动 10 余场,深入企业现场开展个性化、精细化质量服务 20 余次,推动企业推广应用卓越绩效、精益生产、持续改进等先进生产管理模式和方法。冰轮、宏远氧业、南山铝业、玲珑轮胎的 4 个产品获得“泰山品质”认证,占全省总数的五分之一。

着力发挥标准引领作用夯实创建根基。大力实施标准化战略,推动企业做行业发展的领头羊、游戏规则制订者,鼓励引导企业专利产出和转移转化。2019 年,对 151 个标准化项目、400 余个专利项目实施资金支持。近三年,全市标准化、知识产权发展领域发放资助资金分别达到 2300 余万元、2150 余万元。

鼓励企业坚持自主创新打造品牌。通过创新能力的突破,加快向产业链、价值链高端攀升,牢牢掌握市场竞争的主动权。目前,全市建设国家(地方联合)工程实验室 8 家,省级



工程实验室(工程研究中心)43 家;争创国家级制造业单项冠军 8 家,省级制造业单项冠军 20 家。

## “烟台品牌”新优势更加闪亮

坚持服务产业,提质增效,将品牌建设放在服务全市新旧动能转换重大工程的大背景下谋划、来实施,不断提升品牌创建工作成效。

注重突出优势产业。以“四新四化”为主攻方向,加快构建富有烟台特色,享誉国内外的品牌企业和品牌体系。玲珑轮胎获得第七届省长质量奖(全省仅 4 家)并在全省质量发展座谈会作典型发言。2019 年世界品牌实验室发布的《中国 500 最具价值品牌》榜单中,“玲珑”品牌价值 453.69 亿元,位居国内上榜轮胎品牌第一位。国家化工新材料技术标准创新基地落户万华化学,万华成为我国化

工新材料领域标准化工作的“领航者”,行业话语权进一步增强。在刚刚公布的 2019 年山东知名品牌、山东优质品牌榜单中,我市上榜数量分别达到 79 个、89 个,分别占到全省总数的 16.3%、12.95%,位居全省第二、第一。难能可贵的是,这些品牌涵盖了全市新旧动能转换确定的现代海洋、装备制造、高端化工、文化旅游、医养健康等八大产业,高质量供给和高质量产品特征明显。

注重突出特色资源。积极挖掘烟台作为农业、渔业大市的资源优势,不断挖掘品牌潜力,放大品牌优势。烟台葡萄酒、烟台苹果第四次荣登中国区域品牌价值评价前十名榜单,2019 年品牌价值分别高达 876.66 亿元、477.26 亿元。在年底发布的“美丽山东品牌力量—‘山东名片’品牌影响力 TOP 榜”中,烟台苹果、招远粉丝位列 20 个入选区域品牌榜单,占全省十分之一,带有烟台独特地域符号和文化内涵的城市名片更加闪亮。

## “烟台品牌”美誉度不断提升

在 2019 中国品牌价值信息发布榜中,烟台市有 17 家企业上榜,品牌总价值达 768.57 亿元,数量、价值分别占全省的 12.7%、13.3%;在 2019 山东民营企业品牌价值百强和制造业高端品牌培育企业榜单中,烟台市分别有 12 家、17 家企业上榜,分别占发布总数的 12%、11.5%,品牌总价值达 1156.87 亿元,占全省的 24.6%。龙口市优质铝及铝制品基地位列山东省优质产品基地品牌价值第 3 位。由世界品牌实验室(World Brand Lab)发布的中国 500 最具价值品牌,烟台市招金、玲珑、鲁花、张裕、威龙 5 家企业上榜,位居全省第三。

(王向荣)

# 格力空调获“全国政府采购 空调十大领军品牌”

1 月 8 日,第 15 届全国政府采购集采年会在北京希尔顿逸林酒店盛大举行,会议公布了 2019 年度全国政府采购空调优秀供应商名录。得益于在空调领域的节能科技和专业服务,格力电器获评“全国政府采购空调十大领军品牌”,成为政府采购的“官方推荐”。

颁奖视频中,主办方对格力电器评价道:“坚持创新驱动,坚持技术引领,坚持质量为先,格力空调赢得用户信赖及尊重,服务世界标杆工程,成就行业领军品牌。”

## 政府采购立“风向标” 绿色发展成主旋律

随着政府采购改革的不断深化,采购人主体责任强化、政府采购制度的完善均为市场配置资源优势的发挥产生了正向推动力。今后,政府采购将更好地发挥大宗采购商的“风向标”的作用,对节能节约型产品的倾斜力度持续加大。而此次奖项评选,综合考量了供应商技术实力、创新实力、品牌影响力等 8 项指标,其中,技术和创新实力占比达到 40%。

格力在全国政府采购空调评选中脱颖而出,体现了产品卓越的科技性和节能性。事实上,格力空调的绿色科技已获多项权威认可。2019 年 8 月,格力变频离心式冷水机组与格力模块化机房空调进入工信部公布的《绿色数据中心先进适用技术产品目录》,成为建设绿色数据中心的“推荐配置”;2019 年 6 月,国际“双十佳”第二批名单公布,格力电器“温湿度独立调节离心机技术”成功入选,格力成为连续两届入选国际双十佳的品牌以节能科技助力实现 G20 能效合作中长期战略目标,彰显中国智慧和中国特色。

## 格力深耕节能科技 打造全球空调产业链最完整企业

科技创新是实现产业节能跨越提升的可行路径。近年来,格力在空调领域深耕核心技术,将设备节能高效作为主攻方向,以优质服务世界超级工程,获赞誉无数。

据了解,自 1991 年起格力便开始了中央空调的自主研发,经过近三十年的技术积淀,格力目前已经掌握了包含螺杆机组、永磁同步变频离心机、光伏直驱变频离心机、磁悬浮变频离心机、气悬浮离心机、多联机组等产品的关键核心技术,不断推动空调行业节能化发展。

以格力自主研发的永磁同步变频离心机为例,其 COP 达到 7.03,比国际先进水平高 10-20%;机组 IPLV 达到 11.68,比国际先进水平高 15%以上;2013 年,格力成功推出“不用电费”的光伏直驱变频离心机,以光伏发电驱动空调系统用电,推动清洁能源高效利用,引领空调行业迈入光伏时代。

2019 年 12 月,格力四项技术获得“国际领先”鉴定,其中“高效动压气悬浮离心压缩机关键技术及应用”、“高效磁阻变频涡旋压缩机”两项压缩机技术弥补了国内高效制冷压缩机体系中小冷量高效压缩机组的空白,格力也因此实现了从 0-3000RT 全范围冷量高效压缩机的技术自主,成为全球空调产业链最完整的企业。

中国工程院院士江亿对此评价道:“从大冷量的直驱式变频离心机到磁悬浮离心机、气悬浮离心机、涡旋压缩机,格力目前是世界空调行业产业链最长、最完整的企业。使得不同冷量范围内的工程都有对应合适、节能的产品来提供服务,这同时对行业的节能性作出了有效提升。”

## 格力高质量服务 广获超级工程青睐

凭借领先的节能技术和专业的服务,格力空调广泛服务多个领域内的世界超级工程并获赞誉无数。2019 年 9 月,北京大兴国际机场投运,格力作为“新国门”主航站楼暖通设备唯一供应商,为大兴国际机场提供了 17 台永磁同步变频离心机机组。

在人民大会堂,格力中央空调也有着优异的表现。据悉,人民大会堂的改造项目采用 9 台格力永磁同步变频离心机机组。除此之外,格力中央空调还中标了港珠澳大桥珠海口岸、中国尊、国核示范核电站等重要工程,为市政机关、数据中心、商业办公、文体科研、医疗卫生、轨道交通等众多领域提供专业服务。

值得注意的是,据《中国建筑能耗研究报告(2018)》显示,在建筑能耗的构成上,电力占比 46%,北方采暖碳排放占比 25%。除了电力消耗外,燃煤也日益成为建筑能源消耗不可忽视的一部分,因此清洁取暖已成大势所趋。格力为此推出了空气源热泵等多种新型高效节能设备,能够实现-35℃低温环境下强制制热,适应不同地区家庭清洁采暖的改造需求,现已服务于北京、天津、河北、陕西、山东、上海等多个地区的清洁采暖工程。

“让天空更蓝、大地更绿”是格力始终秉持的企业愿景,制造业要为消费者节约成本,为社会节约资源。我们将不断以创新的精神研发出更多符合消费者需求的产品,用优质的产品过硬的专业技术服务更多的领域,为国家的发展和人类的进步贡献格力力量。”格力电器董事长兼总裁董明珠表示。(艾肖)