

成为国家体育馆官方独家卫浴供应商

# 箭牌助力国家体育馆智慧升级



在2022年冬奥会即将迎来倒计时100天之际,10月18日,“冰雪赛场 智慧箭造——ARROW&国家体育馆合作发布会”在国家体育馆举办。中国建筑卫生陶瓷协会秘书长官卫、中国家用电器协会副理事长朱军、国家体育馆有限责任公司总经理王越、冬奥冠军李坚柔、北京乐华骏成建材有限公司总经理许宏泉、业之峰集团供应链管理中心总监张琨、箭牌家居集团副总经理卢金辉、箭牌卫浴大客户事业部总经理孟义等嘉宾出席了此次发布会,一同见证智慧家居领军品牌箭牌与国家体育馆冬奥比赛场馆的智慧联合。



本次发布会现场采用最新仿真雪材料打造成沉浸式冰雪世界,象征着冰雪运动的魅力。会上首次公开展示了由ARROW箭牌为国家体育馆打造部分智慧卫浴空间,再度刷新冬奥场馆的智慧进化之路。2014年索契冬奥会短道速滑女子500米冠军李坚柔亲临发布会现场,这位有着“超级三冠王冰雪魔王”称号的世界冠军,在发布会上正式成为箭牌家居最新产品体验官,以冠军的品质与箭牌家居畅享冬奥场馆卫浴空间智慧升级新思路。

发布会上,ARROW箭牌通过酒店、学校、住宅、政府、公共设施等工程项目,展现其工程实力,以多样性家居品类及优质的服务体系为世界打造更多的名片

工程,重磅推出智慧系列产品,包含X5灵活智能坐便器、天空之境系列定制卫浴空间等箭牌最新智慧产品,为期盼北京冬奥的全民热潮再添活力,更为支持中国体育事业发展贡献中国力量。

对于这座冬奥场馆的改造,国家体育馆有限责任公司总经理王越在致辞中表示,从夏奥场馆改造成为冬奥场馆,同时要兼顾冬奥需求,面对的改造考题并不简单。加快推进智慧场馆建设,融合应用5G、物联网、云计算、人工智能等前沿数字科技,全面提升场馆的数字化、信息化、数据化、智能化、智慧化能力与水平。正是在这样的诉求下,一直将“生活智慧”作为品牌理念的ARROW箭牌,成功与国家体育馆达成合作,成为国家体育馆官方独家供应商。

## 箭牌赋能冰雪冬奥

如何打造国家体育馆的智慧卫浴空间?

箭牌立足中国品牌科技和创新能力,助力国家体育馆打造更人性、更舒适、更智能的智慧卫浴空间。箭牌家居集团副总经理卢金辉表示,在“3亿人上冰雪运动”的目标实现中,ARROW箭牌坚持人文关怀的价值观,注重体育、文化和科技的整合创新,打造了“智慧+健康+舒适”多元化卫浴场景,发挥公共卫生空间建设的优势,助力场馆建设。在未来,ARROW箭牌将继续以中国智造的担当与决心,向世界展现中国智造的力量,以前瞻性布局稳步实现全球化战略,让全世界体验并享受一流的智慧家居生活。

在本次国家体育馆卫浴改造项目中,ARROW箭牌进行了部分公共区域、大家庭、包厢、无障碍卫生间的定制化升级改造,通过领先的智能马桶、多功能浴室镜、免触感应龙头等众多高品质产品,根据不同的使用场景提供针对性的解决

方案。本次采用的智能马桶产品,搭载了箭牌自主研发的第七代智能芯片,前沿的智慧体验,将充分展现大国品牌的自信与魅力。

## 智慧科技为“中国智造”发声

借助冬奥场馆的展示平台,ARROW箭牌以创新科技携手人文体育为中国智造代言。据悉,这不是ARROW箭牌首次承接国际性政府工程项目,早在2015年米兰世博会和2020年迪拜世博会上,ARROW箭牌连续两届入驻中国馆,成为官方指定陶瓷洁具供应商。就在2021年,箭牌家居也完成了广州白云国际机场的智慧升级工程,为国际卫生领域提供了智慧物联卫生空间防疫新方案。

在分享优秀工程案例的过程中,箭牌卫浴大客户事业部总经理孟义表示:在智慧之光的引领下,箭牌将继续以创新力量打造具有国际竞争力和影响力的综合性大家居品牌;以实际行动用智慧科技解决国民公共卫生健康,为全球打造优质宜居环境、为国家与城市打造智慧公共卫生空间,通过提供更优质更具价值的家居装饰材料,助推地产、公共健康等相关产业的发展。

这一路的硕果累累,无不见证了ARROW箭牌用实际行动让中国品牌走出国门,走向世界的伟大历程。荣光的背后是科技掌握手中的源头,是不待扬鞭自奋蹄的科技创新勇气。据悉,ARROW箭牌拥有8大检测中心、1个国家级CNAS认证的实验室,设有1个体验研究中心;掌握大数据健康管理、抗菌材料研发、国家节水标准制定、等尖端技术,截止目前,箭牌家居获授权专利约1000项,通过自主研发不断突破关键技术难题,围绕“智能化”“定制化”进行产品布局,打造“智能家居生态链”,一点点累积编织理想中的未来家居空间蓝图。

## 箭牌智慧系列新品发布

本次发布的智慧系列产品,以包容性和开放性的国际视野,通过技术、材质、设计的创新解决产品的健康化、智能化和环保化,让智慧科技带来更高的舒适健康体验。

箭牌家居集团董事、副总经理谢涛表示:“箭牌本次进驻国家体育馆,是一次双向的智慧选择。对于箭牌来说,参与国家体育事业建设,助力全民迎接运动赛事,是作为中国企业的责任和荣耀。”这次ARROW箭牌能够接受挑战的底气来源于深耕行业多年积累下的“内力”——全国范围内成熟的销售、服务和供应链体系

为高效配合场馆改造打下了坚实基础,而优秀的产品力是箭牌能够完成挑战的硬实力。

现场,箭牌重磅发布了国家体育馆卫浴改造项目使用的智慧系列新品,涵盖定制卫浴空间、智能坐便器系列新品,其中箭牌X5灵活智能坐便器搭载了“抗菌蓝光釉”自洁抗菌技术,并拥有“智能屏显、自动翻盖、感应出水等多项智能黑科技;箭牌X6狮子座智能坐便器凭借优于1级的能效指标,获得由国家工业和信息化部颁发的智能坐便器“能效之星”称号。据悉,在行业智能坐便器所有申报产品中,仅箭牌家居X6狮子座智能坐便器入选;此外,天空之境系列定制卫浴空间集高颜值与齐功能于一体,生活智慧,一键拥有,科学的收纳,有效将功能分区,把用户的生活轨迹全方位“纳”入定制卫浴空间,而搭载的第三代环保镜智能镜,拥有无边流光设计、感应开关、三色调光、除雾等创新功能。

## 中国品牌支持体育事业从“大”到“强”

做大做强是新时代中国体育事业的定位和使命。这个“强”不仅体现在办越来越高等级的赛事,更体现在中国能为世界顶级赛事越来越强大的支持。ARROW箭牌以中国企业的责任感支持中国体育事业,通过助力国家体育馆的卫浴设施的智慧进化,让世界看见中国智造。

活动现场,箭牌携手最新的产品体验官冬奥冠军李坚柔,以冠军的敏锐和洞察对产品进行严格把关,在经过充分体验后给出了好品质的冠军认证。现场,李坚柔与箭牌展开的深度对话牵动人心,当回忆起2014年的冬奥会时,李坚柔坦言:“运动员在赛场上是一样的,认定了就只有这一个念头,就是全力以赴,但是每次听到大家能感同身受那种拼搏的热情,都会很感动,我觉得这就是体育竞技本身的魅力所在。”这场别开生面的“冠军教学”,将现场氛围烘托至高潮。李坚柔与现场观众互动还原自己的经典滑行动作,再现奥运赛场上的精彩瞬间,串联起人们对冬奥的殷殷期待。

看到国家体育馆为了迎接冬奥赛事进行了扩建和改造,融入了很多黑科技,李坚柔表示,非常惊喜也很骄傲,说明祖国的场馆建设实力和赛事承办能力都越来越强大,同时有更多像箭牌这样优秀的企业参与场馆的建设,在一定程度上也说明了全民对体育事业的支持程度在逐年提升,全民一起支持中国体育事业从“大”到“强”。 (彭理)

快速发展的良好格局,为乡村振兴、农民增收拓展了产业基础。

后疫情时代,线上消费习惯的普及,驱动休闲食品消费向各年龄层次渗透。消费主力人群将不再局限于年轻人,儿童、老年人都将成为休闲食品重要的消费者。消费人群开始精准化,并不断趋于细分。

以儿童休闲食品为例,三只松鼠、良品铺子、百草味和来伊份等头部品牌已开始面向儿童这一细分市场尝试布局。老年食品市场还是一片蓝海。近年来随着银发经济崛起,针对老年人这一细分人群的休闲食品市场潜力巨大。

## 深耕大健康赛道

# 安利发力个性化营养产业

## 安利深耕大健康赛道

随着“健康中国”上升到国家战略层面,我国人口老龄化、中产阶级数量和人均收入增长,公众认知从“以治病为中心”转向“以健康为中心”等因素影响,居民用于健康服务业的消费比重持续增加,大健康产业在拉动内需、带动新兴行业发展、降低医疗成本、提升居民幸福感和生活质量等方面,达至多赢,带来巨大的社会效益。

面对产业黄金机遇,余放介绍,安利结合“健康中国”战略,和87年来在全球营养保健食品领域深耕的经验,全方位布局大健康赛道。安利的愿景,是要成为由创业者主导的、为消费者提供整体健康解决方案的大健康行业领导者;基于基因组学、大数据和人工智能算法,推动全线产品向个性化、智能化、生活化全面升级。

87年来,从研发到生产,安利围绕大健康产业打造了一条“从种子到成品”的

完整产业链,从筛选种子、选择农场,采收、萃取、生产、包装,每一个环节都做到了可追溯,为消费者提供安全有效的产品。安利在全球27个国家拥有认证有机农场,在100多个国家销售,深受消费者信赖和喜爱。

安利的核心优势不仅是为消费者提供优质的产品,多年来,安利为广大学员开展产品及服务技能培训,培养大批营养健康方面的专业人才。今年,安利联手中国营养学会,已培养上万名经营营养学会认证的“营养健康顾问”。他们打造的线上线下融合的健康生活社群,通过社交媒体分享个人兴趣、秀出健康生活,用陪伴式的方式,与消费者共同学习、互相监督、彼此鼓励,帮助他们掌握科学的营养健康知识,把知识变成行动,把行动养成习惯,建立健康的生活方式。

同时,安利连续十年和中国健康教育中心等权威机构合作,举办“营养中国”

活动,做营养科普,促健康认知,累计覆盖人群过亿;今年还将全国各地的实体店挂牌为“健康促进科普基地”,为公众提供健康公益传播活动的场地。

## 个性化营养产业成大健康行业新风口

现实数据有些扎心。我国成年居民超重及肥胖率超过50%,心血管病患者约3.3亿,青少年高血压患病率已达8.8%。均衡科学的营养,积极必要的营养干预,不仅是人类生命健康的物质基础,也是国际公认减少肥胖、心血管疾病、糖尿病等慢性病和相关风险因素最为有效和节约的方法之一。

看似简单的“应该吃什么来保持健康”的问题,一刀切不适合所有人。个性化营养,是指依据人群不同特征(性别、年龄、民族等)、特殊人群(孕妇、儿童和老人等)的遗传基因、代谢类型和饮食习惯,为其提供最优化的营养组合,达到预防和控制慢性疾病的作用。

本报讯(记者 桂大成)10月17日,泸州老窖1952在上海中心大厦揭开了神秘面纱。

本次泸州老窖1952上市发布会以“时代经典,致敬开创”为主题,代表泸州老窖以1952年开创中国名酒时代的精神价值,以传承697年的浓香型白酒传统酿造技艺,孕育出引领泸州老窖全面复兴的战略品牌——泸州老窖1952。发布会进行了泸州老窖1952产品发售仪式,泸州老窖1952全球震撼首发,以时代经典浓香,致敬名酒开创者。

1952年第一届全国评酒会,四大大名酒的诞生拉开了中国名酒70年的辉煌篇章,开启了品牌时代。泸州老窖1952作为中国名酒代表,为中国酒业品牌时代70年献礼。中国名酒70年不仅意味着名酒企业坚守传统白酒文化,并持续创新发展;也代表中国白酒企业开启新征程,开创中国名酒新时代,迎接中国白酒行业的新发展。



中国酒业协会理事长宋书玉为发布会致辞

会上,中国酒业协会理事长宋书玉表示,今年是“十四五”开局之年,“十四五”是中国名酒引领的新时代,也是国潮涌动、传统回归的新时代,更是人民的美好生活再升级的新时代。承载着中国传统文化,承载着中国传统酿酒技艺,承载着美酒品质不断升级的中国名酒企业,理当更加有所作为。“十四五”期间,中国名酒的发展核心在于产业升级、品质升级、服务升级,在于坚守传统,持续创新。

每辆车75天减少二氧化碳排放5.06吨

# 福田汽车助力北京冬奥绿色减碳

10月5日,“相约北京”系列冬季体育赛事2021年下半年测试赛在北京开始。从10月5日起至12月31日,北京冬奥组委将在北京、延庆、张家口三个赛区的8个竞赛场馆举办10项国际赛事,3个国际训练周和2项国内测试活动。

作为合作伙伴,福田汽车新能源和氢燃料大巴用于运动员和服务人员接驳。据了解,此次福田新能源和氢燃料大巴将服务75天,为冬奥会正式开幕做好准备。

随着全球气候与能源问题日益严重,全球各国围绕碳中和陆续提出了具体规划。2020年,中国对外表示力争在2030年实现碳达峰,2060年实现碳中和,成为全球发展中国家中首个宣布碳中和的大国。

汽车产业作为全球碳排放的重要参与者,对全球减碳起到至关重要的作用。资料显示,汽车在化石能源使用与尾气排放、生产制造用水用电、原材料等使用上对环境与能源产生巨大负担。在这当中,商用车在化石能源使用和排放上占全球汽车碳排放比重达到60%以上,商用车行业减碳刻不容缓。

和乘用车减碳相比,商用车由于载重、出行方式的不同,比乘用车更适合使用前瞻性能源技术。目前,外界广泛认为,汽车产业减碳技术将从化石能源过渡至纯电动,直至实现氢燃料等再生清洁能源。由于商用车出行路线固定,使用场景可控等特点,商用车要快于乘用车实现清洁能源的转换。

从东京奥运会至今,围绕绿色出行展开的一系列布局,成为全球聚焦大型赛事节能环保的重要依据。和夏季奥运会相比,北京冬奥会不仅考验福田电动汽车与氢燃料的环保技术,也从极端气候等因素上对福田汽车新能源和氢燃料产品技术提出了更高要求。

资料显示,此次北京冬奥会场地最低气温可以达到零下20摄氏度,对三电技术有着极高要求,同时对氢燃料电池技术正常运转提出了新的命题。



为了保障此次任务完成,福田汽车在动力电池快速加热技术等三电技术上实现了自有、自研自制,实现低温情况下保障电池充放电能力,同时做到10年30万公里的电驱动总成模块耐用技术,彻底解决极端天气下电动车的使用问题。

同时,福田欧辉氢燃料电池客车实现零排放,发动机产物仅为电/热/水;使用高效便捷动力电池新型热管理系统,共享式电池热管理及整车一体化热管理系统,提高电池启动性能,降低能量消耗的同时实现单车减重35KG;使用世界领先干膜技术燃料电池及氢-电一碰撞多重耦合技术,单次加氢仅需10-15分钟,保障续航里程达400公里以上。

初步估算,由于冬奥会场馆到驻地距离较夏季奥运会较长,同时为保障运动员等车内温度,福田电动大巴与氢燃料大巴预计冬奥会期间每天续航需求平均达到150公里,按照12米传统动力城间客车百公里油耗18升左右计算,一台福田新能源大巴每天减少二氧化碳排放67.5公斤,75天单车减少二氧化碳排放5.06吨,显现出福田商用车对于冬奥会减排的作用。

者定制营养解决方案,进行营养干预。试验结果为个性化营养研究奠定了坚实理论基础。



安利(中国)总裁余放接受采访

以此为基础,安利快速实现技术转化,去年在中国成立了亚洲保健食品研发中心,提速上市更符合中国和亚洲消费者的产品;今年上线的“小安营养师微信小程序”,从个性化营养方案入手,为青少年、孕产妇、上班族、中老年、慢性病等细分人群,聚焦公众最为重视的核心健康问题,例如免疫、肠道、骨骼、抗衰老、减重塑形等,为顾客定制健康方案,包括个性化产品推荐、对应的运动方案、生活方式建议,还有推荐的社群活动,全方位服务消费者健康生活的方方面面。