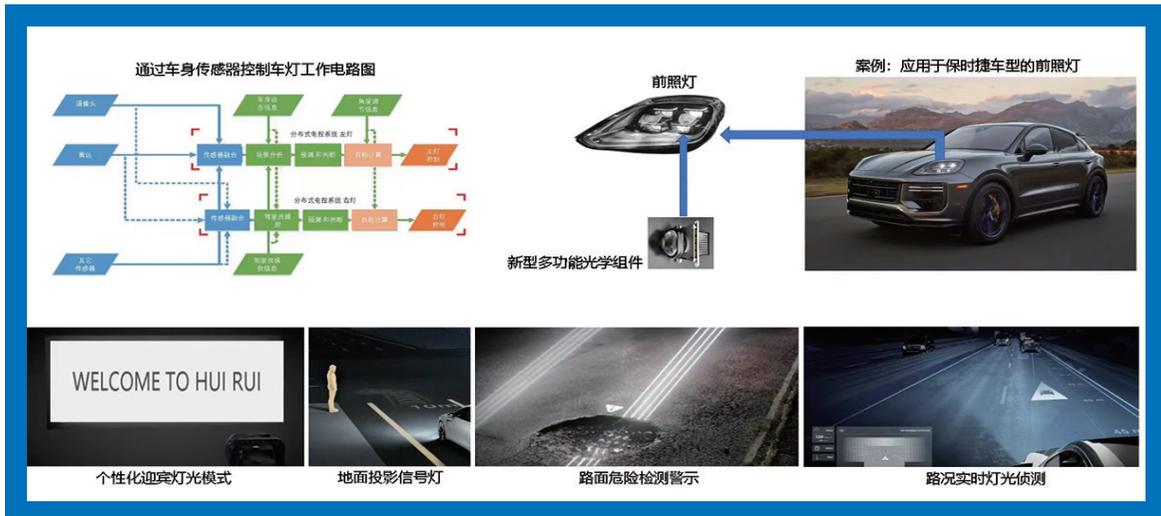


辉睿车业： 打破海外垄断，实现汽车后市场国产替代



周静

近日，由常州市辉睿车业有限公司研发的智能车灯内部核心光学组件，避开了美国德州仪器TI公司的全球垄断性技术——DLP投影，通过结构上的巧妙设计和新型的光源器件，不仅实现了可替代DLP的照明效果，还大幅降低了生产成本。



DLP(数字光处理大灯)作为车灯技术的最前沿成果，凭借其高精度、高灵活性的光线控制能力，在高端车型的高配版本中占据重要地位。今年8月，公司将新技术运用到奔驰、保时捷、路虎、玛莎拉蒂、宾利等多个豪华品牌汽车前照灯的推广使用中。据公司研发总监殷君秋介绍，该技术实现了定制化高效智能车灯的国产化，推进了国内汽车后市场的智能制造发展。同时，用仅为国外垄断产品十分之一价格的高性价比，推高了汽车后市场的消费需求，推动更多客户升级原车大灯、提升车辆照明的安全性和美观性。

11月13日，欧洲知名汽车品牌OVERFINCH台湾分公司到辉睿车业进行定制化车灯项目合作洽谈，准备将辉睿车业新型光学组件应用到客户需求的多款豪华车型中，当天合作框架协议签订完成，预计明年该新项目合作金额将突破1500万美元。

据悉，常州市辉睿车业有限公司成立于2017年，是汽车灯具行业认定资质企业，致力于为客户提供

优质新型智能化LED汽车照明解决方案及产品，产品广泛应用于全球多品牌汽车、重型摩托车等领域。

经过多年深耕，公司在汽车车灯方面获得两个发明专利、多个实用新型专利，吸引全球知名汽车零部件品牌前来接洽，包括美国汽配零件连锁巨头AUTOZONE、LKQ，欧洲知名汽车品牌OVERFINCH公司等。

当前，随着汽车智能化、互联网进程的推进以及消费者对汽车照明要求的提高，智能前照灯的渗透率正逐步上升并向主流销量车型下沉，智能车灯也正逐步向智能交互和个性化娱乐方向发展，以满足用户对安全需求之外的更大体验需求。在此背景下，殷君秋带领辉睿公司研发团队，进一步在智能车灯所涉及的多个光学技术领域投入开发力度，如ADB、Mirco Led、OLED等光学应用方面，通过自主设计新型组件实现降本增效，为各类品牌汽车提供更具性价比的大灯功能方案，以满足各类用户的使用需求，提高公司在全球车灯行业的产品竞争力和品牌影响力。

“环球嘉年华”聚焦城市年轻力 江南环球港持续激发消费新活力

本报记者 周静

刚刚过去的“双11”购物节，各大线上商家销售火热，江南环球港同步开启了“双11环球嘉年华”系列活动。“家门口的进博会”“1111宠粉嗨购晚会”“大大大零食屋空降环球港”“月星家博会”等活动成为其中亮点。借力“双11”引入新品牌、新体验，吸引消费者到线下“买买买”，通过“商业+展览+演艺”的方式，打造功能更全、服务更好的消费场景，激发城市消费新活力。

近期的周末，江南环球港的“大大大零食屋”成为消费者新宠。Plus版辣条、薯片、奥利奥等零食让快乐加倍，对于消费者而言，超大号版的零食不仅满足了人们对于量的渴望，更在视觉上带来了震撼，尤其对热爱分享的年轻消费者来说，这样的超大号包装零食简直就是社交神器，受到了不少年轻消费者的追捧。

江南环球港在持续出新的推动下，不断引入特色演艺、创新“消费名片”，撬动实体商业消费能力，激发消费潜力。未来，越来越丰富的消费体验场景创新，将为消费者带来更多的购物乐趣与更好的消费体验。

此外，今年江南环球港会员权益全面升级，通过会员权益加码、福利更多元化、无感积分消费、积分秒到账等举措，打造会员友好型服务体系。为优化消费者体验，江南环球港还与环球港湾、月星家居、燃擎卡丁车、世界港口小镇、文旅游乐等实现会员礼遇互通、

会员专享福利、消费免费停车等系列权益及更多元化的积分兑换选择。

今年11月，江南环球港联合月星家居等推出环球嘉年华“惠”员有礼活动，线上线下齐发力，构建消费新场景。“双11来江南环球港逛吃的小伙伴，可点击右上角的小黄车下单购买，在有效期内都可到店使用。”近日，在江南环球港的线上直播间，主播热情洋溢地推介门店的专享套餐，不时有粉丝通过直播间下单。

作为“双11消费节”的一部分，江南环球港联合美团、抖音进行专场直播，让实体商业的“双11”消费又有了新玩法。为吸引更多消费者的关注，江南环球港线上线下齐发力，推出“家门口的进博会”，现场品类丰富，吸引众多市民游客前往打卡购物。“不仅好买、好吃、好逛，还可以买到各种进口商品，这样的体验真是舒心愉悦。”来自无锡的刘女士表示。

江南环球港踩着热点、踏准节奏，用各类活动，营造一个别具风格、打破空间界限的消费场景，契合不断升级的消费新理念。据江南环球港负责人表示，随着业态的不断更新及“数字商圈”新模式的打造，环球港将携手更多商业伙伴，为市民带来更多贴心服务。未来，江南环球港全体人员仍将以月星“店小二”的姿态，聚焦城市年轻力，打造以平台服务带动商户服务，做到热心服务“不掉线”、真心服务“不断档”、全时服务“不下班”，不断为常州市民奉献精彩纷呈的嗨购体验，激发消费新活力。

14年行业深耕，只为守护餐桌安全

周静

从早期立足于生产有机农业品牌，到如今成为国内领先的沙拉轻食专业品牌，成为Costco、叮咚买菜、盒马、塔斯汀等高端平台首选品牌合作商，这条路，一号农场已经走了十四年。

一号农场成立于2011年，秉持“让食材更安心 让食品更健康”的企业使命，创建可持续的农业发展模式，推动农业全产业链一体化发展。从源头种植到沙拉生产，坚持过程安全可追溯，真正做到食材新鲜、标准领先、技术创新，同时掌握保鲜核心工艺技术，引领沙拉轻食新风尚，倡导新鲜健康生活方式，矢志成为中国领先的沙拉轻食专业品牌。

14年来，一号农场深耕沙拉轻食领域，取得34项专利和著作权证书，在全国拥有10大联盟基地，涉

及3万亩果蔬基地，年产超万吨。

2015年，完成数千万元A轮融资；2017年初，成功在新三板挂牌上市；2019年，一号农场在常州投产沙拉工厂；2023年，在上海投建占地约1万平方米的智能沙拉工厂，是国内首个把AI技术运用到沙拉生产线的企业。当下，公司核心业务为即食沙拉轻食和冷藏膳食食品生产加工，各类蔬菜沙拉和健康轻食预计年产值近2亿元，打造出常州金坛、上海青浦两大“沙拉超级工厂”，累计服务客户超500万。

为满足不断更新的市场需求，创始人姜方俊表示，一号农场将继续拓宽辐射区域，在全国范围内布局沙拉轻食工厂，同时采取“自营+加盟”的多元化发展模式，加速门店复制与扩张步伐，力争3年内在全国范围开设1000家沙拉轻食门店，打造蔬菜沙拉中国第一品牌。



在此过程中，一号农场始终坚持“轻食·生活家”的经营理念，将消费者体验放在首位，让每一位顾客都能享受到健康安心的沙拉轻食，感受到品牌独有的温馨与关怀。

