



# 长虹“黑科技”产品展会上吸睛

四川经济日报(记者 张宇)日前,四川省消费品精品展正在火热进行中,作为中国家电和智慧家庭解决方案代表企业,长虹集团携众多“黑科技”产品精彩亮相,现场呈现了其在人工智能、物联网、大数据等领域的成果。

记者在位于绵阳馆的长虹展区看到,不少参展嘉宾和市民现场体验了基于全空间语音交互等人工智能技术的智慧家庭。据介绍,

目前,长虹电视、冰箱、空调、洗衣机、空气净化器等智能设备可实现家庭全空间内实时交互、实时响应。通过IoT整合全屋智能家电,长虹还实现了长虹电视对小米、京东平台物联网设备的控制。同时,长虹还利用终端整合能力,实现不同平台、不同品牌设备的物联网联动,为用户输出一体化的智慧家庭物联网解决方案。

现场,长虹展区相关负责人详细介绍了长

虹首款实现5G通信的8K电视。“这款电视具有高速度、大容量、低时延三大特性优势。”该负责人表示,在5G网络下,电视端可以远程播放3D超高清视频,传输8K视频流,甚至实现赛场环境实时传输,同时还可以电视为中心连接家庭物联网智能设备,为用户带来AIOT极致体验。数据显示,自今年4月22日长虹8K电视上市以来,全网零售量在整个8K电视领域占比达91.83%。

除了智慧家庭系列,长虹还展示了其智慧教育解决方案。据了解,长虹教育基于AIOT技术应用,打造了基于智慧教学、智慧管理、智慧环境和智慧服务的云上智慧校园解决方案。利用互联网按照教学进度推送,长虹通过网络学校、网络课程等形式,系统性、全方位地推动优质教育资源在区域或全国范围内共享实现“三个课堂”,满足师生对个性化发展和高质量教育的需求。

## 内江 产业链上下游企业齐聚一堂

四川经济日报(记者 毛春燕 李弘)“健胃清肠、消肿解毒,多吃无花果好处多哟!”11月27日,在四川省消费品精品展内江馆,威远县金四方果业有限公司销售经理刘润向记者介绍道。

“吃了无花果干,无花果酵素怎么能少!”在金四方果业展位旁边是四川久润泰科技有限公司展位。四川久润泰科技有限公司董事长刘国玖也没闲着,当起了“店小二”,为过往的客商送上一瓶“无花果酵素”。

两家公司都是来自“中国无花果之乡”内江市威远县的企业。威远县金四方果业有限公司是一家专门从事无花果、柠檬及樱桃种植与加工的专业公司,而四川久润泰科技有限公司专注于无花果的研发和精深

加工。

威远县无花果种植历史悠久,种植面积超过5万亩,集中连片种植规模全国排名第一,年产量5.2万吨,获得“中国无花果产业名县”称号。针对鲜果储存难、运输难等问题,该县大力开展深度研发加工,提升产品附加值,推动无花果全产业链发展。目前,无花果鲜果销售只占20%,其余80%的销路依靠加工企业,2019年实现无花果产品产值6.8亿元。

从威远到成都,两天来,两家企业在省消费品精品展上都取得了不错的销售成绩。刘国玖表示:“这个展会很有特色,聚集了大量的四川好货,不管是对生产商还是渠道商,都节省了大量时间和精力。”

## 阿坝 特色牦牛制品卖得欢

四川经济日报(记者 庄媛)11月27日,四川省消费品精品展进入第二天。位于6号馆的阿坝州展馆里,红原牦牛奶粉、生态牦牛肉干成了市民逛展光顾最多的商品。

一大早,成都市民王先生就来到展馆询问有没有红原牦牛奶粉卖。当看到在展馆中间奶制品展台上摆放的红原牦牛奶粉时,王先生立马向商家代表询问了价格,得知展销价格比网上价格还要低时,王先生高兴得笑起来:“我这趟没白跑,买一件可以节约二三百块。”原来,王先生的家人所在医院在抗击新冠肺炎疫情期间,收到阿坝州红原牦牛奶粉厂捐赠的慰问品——红原牦牛奶粉,王先生一家在吃过以后觉得口感、营养成分都不错,所以决定再买些来吃。

据红原牦牛奶粉厂的销售人员介绍,当天他们的牦牛奶粉卖了好几件,销售额5000余元,500克装的便携式包装款已经售罄。

除了牦牛奶粉和牦牛酸奶,这次展会上,阿坝州各县的牦牛肉干销售情况也不错。卖冰山牦牛肉干的小伙子翻了一下手机里的收账记录说:“今天我已经卖了4000多元钱了。”和冰山牦牛肉干邻桌的牦公子牦牛肉,当天也有2000多元入账。

近年来,阿坝州大力发展绿色生态产业。目前有草场面积6782.9万亩,牦牛存栏数228万头,2019年出栏牦牛60万头,奶产量14万吨,在发展产业的同时也带动了当地群众脱贫致富。

## 巴中 把香肠“端上”成都餐桌

四川经济日报(记者 廖振杰)“快尝尝,不要钱,包您满意。”在四川省消费品精品展开展次日,来自巴中的朱兆兰在展会现场将一根根香肠煮好、切成小块,邀请路过的客人们品尝。

朱兆兰是巴中市平昌县朱氏食品有限公司的总经理,总经理亲自操刀切肉,吸引了不少客人驻足品尝。其产品肉质优良,味道鲜美,客人们纷纷竖起大拇指。

“我已经记不得切了多少香肠了,昨天一天就卖了1万元。”朱兆兰告诉记者,一万元虽然算不得什么大钱,却意味着通过一天的参展,已经使成都不少人知道了朱

氏食品公司。

“这次展会规模大、客人多,对我们很有帮助。我们非常看重展会的力量,好的展会总会在企业发展的历程中发挥重要作用,像四川省消费品精品展这样专业、大型的展会是不容错过的。”当问及此次参展感受时,朱兆兰不假思索地答道。

“目前,我们和成都乐多多超市达成了初步意向,合作确定后,我们生产的肉类产品就可以通过这家超市进入成都市场,这也是我们此行的一大收获。”朱兆兰说,进军成都市场是她期盼已久的事,而这件事已经近在眼前了。

## 眉山 雅妹子生态食品受消费者追捧

四川经济日报(记者 常坚)11月26日,四川省消费品精品展在成都世纪国际会展中心开幕。900平方米的眉山展会现场,记者发现来自眉山市洪雅县的雅妹子生态食品受到了消费者的追捧。

据悉,该公司是一家专业从事种植、养殖、屠宰、生产、加工、销售风酱腌腊肉制品系列为主的民营企业。公司销售总经理邓建珍告诉记者,该公司产品的

特点是生态、绿色、有机,公司的宗旨是传承青羌美食文化。

记者在现场看到,一片片薄如蝉翼、清爽透亮的腊肉,入口即化,满嘴留香。邓建珍说,截至当天下午5点,谈成意向合作经销商2家,意向采购商3家,订单团购3万,现场销售绿色有机系列产品5000元左右,公司线上销售1万元左右。

## 什邡 10家企业拿出当家产品

四川经济日报(记者 闫新宇 刘蓉)正在火热举行的四川省消费品精品展上,什邡携长城雪茄、蓝剑饮品、群康食品等10家企业重磅亮相,什邡的优质产品引起了不少市民和客商关注。

展会现场,什邡群康食品带来的火锅川粉吸引了不少市民驻足,人们在了解、品尝后,纷纷现场下单。

“此次我们带来免煮苦荞面、蕨根粉丝、火锅川粉等30多个产品,其中新品有方便荞麦面、方便蕨根粉丝、自热蕨根粉丝三大类。现场采用厂家直销方式,让消费者与厂家直接对接,拿到批发价格,并通过线上渠道推广到消费者终端。”什邡群康食品有限责任公司办公室主任邹海伊介绍说,希望通过展会对接到更加优质的经销商,让更多消费者能够品尝到公司的产品。

作为什邡唯一参展的服饰企业,少成服饰总经理尹晓冬介绍说,公司主要针对不同学校文化和区域文化,设计和生产符合客户需要的校服。此次由于场地有限,带了日常校服系列和新品冲锋衣校服参展。“希望可以借此机会宣传校服校园文化,提升企业美誉度和知名度。”

据介绍,什邡致力于做优做强消费品工业,已建成优质粮油、饮用水等优势品牌和生产基地,形成了一批国内知名的消费品品牌,相继荣获“中国果菜无公害十强县”“全国食用菌优秀基地县”“中国美食百佳县市”“中国西部百强县市”等称号,2020中国县域潮流消费百强榜排名84。

## 安岳 鞋企赢得40余个订单

四川经济日报(记者 汤斌)“您的脚只适合穿34.5码,稍微大一点的鞋穿起来就不舒服了!”四川省消费品精品展开展以来,安岳力铭鞋业有限公司展位前来参观的消费者络绎不绝。该公司技术人员一边为客户现场测量相关数据,一边介绍着产品的特点。为消费者现场测量

“我们公司的生产基地位于资阳市安岳国际鞋都,占地面积4000平方米,年产量约50万双,是一家集研

发、设计、生产、定制、销售于一体的综合性制鞋企业。公司产品定位于高端、舒适、环保、健康定制,拟打造中国高端女鞋定制第一品牌。”该技术人员介绍道。

“展会开幕以来,我们已经收到了40余个订单。通过此次参展,不仅展示了我们的产品,还进一步提升了我们企业的知名度和品牌形象,希望今后能够有更多这样的展会,帮助企业拓展市场。”力铭鞋业有限公司相关负责人说。

## 展会掠影

### 五粮液集团

## 匠心传承成就中国品牌

四川经济日报(记者 杨波 侯云春)11月26日,中国浓香型白酒的典型代表五粮液参加四川省消费品精品展,以一个高端、时尚、国际化的展馆,展示了501五粮液、第八代五粮液、经典五粮液等多个产品,并充分利用现代科技手段,向消费者生动讲述五粮液匠心传承成就中国品牌的卓越故事。

消费品精品展是四川省首个以“四川造”消费品为主题的专业展会,来自全省21个市(州)的2000余种消费品品类、上万种产品参展。作为中国白酒行业龙头企业,五粮液展会上充分展示了企业高端品牌形象和追求极致的传统酿酒技艺。

五粮液展馆精心设置了非遗酿造技艺互动区,通过屏幕和模型展示,生动还原五粮液七大经典酿酒场景,

让消费者近距离观看五粮液酿造过程,感受五粮液的极致品质和工匠精神。

现场,五粮液新推出的经典五粮液引来众多消费者围观。这瓶诞生于上个世纪60年代的“鼓型瓶”五粮液,穿越时空,从历史走来,经典的瓶型唤醒了前来逛展的美好记忆。不少人纷纷拿出相机拍摄,把五粮液的经典样子分享给朋友。

除了经典五粮液、第八代五粮液等极具代表的五粮液精品,五粮春、五粮醇、五粮头特曲、尖庄等五粮液浓香系列酒产品,仙林鲜梅果酒、蜜桃味露酒、冰爆露酒等时尚果酒产品悉数亮相,全方位展示五粮液作为“四川造”的优质产品魅力和满足消费者多元化、个性化需求的消费品精品新形象,吸引了大量消费者驻足观看、品尝、购买。

### 泸州老窖

## “高光”新品首次亮相展会

四川经济日报(记者 何羽佳)“哇,泸州老窖这款酒我以前没见过!”“这个柚子怎么卖啊?闻着就很香。”……正在举行的四川省消费品精品展上,泸州酿、泸州味、泸州造吸引了众多观展者前来咨询购买。

走进以“美好生活·泸州造”为主题的泸州馆,只见500平方米的展区里百余种展品琳琅满目。有泸州特色的肥儿粉、纳溪区的“护国蜜柚”等,还有毕六福伞业也携非物质文化遗产分水油纸伞惊艳亮相。

泸州老窖展位十分引人注目,一走进去,醇香的酒味就扑面而来。“本次参展,我们从产品矩阵出发,主要围绕泸州老窖旗下国窖系、泸州老窖系、高光系

及茗酿系产品,诉说泸州老窖的品牌历史、发展历程、酿造工艺、品牌特性等,向消费者展示绿色、有机、健康的产品理念。”泸州老窖股份有限公司常务副总经理王洪波告诉记者,此次参展的“高光系”白酒是首次亮相展会,作为10月才推出的全新战略单品,定位为高端光瓶酒,简称“高光”。

近年来,泸州大力实施“三品”专项行动,通过走特色化、差异化、区域化发展道路,全力打造立足四川、面向全国的消费精品工业先进制造基地。下一步,泸州将以实施“三品”战略为抓手,加快发展白酒产业和电子信息产业这两大核心引擎产业。

### 天虎云商

## 智慧无人超市助力川货卖向全国

四川经济日报(记者 李洋)近日,在四川省消费品精品展6号馆的角落,一群参观的市民被一家“智慧无人超市”吸引。

市民刘先生半信半疑地用手机微信对着智慧无人超市的门口扫了一下二维码,“咣”一声,超市门自动打开。他挑了一罐郫县豆瓣,在自助购物机上付款后成功购买。同时,超市的门也随之打开,刘先生笑眯眯地说:“购买方便,价格也很平价。”

“这是天虎云商智慧无人超市,是我们自主研发的无人值守的售卖平台,依托中国电信云网业务,向合作商提供商品自助售卖服务。”天虎云商运营部负责人王雯介绍说。

南充的张飞牛肉,眉山的芝麻糕、大凉山的盐源

苹果……记者看到,无人超市里的商品全是“四川造”。对此,据王雯介绍,天虎云商智慧无人超市落地四川后,会有针对性地销售四川本土的优质特色产品,也会有选择性地在全国各地的无人超市内精选口碑优良的川货进行销售。

“无人超市里的商品都是平价,我们这次参展还做了优惠活动。”王雯说,目前,这样的智慧无人超市已经在成都落地2000余家,目标客户是在郊区和园区内工作的上班族,还入驻了部分社区,所以商品价格也会做到“亲民”。

小小一间“无人超市”,一头连着全国千家万户的百姓,一头连着四川千千万万的优质企业,将助力“四川造”好产品抵达更多消费者的家中。

### 京东生鲜

## 农特产品发展部向川企抛出“橄榄枝”

四川经济日报(记者 李霖玥)“本次四川省消费品精品展的线上展馆备受关注,京东生鲜农特产品发展部有意向和达州企业对接,为达州企业提供更广阔的销售平台。”达州市经济和信息化局相关负责人告诉记者,这一好消息已通知了当地企业,并获得积极反响。

“包括达州企业在内,目前已有近百家四川企业

提交了入驻京东特产馆的申请。”京东生鲜农特产品发展部政企合作商务经理孟欣告诉记者,京东生鲜农特产品发展部旗下的京东特产馆将发挥全国1800余家特产馆的优势,打通四川供应商和特产馆线上店铺的桥梁,利用已开馆商家推动四川特色产品上行销售。同时,针对四川省有意向加入京东线上特产馆的企业,开通绿色通道,加快四川区域特产馆的入驻。

### 苏宁易购

## “因企施策”帮助川企“走出去”

四川经济日报(记者 廖振杰)“已经有十余个参展商代表主动找我交流,表达了与苏宁平台的合作意向。”11月27日,四川省消费品精品展次日,苏宁易购参展代表张翔收获颇丰。

“这个展会很有特色,聚集了大量的四川好货,品种齐全,不管是对生产商还是渠道商,都节省了很多时间和精力。”张翔告诉记者。

“帮助四川将好东西推出去,一直是苏宁在做的

事。”据张翔介绍,苏宁作为一个线上线下都具备一定能力的平台,在推销川货的过程中将“因企施策”。“对于目前已经比较成熟的大型企业,例如四川酒企,我们将更重视用线上的方式为之推广,而对于一些规模尚小、还不具备完善线下销售渠道的企业,我们将更重视其线下渠道的推广销售。我们希望通过苏宁的平台优势,形成一个‘川品崛起’的概念,帮助四川企业走向全国。”

### 南江黄羊

## 寻商机拓销路展会现场收获多

四川经济日报(记者 廖振杰)“我们这次到展会来,是为了找到更多的特产经销商。”在四川省消费品精品展次日,四川德健南江黄羊有限责任公司参展代表胡天明高兴地告诉记者,新销路已经找到了。

胡天明说,南江黄羊是巴中市的代表农产品之一,然而由于一些原因,在销售端存在一定困难。“成本高,产品价格降不了,没有形成购买习惯的消费者不太买账,我们曾经也尝试着进大型超市,后来主动

退出了。”胡天明谈到,对于他们这种企业而言,最重要的是尽量打开国内的特产销售渠道,如景区特产店、机场特产店等。

“幸运的是,通过这次活动,我们已经顺利与四川航空股份有限公司正式达成合作,今后将为其供应南江黄羊相关产品。这对我们来说具有重要意义,感谢主办方的牵线搭桥,祝展会一切顺利。”胡天明如是说。



# 共享大市场

# 共促大循环