

## 中国锦“绣”世界

■ 郑亚丽 黄丽娜

7月初,在2024法国巴黎第一视觉纺织面料展(秋季)上,来自绍兴新昌的达利丝绸展位,被PVH集团、阿玛尼、麦丝玛拉等国际客户踏破了门槛。

一家山区县城的企业,如何入得众多国际一线服装品牌的法眼?“时尚。”公司董事长林平自信答道,他们这次带去的数码提花、丝代尔系列、抗菌系列等丝绸产品,应用了新材料和新技术,代表了时尚界的最新潮流趋势。

你可能想象不到,这家“传统”丝绸企业,也是国家丝绸产品流行趋势研究发布中心。林平指着几件龟背纹设计的中式套装展品说,这两年流行的国潮风,他们几年前就已经在做了。

“越是民族的,越是世界的。”林平告诉记者,他们对时尚的很多灵感,来自传统文化。比如由他们提供面料并设计的2022年冬奥会“鸿运山水”系列颁奖礼服,设计灵感就来自《千里江山图》,将中国传统美学与国粹丝绸和功能纤维完美融合,呈现给全世界。

浙江丝绸产业规模占全国的半壁江山,是名副其实的“丝绸之府”。根植于此,林平更懂得他们作为历史经典产业的含金量。

为了让家乡的设计和国际时尚同频,林平每年都会让公司的设计研发人员去世界各地,感受不同类型的时尚文化。“我们身处瞬息万变的时尚行业,只有员工拥有了审美技艺与全球视野,我们的品位才会提高,产品才能精进。”他说。

多年来,在学习和品悟中,达利丝绸逐步形成了自己的“时尚经”,许多原创设计成为行业的头一份。

前些年,林平带头与浙江理工大学一起,对不同种类的鸟羽毛进行色彩特征的提取,填补了鸟羽色彩特征的真丝织物在国内相关产品上的空白,为丝绸产品设计提供了源源不断的灵感 and 设计素材。他们举办的“一片森林”摄影展,以跨界创新的形式,将自然界的万事万物汇聚到丝绸上,也获得业内外人士的高度评价。

时尚不光是一种美感,也需要工艺创新。过去,提起丝绸,很多人的第一反应是娇贵、易起球,这也造成丝绸与大众的距离感。这些年,达利丝绸专注研究新材料,今天的丝绸与过去早已不可同日而语。

比如可机洗丝绸,对比实验中,产品洗过20次后,颜色依然鲜亮,也没有褶皱和起球现象,而普通丝绸的光泽立马黯淡下来。再如他们的数码提花精准定位印花系列产品,设备拥有12000针和8个喷头,可以让印花工艺更精准、色彩更丰富,打印出来的图案仿佛加上了3D效果。

更让记者惊讶的是,这家来自山区县城的丝绸企业,不光有走向世界的时尚眼光,还有生产时尚产品的硬核底气。

走进达利丝绸生产车间,只见三层楼高的厂房里,几百台织机纵向排开,机械臂上下翻飞,昼夜不歇。这种智能化生产,带来了强烈的冲击感。

对此,林平颇为得意。早在2019年,他们就在纺织行业率先自主研发了智能化无人值守黑灯车间并投入运行。2022年12月,生产车间再次升级,他们研发的5Gn+MES-INA智能丝绸配饰工厂全面投产。在这个新体系下,企业可以实现从设计、织造、裁剪、收发、车缝、整烫、钉标到检验,包装的一体化生产流程无缝对接,生产周期从30天缩短至7天,产能提升了5至10倍。

企业的时尚感持续生长,业绩也在不断攀升——自2019年以来,公司连续五年营收实现两位数增长,2023年营业收入达15亿元,今年有望达到18亿元。

有意思的是,漫步达利丝绸的园区、车间,随处可见身着丝绸服饰的模特海报,这些模特不是外人,正是企业员工。“从某种程度上说,时尚也是一种自信。我们要做的,就是唤起大家对丝绸艺术的喜爱与自信。”林平说。

# 国产手机品牌闪耀全球市场

■ 潘亮 关铜瑶

在全球科技浪潮的推动下,智能手机市场迎来了新一轮的增长高峰。根据Counterpoint Research的报告,今年二季度全球智能手机市场同比增长6%,这一成绩不仅刷新了近三年的纪录,也昭示着市场活力的回归。

其中,国产手机品牌在其中扮演了重要角色,依托新产品发布与技术创新双轮驱动,小米、华为、vivo、OPPO及荣耀等品牌,通过针对性产品布局与深耕特定市场,显著提升了全球竞争力。其中,小米深耕印度、泰国、新加坡等市场,传音深耕非洲市场,荣耀挺进欧洲和南美市场。

### 国产手机品牌份额增长

随着全球智能手机市场的强劲复苏,今年第二季度见证了一个前所未有的增长势头——同比增长6%,这不仅近三年的新高,也象征着市场从近年的低迷期中破茧而出。在这场全球性的复苏浪潮中,国产手机品牌以破浪者的姿态,展现出了令人瞩目的增长速度和市场影响力。

数据显示,三星以20%的份额稳居全球智能手机市场榜首,苹果以16%的份额紧随其后,其品牌忠诚度和生态系统助力稳固市场地位。小米以14%的份额位列第三,季度销量增长22%。vivo在中国与印度市场夺冠,OPPO则跻身前五,致力于通过中高端产品提升盈利能力,加速高端化战略步伐,以应对市场挑战,展现强劲竞争力。

值得注意的是,虽然前五大品牌与之前几个季度一致,但是品牌份额均有所下降,主要受华为、荣耀及传音等中国品牌竞争压力。BCI数据显示,华为今年第二季度国内激活量近千万,同比增长42.53%,份额达14.93%。荣耀折叠屏份额猛增,从一年前3%升至今年12%,位列全球第三。国产手机品牌不仅份额增长,更在全球市场提升影响力和竞争力,以高性价比、创新技术和优质体验赢得全球消



费者认可,从亚洲到拉美,遍布全球。

“目前,智能手机市场竞争激烈,涵盖品牌塑造、产品创新发布及市场策略。小米、OPPO、vivo等品牌通过细分市场和强化特色吸引消费者。”中关村信息消费联盟理事长项立刚表示,暑期促销季,各品牌竞相推出优惠活动及新品。vivo发布iQOO Neo9S Pro+吸引年轻人,荣耀Magic V3折叠屏旗舰热售,小米MIX Fold 4与MIX Flip再次圈粉,市场活力满满,国产新品迭出崛起,为消费者提供更多选择。

### 新产品新技术齐发力

在全球市场上取得市场份额的突破,各手机厂商的新产品和新技术是其突围的关键。小米通过Redmi 13和Note 13系列的流行,加上更精简的产品组合和更强的高端推动,帮助其在第二季度净增长了约2%的市场份额。小米还通过在印度、泰国、新加坡等市场的深耕,成功提升了其在全球市场的竞争力。小米的产品策略和市场拓展,使其在全球市场中占据了更加有利的竞争地位。

华为的Pura 70系列凭借设计和影像能力成为市场热门话题,销量迅速突破200万台。vivo X100系列、OPPO Find X7系列、荣耀Magic6系列等国产旗舰产品,针对不同市

场和消费者需求,展现了品牌的全球视野。传音则通过NOTE 30系列搭载的基于OpenAI的ChatGPT手机语音助手,引领非洲市场智能手机的转型。

此外,各大国产手机品牌通过战略布局在全球市场上展现了其品牌影响力。荣耀通过“欧洲元年”的战略,成功打入欧洲市场。根据Counterpoint Research公布的报告,今年第一季度欧洲智能手机出货量同比增长10%,荣耀凭借4%的市场份额挺进前五,并且高达67%的增幅也是前五大品牌中最高的一家。荣耀在拉美市场也首次跻身前五大品牌,增幅更是达到惊人的293%。

传音深耕非洲市场,稳坐“非洲手机之王”宝座,同时在拉美与中东市场实现新突破。摩托罗拉则在折叠屏领域崭露头角,今年一季度,摩托罗拉折叠屏手机全球增长迅猛,于北美市场首次超越三星,登顶出货量榜首,增长率高达143%。在欧洲、南美及非洲,摩托罗拉亦紧追三星,稳居次席,展现出强劲的竞争力和市场潜力。

### 生成式AI带来新变革

全球智能手机市场持续繁荣,生成式AI功能备受青睐。Canalys预测,至2024年,AI

手机将占全球出货量的16%,并预计2028年飙升至54%。市场正迈向高端化竞争,份额加速向头部品牌集中,竞争愈发激烈。中国联合国采购促进会副秘书长宋嘉指出,AI与卫星通信等新技术不仅是国产手机的新机遇,更是其在未来竞争中脱颖而出的关键所在。

因此,面对生成式AI带来的变革,国产手机品牌必须加大研发力度,以保持技术领先。在2024华为开发者大会上,华为常务董事、终端BG董事长、智能汽车解决方案BU董事长余承东指出,HarmonyOS Next是华为首个聚焦于生成式AI的操作系统,将带来AIGC图像生成、AIGC声音修复、AI图像识别等体验;OPPO计划今年在其全系列智能手机产品线中提供生成式AI功能,预计今年年底将覆盖全球约5000万用户;传音则基于OpenAI的ChatGPT打造新的手机语音助手,并正式搭载到旗下NOTE 30系列上。

“全球智能手机市场面临新挑战,品牌需全球布局,与本土企业合作,精准把握消费者需求。”Counterpoint Research相关高级分析师预测市场将受换机周期驱动,稳健增长,强调国产品牌需深化高端化与创新。其中,AI技术尤受瞩目,推动市场乐观情绪。在AI创新与市场需求复苏双重作用下,国产厂商需加速产品升级,积极向海外市场拓展,力求在全球竞争中占据有利地位。

下半年,手机市场将迎来AI化新浪潮,2024年被视为AI手机元年,这一趋势已获广泛认同。主流国产手机厂商及产业链正积极备战,力求在创新与差异化上取得突破,灵活应对市场变化,并提升品牌价值。项立刚强调:“国产手机品牌的崛起,不仅是全球智能手机市场格局的重塑,更是中国经济实力与创新能力的展现。”在全球舞台,国产手机凭借独特的创新力和市场策略,正逐步扩大市场份额,赢得消费者青睐。展望未来,随着技术迭代与市场环境的演变,国产手机品牌有望在全球市场实现更大飞跃,成为智能手机领域不可或缺的重要力量。

# 巨一科技:用中国装备造世界车



■ 吴慧珊

炎炎盛夏,巨一科技股份有限公司的生产车间内,行车吊起汽车制造自动化装备零部件缓缓移动,这些装备后续将运往汽车制造厂用来生产新能源汽车。

“过去,汽车制造自动化装备投入大、投资回报周期长,当时的高校、研究院所没有经济实力开展长期研究,企业也不愿意冒风险。”巨一科技董事长林巨广回忆道。

曾经有一段时期,中国汽车产业依赖合资,汽车制造生产线依赖进口。在新一轮科技革命和产业变革推动下,中国汽车工业“换道赛车”,以巨一科技为代表的中国新能源汽车装备制造企业探索产业之路,持续突破汽车制造生产线受制于人的状况,为中国汽车工业提供系统解决方案,同时提供电驱产品

的研发、生产与全生命周期服务,赋能汽车产业深刻变革。

林巨广说,支撑巨一科技攻克汽车制造自动化装备国产化难关的根本动力是科技创新。过去近20年,巨一科技秉持创新就是生命的宗旨,坚持创新驱动发展,用中国装备造出了中国车。

把准创新的脉,创新领先半步。“应用研究不见得要多尖端,领先半步,依托自身在生产、经营过程中的自主研发,结合市场需求,能更快投产也可以更精准地解决客户痛点难点问题。”林巨广说。2023年,公司研发投入3.25亿元,同比增长34.47%,源源不断的研发投入持续激活创新动力。

巨一科技技术总监王健强坦言,巨一科技是产学研合作的结晶,研发人员无论从哪个国家来、拥有什么学历,上岗前必须下车间

工作至少6个月,了解车间的工艺装备和生产流程,才能研发出符合市场需求的产品。目前,公司拥有员工近4000人,形成了一支以中青年为主的高素质国际化人才团队。

组建“自动化装备技术国家地方联合工程研究中心”;与多家高校、科研院所在前沿技术领域开展产学研合作;积累新能源汽车电驱动力系统解决方案技术……巨一科技董事会秘书王淑旺说,巨一科技坚持将技术创新作为提升企业核心竞争力的重要举措,持续为企业长远发展积蓄新动能。

走进巨一科技5G+智造数字孪生创新中心,戴上VR设备,生产车间里设备运行的状况一览无余。

“数字孪生平台通过工厂现场的数据采集,在线上打造一个数字化工厂模型,为客户提供设备搭建和远程运维解决方案,使设备交付周期缩短30%,生产效率提高30%。”巨一科技5G+智造数字孪生创新中心负责人梁端告诉记者,公司运用互联网+、云平台、物联网等技术,将信息技术与制造业深度融合,为新能源汽车智能制造和数字化工厂提供系统性解决方案。

在越南海防市的VinFast新能源汽车三合一电驱自动化工厂生产线上,巨一科技的员工刘飞正在测试生产线上的一个自动化工位。只见机器人在生产线上不停歇作业,检测报告显示制造出的产品质量稳定,可靠性强。

顺应全球化浪潮,中国新能源汽车正积极开拓海外市场。作为供应链企业的巨一科技凭借电驱系统和汽车装备制造“双轮驱

动”优势,积极参与到全球新能源汽车产业转型升级发展的浪潮中。

先进装备支撑特斯拉、大众等国际客户生产基地的新车交付和产能提升;产品和服务走进本田等国际知名车企;子公司在英国、德国、美国、日本相继成立,智能装备和零部件产品出口至全球多个国家和地区……

扬帆“出海”,巨一科技“用中国装备造世界车”的愿景正在照进现实。

## 生日祝福



在奔赴未来的路上,愿凭我们与生俱来的自信跟勇气共赴人生路。岁岁欢喜平安喜乐。祝每一年的农历6月23日也就是今天~生日快乐!我的许先生!

唐丹妮

公益广告

文明用餐  
勤俭节约

一粥一饭  
当思来之不易