

颠覆想象 小天鹅双洗站 为精致生活护航

近日,由中国家用电器协会指导、国家电网主办的“新场景·衣常新·楚留香——2023中国家庭洗衣及烘护行业高峰论坛”在北京举办,以小天鹅为代表的洗衣机行业品牌代表齐聚一堂,共同探讨衣物洗护行业的市场发展现状及未来前景。

论坛现场,凭借着硬核科技实力、多维度创新和卓越品质,小天鹅一举斩获“2023中国家庭洗衣及烘护行业创新洗护品牌”奖,同时,小天鹅双洗站TG100RM9ILZ获得“2023中国家庭洗衣及烘护行业创新双洗产品”奖,小天鹅小乌梅TG100RVIC获“2023中国家庭洗衣及烘护行业杰出渠道表现产品”奖。此次小天鹅荣获三大奖项,再度彰显了其对洗护市场的精准洞察和品牌的综合技术实力。



随着人们生活水平的提高,用户对洗衣机的需求也在不断提升,面对竞争激烈的存量市场和用户精细化需求,这对洗衣机企业提出了更高的要求。AWE2023发布的“行业发展十大趋势”明确指出,“场景化”已成为洗衣机等家电产品的重点发展趋势之一。

基于对行业发展态势和用户需求的洞察,美的洗衣机探索研究部长高源认为,整个洗护行业终极形态分为两种。第一种是不受空间限制,形成家庭洗衣房。另一种,拥有一定的改造空间,可以选择一些集成复合力的产品,如双洗站。

多年来,小天鹅专注洗护领域,以消费者需求为基础,加强研发和创新力度,不断取得新突破。以此次获奖的小天鹅双洗站为例,聚焦产品形态与清洁技术上的革新升级,搭载多项黑科技,创造性地将洗衣机、扫地机、洗地机三者集成为一体,实现“洗衣+拖地,一部到位”,为用户提供一站式家居清洁解决方案。

针对传统洗衣机安装难题,小天鹅双洗站采用一体式超薄全嵌设计,可完全嵌入600mm家装主流柜体,更好地释放家居空间,避免机身凸出破坏美感,带来视觉上的和谐统一。此外,一体化设计也免去装修改造水电的烦恼,洗衣机与扫拖机器人实现上下水共享,仅需一根进水管,一根电源线即可完成安装,帮助消费者进一步提升生活便利性。在洗涤方面,采用微净泡洗专利技术,清洗时生成亿万纳米级微泡,穿透衣物纤维去除污渍的同时,减少洗涤剂残留。在地板清洁层面,小天鹅双洗站可实现清洁液自动投放,内置银离子除菌模块可实现地面与基站的全面清洁。搭载独有的毛发自动切割技术,解决传统滚筒缠绕需手动清理的问题,从此再也不怕毛孩子的掉毛问题了。

值得注意的是,小天鹅双洗站并不是简单地将洗衣机和扫拖机器人拼装在一起,而是最大限度地安排空间合理利用,形成整体和谐美观的同时,实现多种电器单品功能的“一站”搞定。在众多产品中脱颖而出,小天鹅双洗站的背后是小天鹅长期的技术积累与沉淀。

据了解,1978年,小天鹅研发出中国第一台全自动洗衣机,引领中国迈入洗衣机自动化时代;2012年推出国内首台热泵干衣机,解决衣物洗涤烘干问题;2019年小天鹅超微净泡水魔方问世,重新定义洗衣机行业健康新标准;2021年小天鹅自研蓝氧科技,解决衣物褪色、顽固污渍等痛点,引领行业洗护技术标杆;2023年小天鹅双洗站以崭新形态,集成化重构家居清洁新方式。从小天鹅的发展历程中,我们不难发现,创新始终贯穿其中,坚持“全心全意”的品牌服务理念,将更高品质、高颜值的洗衣机产品带给用户。

相信未来,小天鹅也将步履不停,将智能、便捷的洗护体验传递给消费者,持续为洗护行业注入新动力。

(肖佳)

全棉时代发布新品系列 第400家线下门店落地

日前,稳健医疗旗下品牌——全棉时代携手品牌代言人郭晶晶在深圳举办品牌见面会,同时,公司发布了多个新品系列。

见面会上,全棉时代创始人李建全带来“全棉改变世界”主题演讲,从孩子们眼中美好世界与现实环境污染问题的矛盾出发,讲述全棉时代如何在14年坚持只做棉花,不断挖掘和传递棉花价值,以高品质、可持续的天然棉产品,倡导一种有益于人类、有益于地球生态的全棉生活方式,希望通过棉花的温柔守护,让天蓝、地绿、水清,让地球回归本来的样子。活动现场,全棉时代市场营销总监李慧瑜发布了多个新品系列,涵盖棉柔巾、卫生巾、浴巾、婴童及成人服饰等,同时宣布第400家线下门店落地郑州正弘城,让安全、舒适的棉品走进更多中国家庭。

全棉时代表示,从首创第一张棉柔巾到全棉全品类,14年来,全棉时代热爱棉、专注棉,通过持续的研发创新,最大化地保留和发挥棉花质朴、舒适、环保的特性,对工艺和品质的严苛把控和极致追求,只为带给用户安心、幸福、可持续的全棉品质生活。(王璐)

广交会上上的佛山“智造”： 从卖产品到卖方案 工业设计赋能品牌出海

■ 赵晓晨

“开展第一天,现场人流量超出预期,我们带来的新产品太阳能并网逆变器非常受欢迎。”10月15日,记者来到佛山市索尔电子有限公司的展位时,公司总经理杨山铨刚和一名柬埔寨采购商成交一笔约1.3万美元的订单。这位采购商询问产品细节后便欣然签下订单,并在现场下了定金。

10月15日,第134届广交会开展首日,杨山铨便接待了近100名来自全球的采购商,共收获约40万美元的订单。

这样的场景在广交会上并不罕见,走进家用电器、机械设备等展区,美的、格兰仕、万和等知名品牌展位上同样人头攒动,洽谈区几乎满座,十分热闹。

作为全球著名的制造业基地,本届广交会佛山线下参展企业位达到588家,展位数量达到1815个,还有727家企业线上参展,参展企业和展位数量均创历史新高,行业涵盖建材、家电、家具、照明、纺织等。从迭代升级的智能家电到技术过硬的新颖产品,含“新”量十足的“佛山智造”正借广交会加速扬帆出海。

从“卖产品”到“一体化场景”

“此次广交会上,我们将和制造商洽谈合作,希望能找到一些技术新颖且价格优惠的产品。”在格兰仕展位上,俄罗斯采购商VITALII对一款黑灰色微波炉展品十分感兴趣,时不时举起手机拍照。

“我们带来了超200款产品,其中60%以上是新品。这些产品在功能和设计上都有新亮点,迎合了全球各地消费者的需求。”格兰仕集团广交会参展筹备负责人张丁表示,本届广交会格兰仕携惠而浦品牌共同参展,展位规模扩容到500多平方米,格兰仕嵌入式洗碗机、嵌入式双头电磁炉,以及惠而浦嵌入式冰箱等多款嵌入式家电产品组团亮相。

“许多消费者觉得家里装一台嵌入式烤箱功能有限,但是安装多台嵌入式家电会占据太多空间,因此格兰仕研发出集成式产品来精准匹配国内外消费者的需求。”张丁介绍,以格兰仕“双子一号”嵌入式双腔蒸烤一体机为例,这款产品能够实现上下腔体分区动态控温、双屏独立控制,可同时烹饪,蒸烤不串味,有效缩短用户下厨时间。

记者走访发现,在数字化驱动下,越来越多的佛山品牌开始将多种产品整合起来,从卖单个产品到为客户输出集成式方案。比如首次亮相广交会的格兰仕预制菜“无人零售+智能烹饪”一体化解决方案。该解决方案集预制菜冷冻储存、智能烹饪、终端零售和数据赋能于一体,后台系统支持消费者画像分析、食品库存管理、到期食品预警等功能,能够应用于中央厨房、便利店、机场等大流量或无人自助场景。

■ 陈发明

到甘肃敦煌,人们都会去看看“沙漠奇观”鸣沙山月牙泉。在绵延的沙山之上,还有“一绝”,敦煌葡萄。气候干燥、日照充足、昼夜温差大,再加上特有的沙质土壤,让敦煌具备了生产优质葡萄良好的先天条件。每年9月份,是敦煌葡萄大量上市的季节。来到鸣沙山下的七里镇,一串串“红地球”葡萄挂满枝头。葡萄架下村民们忙着采摘,一派丰收景象。

“今天咱们不看‘红地球’,看看新品种。”在七里镇大庙村胡海军的葡萄园,敦煌市林技中心副主任常娟告诉记者,要种出好葡萄,不能只靠先天的自然条件,还得有好技术。与常娟同行的,还有甘肃省农业科学院林果花卉研究所研究员、国家葡萄产业技术体系兰州综合试验站站长郝燕,她是敦煌林技中心专门请来为葡萄新品种把关的。

敦煌的葡萄主栽品种有两个:“无核白”和“红地球”。老胡以前种“红地球”,近几年来自己试着种植新品种“阳光玫瑰”。“这是从日本引进的品种,2016年,一斤‘阳光玫瑰’卖到120元,当时一斤‘红地球’才卖2.5元。”看到

刚刚过去的9月,义乌消费市场又多了几个女装头部品牌。

9月底,义乌首家之禾、卓雅先后在义乌银泰百货开业。二者均是国内头部品牌,在义乌银泰百货内部,之禾、卓雅都曾被列入“梦想品牌”之列。

所谓“梦想品牌”,不单单是义乌银泰百货的梦想。长久以来,义乌本地商业在大淑女装这一品类都没有很好的布局。“大淑女装品牌是义乌商业的‘隐痛’。”义乌银泰百货总经理李勤介绍说,“现在我们正在尝试打破这个现象。”今年9月适逢商场大调改期,义乌银泰百货连续引入之禾、卓雅、地素、可可尼、EIN等多个女装品牌的义乌首店,正式开启了

▶▶▶ [上接P1]

由“大体量”向“高质量”转型 广东化妆品“美丽绽放”

广东药科大学党委委员曹华认为,进军国际市场时更应讲好中国美妆的文化与科技故事。“立足中国深厚的文化底蕴,赋予化妆品品牌文化内涵和独特的文化价值;在符合个人感情诉求与文化习惯下,提高国际消费者对品牌文化的认同和拥护,提高产品辨识度和附加值,借助中国元素建设国际化特色品牌。”

监管加服务 政企合力的“品牌培育”

在化妆品大省广东,有3000多家化妆品



索尔电子展位上客商现场咨询。

式冰箱等多款嵌入式家电产品组团亮相。

“许多消费者觉得家里装一台嵌入式烤箱功能有限,但是安装多台嵌入式家电会占据太多空间,因此格兰仕研发出集成式产品来精准匹配国内外消费者的需求。”张丁介绍,以格兰仕“双子一号”嵌入式双腔蒸烤一体机为例,这款产品能够实现上下腔体分区动态控温、双屏独立控制,可同时烹饪,蒸烤不串味,有效缩短用户下厨时间。

记者走访发现,在数字化驱动下,越来越多的佛山品牌开始将多种产品整合起来,从卖单个产品到为客户输出集成式方案。

比如首次亮相广交会的格兰仕预制菜“无人零售+智能烹饪”一体化解决方案。该解决方案集预制菜冷冻储存、智能烹饪、终端零售和数据赋能于一体,后台系统支持消费者画像分析、食品库存管理、到期食品预警等功能,能够应用于中央厨房、便利店、机场等大流量或无人自助场景。

敦煌提升特色林果业竞争力 鸣沙山下葡萄熟了



了新品种的价格优势,胡海军从2017年开始试种,直到2020年才找到门道有了收益,但是技术上还在不断摸索提升。在葡萄架下,胡海军支起一张小桌子,剪下几串果型饱满的“阳光玫瑰”葡萄让郝燕品鉴。“几天浇一次水”“每亩地肥料用多少”……郝燕一边详细了解胡海军的种植情况,一边测着葡萄的重量和糖度。“品相非常好了,但是香味和果粒还有上升空间。”郝燕告诉老胡,目前他已经基本掌握了“阳光玫瑰”种植技术,但是产量需要控制,不然会影响果粒的饱满。

近年来,敦煌市推动以葡萄、李广杏、紫胭桃为主的特色林果产业发展,统筹推进基地建设、品种培育、标准化生产、品质提升、品

引进多家头部品牌 义乌银泰百货发力大淑女装业态



大淑女装品类的焕新升级。

“这是我们围绕大淑女装品类进行整体布局升级的一个开端。”义乌银泰总经理李勤如此说道。除了新进的5个品牌,义乌银泰百

牌打造、科技支撑、社会化服务建设,不断提升特色林果产业整体竞争力,实现一二三产业协同融合可持续发展。截至2022年底,全市葡萄、杏、桃等特色林果种植面积达11.35万亩,其中葡萄种植面积6.8万亩,特色林果总产量达到18.7万吨。

“新品种虽然规模不大,但对整个产业来说是个有效补充。”常娟介绍,根据产业发展基础和区域气候、水土等自然条件,敦煌打造了阳关镇、七里镇、月牙泉镇等一批葡萄、李广杏、紫胭桃等特色优势明显的专业镇和专业村,形成“一主多副”的特色林果产业发展格局,既能充分发挥资源优势增加农民收入,又可满足敦煌旅游市场对特色果品的多元化需求。

为实现林果业提质增效,敦煌先后制定了葡萄、红枣、桃等十余项地方性标准和标准化栽培技术规程,大力推广普及水肥一体化、高密度栽培、绿枝嫁接、设施栽培等良种良法,为林果业持续发展提供科技支撑。同时,实施技术服务网格化管理,建立市、镇、村、组四级技术人员指导的标准化生产网格160个,标准化生产示范基地5万亩,样板园5000亩,形成划面成格、格中有田、田出样板,示范引领促发展的技术推广

货二楼至四楼的女装区还将进行品牌形象升级和扩柜。调改后,义乌银泰百货的整体女装品牌层级和购物舒适度对本地消费者而言将会有较为明显的提升。

义乌银泰百货长久以来以高端美妆和名表为本地消费者所熟知,近几年引进了多达21个一线美妆大牌,其中不乏海蓝之谜、娇兰等金华首店。今年在大淑女装品牌上的发力,一方面是配合原有美妆、名表等强势品类做整体联动运营、提升商场品牌层级的必然之举,同时更是迎合本地消费扩容、品质升级以及满足品类搭配组合消费习惯的需要。

义乌银泰百货七成以上是女性顾客,“来店买买化妆品、配饰,多多少少会有搭配服

员介绍,这款产品广泛应用于户型系统、通讯基站、监控系统、牧区、5G辅助供电等,在南非地区销量很好。

美世乐是一家以光伏新能源、电源管理和锂电池储能相关产品为主营业务的高科技企业。2018年进驻佛山后,美世乐不断以自主品牌开拓南美、东南亚等海外市场,目前“MUST”自主品牌销量占比超过70%。

不同的出海模式,决定着企业参与全球竞争的不同打法和产品迭代的不同方向。此次广交会不仅展示出佛山企业雄厚的制造业实力,也折射出佛山企业开始从OEM、ODM代工模式走向品牌出海的趋势。越来越多的佛山企业希望能够自己把控话语权和品牌溢价权。

“人家的东西我不要,我只要‘索尔’的品牌。”索尔电子展位上,一名阿富汗采购商中文流利,直白的话语令人印象深刻。“以自主品牌出海,企业得到的附加值更高。目前索尔电子自主品牌在东盟地区知名度比较高,市场影响力广泛,许多老客户希望能直接代理我们的品牌。”杨山铨介绍,今年索尔电子重点开拓“一带一路”共建国家和东盟国家市场,除了在技术研发上对产品迭代升级外,还跟当地代理商合作努力做好产品安装和售后服务。

沿着A区珠江散步道一路走来,在“工业设计”长廊上来自佛山顺德的多家设计企业携多款经典产品集体亮相。“展位上这款黑白空气炸锅连续三年被评为亚马逊最佳畅销型号,许多境外采购商能够一眼识别出来,进而对我们设计实力有更具体的认知。”佛山市众意工业设计有限公司相关负责人焦萍萍表示。

“中国是全球最大的家电生产基地,相近配套的工业设计产业也发展十分迅速。来到广交会的采购商不仅认可‘中国制造’,也越来越认可‘中国设计’,特别是佛山的许多设计公司实战经验非常丰富,能够和国外品牌方一起去落地新的想法。”焦萍萍说。

模式,全覆盖、深层次推进全市林果业标准化、商品化、集约化发展。

靳尚红是莫高镇新墩村的技术员,种了十多年葡萄,积累了丰富的经验。“这两年身体不太好,自己不种了,专门当技术员。”见到靳尚红时,他正在同村果农高海军的葡萄园里,“这片葡萄树已经10年了,树龄老化,每年发芽迟,成熟期晚了半个月,亩产量也比丰果期少了1000斤”。

高海军种了10亩葡萄,树龄最长的已经14年了。看着产量上不去,他跟技术员一起分析后,下决心今年采摘后就更新一批葡萄树。靳尚红说,“不仅果树要更新,葡萄种植技术也在不断更新,我每年要参加不少市里组织的培训,将学到的知识再传授给村里的果农”。

围绕特色经济林果产业转型升级技术需求,敦煌先后同甘肃农业大学、西北农林科技大学、中国林科院等科研院所和国家桃产业、葡萄产业技术体系岗位专家,针对不同生产环节开展技术培训和关键技术、瓶颈问题的联合攻关。同时,敦煌采取培训到镇、讲座到村、示范到组、指导到户的办法,深入开展林果业科技培训,每年举办技术培训200场次以上,培训林果种植户1万人次以上。

装的需求,这些需求需要进一步被满足。”李勤介绍说,“之禾、卓雅这些都是头部大淑女装品牌,特点就是时尚优雅,MAO MARThomme就是一个非常有设计感的原创设计师品牌,而这些品牌服装奉行时尚、优雅、简洁、大方的现代城市风格,也比较符合当下女性消费者对美感的追求。”

据了解,为了提升品牌层级、保持活力,义乌银泰百货每年都会进行20%以上的品牌大调改,引入优质品牌、首店品牌,女装则是今年调改的重点发力品类。受中秋国庆双节消费需求刺激,几个新进首店女装品牌均人气火爆,ICICLE之禾首开即在双节期间女装品牌销售中排名第一。(中新)