

在美国消费电子展感受“中国品牌”热度

张翔

1月9日至12日,2024年美国消费电子展(CES)在内华达州拉斯维加斯举行。这是科技领域开年重头戏,包括高通、英特尔、博世、西门子、大众等国际知名公司在内逾4000家参展企业与机构齐聚于此,展示人工智能、可持续发展、移动科技和人类安全等方面最新成果。

中国是全球最大的消费电子制造国和消费市场之一。众多中国企业携技术领先的新品亮相2024年CES,中国机电产品进出口商会还与安永联合发布《中国消费电子和家电行业趋势报告》,成为这场全球消费技术产业年度盛会的热点。

通过CES开幕两天来的现场采访,记者选取三家有代表性的中国参展企业,解读其参展关键词,感受“中国品牌”的热度。

京东方:“科技”和“绿色”

“而立之年”的京东方是领先的物联网创新企业,也是全球半导体显示产业龙头,目前全球每4个智能终端就有一块显示屏来自京东方。

“此次参展体现‘科技’和‘绿色’两大特色,带来多款全球首发产品,包括融合AIoT(人工智能物联网)技术的最新成果。”京东方科技集团副总裁、京东方精电CEO苏宁在CES主会场拉斯维加斯会展中心接受记者采访时说。

他表示,京东方起初是偏硬件显示的公司,近年来非常注重“软硬融合”,结合人工智能、大数据技术为用户提供更安全的产品和服务。京东方在CES全球首发45英寸9K氧化物MiniLED车载贯穿屏和拥有10K超高分辨率、“软硬融合”的智慧座舱解决方案,受到合作伙伴及现场观众欢迎,吸引很多北美车企前来深入交流。

“千年瓷都”的数字化蝶变

丁雅雯 崔璐

“运营网店前,在景德镇乐天集市摆摊是我们的主要销售渠道。自2021年底网店开张以来,我们的陶瓷手作产品销量稳步提升,原来的‘夫妻店’也发展成为了10个人左右的小作坊。”景德镇山何陶瓷有限公司负责人王嘉峰说。

山何陶瓷有限公司是景德镇市企业数字化转型的缩影。记者在景德镇市走访调研时了解到,直播、电子商务等新业态在当地蓬勃发展,让“千年瓷都”迸发出更强生命力。

“几年前,我从父母手中接下工厂,依靠电子商务,获得了自己的第一批客户。不少外地的同行卖家也通过电商渠道联系我们,希望从我们这边进货,我们的生意越做越大。”景德镇市旭升陶瓷有限公司销售部总经理余志明说。



中国参展企业TCL展位

海信是中国知名家电企业,被评为“海外民众最熟悉的中国品牌”之一。2024年CES期间,海信推出全球首台4万+分区MiniLED电视——ULED X系列电视110UX,凭借显示技术创新和画质表现获“2024年CES创新奖”。率先把三色激光应用于移动出行的海信激光车载HUD等新产品,也脱颖而出获得这一奖项。

海信:从“单品”到“全场景”

海信是中国知名家电企业,被评为“海外民众最熟悉的中国品牌”之一。2024年CES期间,海信推出全球首台4万+分区MiniLED电视——ULED X系列电视110UX,凭借显示技术创新和画质表现获“2024年CES创新奖”。率先把三色激光应用于移动出行的海信激光车载HUD等新产品,也脱颖而出获得这一奖项。

不过,海信显然有更大的目标。连续多年

参加CES的海信,今年开设参展以来最大的展区,呈现全场景显示技术解决方案。

海信有关负责人称,智能化是今年CES各大科技企业比拼重点,海信在智能家电领域有独特的技术优势。此次展示的“Connect Life”平台,将旗下主要家电品牌的产品、功能、服务合并到一个应用程序中,实现从单品智能到全场景智能的跨越。

TCL:“敢为不凡”

TCL是2024年CES展区面积最大的中国企业。115吋全球最大的QD-MiniLED高端

巨幕电视、TCL华星全球首发的车载智能座舱……23个大类120余种领先科技产品浓缩了TCL的创新成果。

作为美国职业橄榄球大联盟(NFL)北美地区官方电视合作伙伴,TCL还专门设置体验区,邀请NFL名人堂球星到展区同参观者互动,现场气氛热烈。

TCL创始人、董事长李东生在北美新品发布会致辞时,回顾参与CES三十多年来的历程。他说,从第一次参展仅有9平方米的展位,到今天展位规模接近1700平方米,我们的展位越来越大,参展产品也从初级消费电子产品拓展到各类智能终端及显示技术产品。

李东生表示,TCL旨在成为全球领先的智能科技产业集团,将秉持“敢为不凡”的精神,与合作伙伴一起推动业务持续发展,为全球用户提供创新的解决方案,为社会发展与环境保护作出贡献。



在江西景德镇,元青花非遗传承人蔡文娟展示她的青花文创产品。

“陶瓷瓷器具有特殊性,受众群体比较有限。要想做大业绩体量,可以用直播的形式,在线展示产品细节,普及产品价值,让用户愿意购买高价产品。”“盛世藏瓷”品牌负责人秦永说,“2022年初,我们正式入驻淘宝平台并开展直播,摸索着实现直播的引流、留存和转化。经过一年的运营,店铺年成交额破千万,单场直播成交额最高破百万。”

种在田头 卖向全球 丹棱桔橙开启国际之旅

卜海英

2024新年伊始,远在4000公里外的乌兹别克斯坦首都塔什干的“巴扎”热闹非凡,当地群众品尝到了来自中国的“甜蜜味道”——丹棱桔橙。据了解,这已是丹棱桔橙近期出口的第6个国家。

“这批桔橙的销售情况特别好,乌兹别克斯坦人民对来自中国的桔橙特别喜欢,口感、滋味都符合当地需求。”这批桔橙的经销商尚勤告诉记者,目前塔什干的丹棱桔橙已被抢购一空,现在公司正在马不停蹄的准备下一柜发往国外的桔橙。

“以前丹棱桔橙出口是转手贸易,贸易商把差价赚了,丹棱桔橙不曾被国外市场知晓,现在我们要自主出口,打造品牌价值。截至目前,丹棱桔橙已自主出口新加坡、泰国、乌兹别克斯坦、马来西亚、印度尼西亚、越南等6



个国家,出口量已突破140吨。”谈及此,四川丹棱现代果业有限公司副总经理杨静喜悦之情溢于言表。

据了解,2023年,四川丹棱现代果业有限公司新增进出口贸易,公司相继通过了出口备案基地、出口备案工厂、进出口收发货人三个资质的认证。目前该公司是蓉乐海关唯一一家取

得三资质认证的企业。“通过这三个资质,我们开始布局海外市场,积极招销路,找合作,让丹棱桔橙走出国门,走向世界。”杨静说。

“丹棱县是‘中国晚熟柑橘之乡’,桔橙种在田头,卖向全球,成了丹棱县老百姓致富增收的重要渠道。”去年年末,四川省人民政府新闻办公室举行“县域高质量发展”系列主题新闻发布会丹棱县专场,丹棱县委副书记、县人民政府县长曾建军在会上向媒体介绍。

“丹棱的柑橘产品,无论从外观、糖度、饱满度、口感等多方面都大大的优于其他地区,我们不想错过这样的好产品。”2023年12月27日,新加坡玉园有限公司总经理祝沪锦来到丹棱,将经过多番考察的丹棱桔橙新品种“秋之津”带到了新加坡。

四十年如一日坚持发展晚熟柑橘,造就了丹棱县如今18万亩种植规模的农业现代化产业集群,而先进的种植技术,更成就了属

于“北纬三十度的味觉奇迹”。作为全国最大的优质“不知火”生产基地,丹棱县先后获得“全国晚熟柑橘30强县”等荣誉称号,“丹棱桔橙”获得农业农村部农产品地理标志保护认证、全国农产品区域公用品牌、四川省十大优秀区域公用品牌,7次跻身中国区域品牌(地理标志产品)百强榜。

通过持续筑牢农业产业现代化的科技支撑,目前,丹棱桔橙形成了错峰上市、全年供应的产业格局。每年10月至12月有爱媛,1月至2月有春见和大雅柑,3月至5月有不知火和金乐柑,4月至7月有夏橙柑。除此之外,丹棱县还与科研院所合作组建了4个专家团队,引进了100多个柑橘品种开展试验示范。

下一步,丹棱县将积极构建自主出口网络,把“黄金果”卖向全球,成为丹棱农民的“致富果”,让田间地头的桔橙成为乡村振兴的丰硕之果。

▶▶▶ [上接 P1]

2023,中国品牌闪耀“一带一路”

作为非洲第一大经济体,尼日利亚经济增长取得了令人瞩目的成就。然而随着外贸迅速发展,该国港口吞吐能力严重不足。莱基港建成运营,有力推动尼日利亚产品尤其是农产品出口,预计未来几年将为该国提供近20万个直接和间接工作岗位。

绿色能源走入千家万户

9月17日,由国家电投投资建设的哈萨克斯坦阿克莫拉二期风电项目全容量并网运行。这座总容量高达206兆瓦的风电场一举刷新其自身保持的中亚最大风电场纪录。41台由浙江省属国企运达研制的5兆瓦风机迎风飞舞,清洁电力沿着高架的电网点亮50公里外哈萨克斯坦首都阿斯塔纳的夜空。

进入运营阶段。项目并网后,首年总发电量为8.94亿千瓦时,为4.53万户家庭提供绿色清洁的电力供应。

数字转型助力美好生活

11月,由华为公司承建的刚果(金)财政部云数据中心落成。这是刚果(金)首个建成投入使用的云数据中心。云数据中心落成是中刚两国数字信息领域合作取得的又一个重大成就。该中心建成并调试完毕后,即交由刚果(金)技术团队运营,中方将提供技术支持和经验分享。通过技术转让,帮助当地加快与世界信息通信行业接轨,为其经济转型跨越发展带来新动能。

台创业,开通超过1.2万家店铺,销售约100万种商品。

中国手机走俏非多国

凭借先进的性能、过硬的质量、合适的价格,中国智能手机在共建“一带一路”国家中流行,越来越多人的首部智能手机是“中国制造”。在越南河内主干道陈富路两侧,有不少中国智能手机品牌的广告屏,为当地消费者提供更多选择;在印度尼西亚,中国手机品牌已跻身前三位,吸引了大量用户和粉丝。在非洲,中国的手机终端制造商传音控股推出了“四卡四待”“特殊拍照美颜特效”“超长续航”等符合当地用户需求的手机,市场份额超过40%。传音不仅销售手机,还打造集信息、社交、娱乐等为一体的“数字生态”,丰富当地民众的日常生活。

中国文化在海外“圈粉”

读中国网文、看中国电视剧、听中国音乐……在共建“一带一路”国家中,中国文化越来越流行,学中文成为更多年轻人的选择。2023年以来,孔子学院在欧洲、非洲等地“开花结果”,在许多国家首次揭牌成立,满足了当地居民学习中文的需求,促进了文化交流,拉近了民心与心的距离。“汉语桥”比赛在多个国家开展,各国选手不仅在比赛中讲述与中国的缘分以及对学习中文的热情,还通过舞狮、武术、舞蹈、书法、脱口秀等展示对中国文化的热爱。在越南大街小巷,能频频听到《错位时空》《白月光与朱砂痣》等在抖音平台上非常流行的歌曲,不少越南年轻人还会跟唱。更多中国网络文学作品出海,吸引大批海外读者订阅、“催更”。



浙茶品牌如何成为“优等生”

徐知妤 谢燕青 黄望巧

世界茶香看浙江,中国茶香飘世界。1月8日下午,作为“中华茶 世界风”首届中国茶品牌文化年会的重要活动之一,首届“世界茶香看浙江”茶品牌发展论坛暨新昌天姥茶会在绍兴新昌举行。与会嘉宾共饮三道新昌好茶,共论浙江茶品牌发展。

作为全国主要产茶省之一,浙江具有丰富的茶叶资源,茶文化内容丰富、形式多样、历史悠久、底蕴深厚。多年来,浙江省坚持茶文化、茶产业、茶科技“三茶”统筹发展理念,着力推进茶产业高质量发展。为了进一步提升品牌优势,打响浙江茶品牌,本次论坛邀请了浙江省茶业品牌代表到会场分享品牌发展经验,构筑浙江茶品牌推介的大平台,搭建交流合作共享的大舞台,为浙江乃至全国的茶产业高质量发展提供有效经验。

“大佛龙井作为新昌县茶叶的主导品牌,荣获各类国家级金奖100多个,被评为‘最具传播力的品牌’。”新昌县茶业文化研究会会长、新昌县委协理原副主席袁振华介绍了大佛龙井品牌发展的历程及成效。多年来,新昌始终践行“三茶统筹”发展理念,围绕“打造百亿茶产业,创建龙井第一县”总目标,强政策扶持、强科技支撑、强品牌培育、强茶旅融合,是全国主要的龙井茶原产地,建成了全国最大的龙井茶交易市场,形成了全省首批茶叶示范性产业链。在此背景之下,大佛龙井茶品牌的影响不断“大”,营销不断完善,品牌价值不断攀升。

茶,是浙江分布地域最广、经济带动效益最强的优势特色产业之一,浙江90个县中涉茶的达70个。一直以来,浙江牢记嘱托,坚持“生态高效、特色精品”的目标定位,走出了一条名副其实的浙茶品牌如何成为“优等生”。在“三茶”统筹背景下,浙茶如何历久弥新,继续飘香世界?活动现场,龙井茶、安吉白茶、松阳银猴、金奖惠明茶等浙江省传统名茶代表分享了各自茶叶品牌的“发展秘诀”。

“龙井茶高质量发展,关键是打造高质量的企业品牌集群。”浙江省农业农村厅茶叶首席专家陆德彪认为,高质量的龙井茶品牌集群,核心在于做好“土、特、产”文章,深耕于“土”,因“特”壮大,乘“产”而上;聚焦产业链让茶农共富之路越走越实,聚焦品牌提升让茶农共富之路越走越宽。安吉县人民政府党组成员肖家青用三个“聚焦”揭秘了安吉白茶如何通过“一片叶子”富了一方百姓;“松阳全县茶有40%的人口从事茶产业,50%的农民收入来自茶产业,60%的农业产值源于茶产业。松阳县茶产业链总链长、松阳县政协主席廖宝云以“456”为切入点揭示了茶产业之于松阳的重要性并介绍了松阳银猴何松阳香茶两大县域茶叶公用品牌;迭代顶层设计,全面凝聚合力兴茶共识。深化品质内涵,精益求精做优产业链条,景宁畲族自治县人民政府副县长张谦分享了金奖惠明茶品牌做大做强的两大“秘籍”。

多年来,浙江省深入贯彻“三茶”统筹发展理念,始终坚持“生态高效、特色精品”目标定位,致力推动茶叶品牌培育,形成了独具特色的品牌集群。浙江优秀的茶叶品牌,一直起着引领示范作用,带动茶农共富,引领产业升级,跑出共同富裕加速度。活动现场,来自新昌、诸暨、杭州的浙江茶优秀品牌代表们,开启了交流对话。

值得一提的是,为了强化名茶品牌抱团发展,大力实施茶业“双强”工作,确保茶叶品质和品牌“两手抓”,本次论坛邀请了省内十大茶品牌共同成立“世界茶香看浙江、浙江茶品牌联盟”。未来,联盟将进一步推进“三茶”统筹、“三产融合”、“六茶共舞”,全面提高茶产业质量效益和可持续发展能力,持续擦亮“世界茶香看浙江”的金名片,为全国“三茶”统筹发展提供更多浙江经验。

弥月之喜

欢迎黄诺一小朋友来到这个美好的世界,么么希望你健康成长,长大后带着你妈到处玩耍。

生日祝福

致冯嘉贤: 25岁生日快乐!请收下平艳平送来的祝福! 2024年1月21日