

# 哈尔斯技术创新研究院发布首批科技新品 杯子会唱歌还会杀菌消毒 你见过吗

记者 徐敏

22日,第二届世界工业设计大会“设计+科技”分论坛召开,哈尔斯技术创新研究院正式启动,并发布了第一批新产品。此举意味着浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司继成为国内首家杯业上市公司和进行国际并购的杯业公司后,第一家有了自己专门技术创新研究院的杯业企业。

据悉,第二届世界工业设计大会“设计+科技”分论坛是一场高校、技术、设计、产业、金融、渠道多方位资源集聚的盛会。各方资源大咖云集,共同围绕新技术、新产品发布、平台签约、设计如何商业化进行探讨与践行,加速推动设计、科技及多方位资源的整合加以综合利用,形成优质的新商品,以商业化方式推向市场,促进科技的社会财富化,发挥出设计、科技的巨大作用,践行设计走在产业的前沿理念。

当日分论坛上正式启动的哈尔斯技术创新研究院由哈尔斯公司、杭州亿智智能科技有限公司、杭州天设科技有限公司、浙江大学计算机辅助产品创新设计工程中心、浙江大学国际设计研究院、设计开放大学合作创办,是一家具有国际视野、开放式的科技创新、全球先进技术应用研究及其成果化的产业技术创新研究院。

记者了解到,哈尔斯技术创新研究院以杯壶产业为支撑,联合浙江大学教授、浙大国际设计研究院副院长应放天为代表的国内外20余位学术专家团队及200多位资深设计师团队,将建立哈尔斯技术创新实验室、新材料与工艺研究应用实验室、软硬件智能工程实验室、趋势性设计研究中心、国际技术合作中心、产品创新设计实施中心,研究院以研发、设计为核心,充分发挥研究院的辐射作用,推动杯壶产业发展,追求社会效益的最大化,努力把研究院建设成为开放式、国际化、高水平的研发机构。

启动仪式上,哈尔斯技术创新研究院还发布了第一批科技与设计结合的产品,比如会唱歌的杯子、会自动杀菌消毒的杯子等。这些新产品,既有科技含量,又饱含设计+,令人耳目一新。

现在的商业竞争是跨界跨领域的竞争,你永远都不知道竞争对手来自哪个行业。我们杯业也要搞跨界,与先进的设计、技术相结合。在哈尔斯公司董事长吕强看来,杯子其实是一个很好的载体,可以与深紫外杀菌、蓝牙音响、充电宝等诸多技术相结合,成就不同品类的产品,满足消费者的不同需求。

事实上,让哈尔斯的杯子成为最有技术含量的产品,技术创新成了哈尔斯公司永恒的主旋律。从超声波清洗机到旋薄机,该公司引进了最先进的生产装备;从轻量杯、引进大健康理念的智能水杯,到获得红点奖的马克杯,该公司及旗下子公司也在不断引领着杯型设计的创新。

对于哈尔斯技术创新研究院的启动,吕强表示非常有必要,也意义重大。该研究院启动后,哈尔斯公司生产的杯壶产品将更好地汇聚“设计+科技”力量,更多地融入高精尖元素,助力企业全面腾飞,引领杯壶产业大发展。



## 众泰 T700 在浙江卫视 奔跑 作为《奔跑吧》节目指定嘉宾座驾 圈粉无数

□记者 徐敏

浙江卫视新一季王牌真人秀节目《奔跑吧》已经开播两周,掀起了一股收视狂潮。而众泰汽车旗下的国民豪华SUV——众泰T700作为《奔跑吧》节目指定嘉宾座驾也随着跑男团奔跑之旅的开启圈粉无数,一度连续登上微博热搜榜,成为国民高度关注的自主品牌豪华SUV新典范。

### 《奔跑吧》深受年轻人喜爱 与众泰 T700 受众定位不谋而合

21日,记者在我市举办春季车展众泰汽车的展位上看到,众泰T700俨然成了现场的“大明星”,不少市民因《奔跑吧》慕名而来,到展会一睹并体验众泰汽车的魅力。

《奔跑吧》开播当日,看到众泰车出现在节目中,很是惊喜,这也是永康的骄傲。这次逛车展,就是专门为了看众泰T700来的,这车很大气,乘坐舒适度也很不错。鹿晗录制节目途中在车里睡得那么香呢。正在众泰汽车展位体验车辆乘坐舒适感的市民马先生笑呵呵地说。

马先生提到的鹿晗睡觉,来自邓超20日发布的一条新浪微博,微博配图捕捉到的是鹿晗在跑男录制中,利用转场时间在T700车里安然入睡的情景。结果,短短

三天时间,该微博点赞量快速突破57万,留言和转发量分别超过两万条,其中不乏对T700的溢美之言。

记者了解到,众泰T700是一款高颜值、高智能的实力派车型。武生造型设计的外观,赋予了整车更多动感和力量,是现代工业设计美学的新典范。在车体配置上,T700集高端技术于一身,其车身采用多达18处,32个隔音膨胀胶块,有效隔断空气声通过空腔传播途径,增加了车身隔音效果,是目前同级车型中唯一使用电动吸合门、电动伸缩踏板、双液晶显示超大屏、旋钮换挡、智能语音控制等智能科技配置的超性价比豪华SUV。

从去年上市至今,T700以充沛的驾驶动力、时尚的动感外观和

智能配置,深受国内爱运动、爱时尚年轻一族的青睐,赢得了市场和口碑的双赢。

根据对T700受众的定位,其受众年龄主要集中在25岁至35岁。而《奔跑吧》作为浙江卫视最受年轻人喜爱的真人秀节目,节目中跑男团阳光、激情、活力的形象以及所传递的青春、正能量以及团队挑战与协作,与众泰T700从优秀到卓越行胜于言的内涵和姿态不谋而合。众泰汽车品牌管理中心负责人徐洪飞介绍。

从明星座驾,到与消费者零距离接触,众泰T700的亲民形象进一步拉近了与消费者、粉丝团的距离,彰显出大国品牌众泰汽车匠心之作的魅力。

### 开启品牌营销全新起点 将口碑+体验式模式推向高峰

如今,一场中国制造的“品质革命”已展开。作为国内汽车市场的后起之秀,众泰汽车一直将“造老百姓需求的好车”作为造车使命。

对于众泰汽车来说,今年更是开启“服务智能”的发展元年,致力打造高智能、高体系、高质量、高标准的世界知名品牌。

搭乘新时代发展快车,众泰汽车通过持续质量创新和智能制造升级,以坚韧不拔、精雕细琢、精益求精的匠心精神,贯穿产品研发、制造、营销各环节,匠心打造高质量产品,成就智能化高品质汽车,并寄希望通过更有力的推

广,开启品牌营销的全新起点,展现品牌实力。

值得一提的是,进入战略3.0以来,众泰汽车不仅在新产品上实现了年轻化、智能化的华丽蜕变,在营销方面也全面步入3.0时代,以更加契合时代潮流的娱乐营销和体验式营销为主线,全面树立了新品牌、新形象、新传播、新口碑的“四新”魅力,不断提升品牌竞争力和影响力。众泰T700成为《奔跑吧》节目官方指定用车,可以说是众泰汽车营销3.0的又一次延续与升级,也开辟了众泰在跨界营销的新典范,将“口碑+体验式”营销模

式推向更高峰。

日前,众泰汽车发布2017年年度业绩报告,众泰汽车去年实现生产运动型多用途乘用车(SUV)195773辆、销售182822辆,生产基本型乘用车16057辆、销售13271辆,生产纯电动乘用车34462辆、销售31572辆,合计生产汽车246292辆、销售227665辆。

去年,该公司完成销售收入超过208亿元,同比增长1128.48%,实现利润总额达13.72亿元,同比增长1210.72%,归属于上市公司股东净利润达11.36亿元,同比增长1209.32%。