

苹果与中国伙伴携手升级

■ 万泽玮 实习生 王馨婷



正值最新款iPhone17上市,苹果两位高管近日开启访华之行。苹果首席执行官库克10月13日抵达上海。据报道,他在上海的行程可谓马不停蹄:泡泡马特巡展、抖音苹果直播间、苹果中国开发者之一莉莉丝游戏公司……随后,他又将飞往北京。14日,苹果宣布向清华大学提供新一笔捐赠,助力中国可持续教育发展。

而与他同行的苹果新任首席运营官萨比赫·汗的行程则更加围绕苹果在华业务的另一重要组成部分:研发与供应链。刚到上海,萨比赫·汗就来到苹果上海应用研究实验室考察,第二天又来到苹果在江苏省的两家供应链企业(以下简称“果链企业”):位于常州的瑞声科技以及位于泰州

的蓝思科技,参观了这两家企业与iPhone17有关的生产线。记者注意到,这两家果链企业都长期与苹果合作,开发苹果产品的部分零部件。瑞声科技与苹果合作17年,最初为苹果的Macbook提供麦克风。如今,瑞声科技为iPhone、Macbook、Apple Watch等多条苹果产品线提供声学、马达、金属结构件等多种组件。蓝思科技与苹果合作19年,这家从玻璃生产起家的企业最初是为第一代iPhone提供玻璃面板,随着业务扩展,目前,蓝思科技同样参与到iPhone、Apple Watch、Mac和Apple Vision Pro等多条苹果产品线中。

在参观两家果链企业的过程中,记者发现,高度自动化、智能化、注重可持续发展是两家企业生产线的共

同特征。瑞声科技的超薄均热板生产线上,几乎所有工序均由机械手完成,全流程仅有少数工人。苹果与瑞声科技联合研发的弹夹工装在该生产线上投入使用,取代了传统塑料托盘,大幅提升了物流效率,减少了塑料浪费。此外,该生产线上还部署了基于Mac mini的硬件功能与机器学习大模型的自动化测量系统,缩短了测试时间。

蓝思科技的生产线上,同样是“机械手做一切”。在生产区外,通过实时AI调度,产区布局、每台机器运作状态等均一览无余。据了解,该公司即将启动位于昆山研发中心,主要服务于苹果的生产,将在金属材料应用、加工、小部件模块设计、终端产品组装和新技术等领域展开研究。

这两家企业只是苹果在华供应链的缩影。苹果公布的TOP200供应链企业中,有80%在中国设有工厂。中国供应链的重要性,对苹果不言而喻。

“30多年来,我多次造访中国,不管是技术还是能力上,中国制造都有非常大的突破。我每次来到中国,都惊艳于中国的生产制造能力和敢想敢做的精神,让我印象深刻。”行程中,萨比赫·汗对记者表示。

在中国贸促会主办的中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)上,苹果也是“全勤生”,连续打卡了三届链博会,且每次参展均与多家果链企业共同亮相,将在华供应链能力作为展陈的核心内容。苹果首席执行官库克曾亲自出席2024年11



照片来源:苹果

月举行的第二届链博会,高度评价中国供应链对苹果的意义。“对苹果的供应链来说,没有比中国更重要的地方。”库克表示。

记者注意到,本次参访的两家企业负责人均提到,苹果与在华果链企业的关系,不仅是传统的供应链上下游企业,而且已成为“共同成长”的伙伴。苹果对产品的高要求,带动两家企业不断创新,在智能制造领域取得进展。

“我们参与开发了从iPhone4开始每一代机型的iPhone,并且和苹果主要产品线都有合作。我们在国内有9个研发和制造基地,总投资达约15亿美元,与苹果共同研发了超薄均热板、高效微型扬声器、高性能触控马达等跨时代的项目。其中,超薄均热板应用到了苹果最新的iPhone17中。”瑞声科技董事长潘政民说。

蓝思科技董事长周群飞表示,苹果重视产品品质、材料科技创新、用户体验等理念也是该公司非常重视的,在与苹果的合作过程中,蓝思成功地将这些理念投入生产中,在设备创新、材料创新、工艺优化与科学布局等方面都取得长足进步。

在绿色发展潮流深入发展的当下,苹果与在华果链企业也正共同加快转型步伐。苹果公司有关负责人表示,苹果正与供应商伙伴共同推进100%可再生能源转型的实践,加快实现该公司2030年可持续发展目标。

萨比赫·汗本次参访的两家企业也都是苹果可再生能源转型实践的参与者。瑞声科技加入了苹果的

供应商清洁能源项目、零废弃物项目和清洁水项目,积极采用多种类的回收材料,如在生产线上使用了100%回收铜材料。蓝思科技也在为苹果生产的产品中全部使用可再生能源,阳极工序的中水回收率达到80%以上,生产的铝屑实现回收再利用。

“苹果是绿色制造的重要领导者之一,而蓝思科技是绿色制造的支持者和实施者。在苹果的引领下,绿色环保的理念已经贯彻到我们蓝思的日常生产中,激励我们持续在环保领域加大开发投入,与自然共同发展。”周群飞表示。

此外,苹果还在供应商员工发展基金框架下,通过一系列培训项目,为果链企业提供教育和培训资源。本次参访的两家果链企业均参与了苹果推出的多项培训,涉及工业机器人、自动化技术员培训、线长计划、学徒制项目、个人领导力以及残障员工教育与发展等多个项目。两家企业参训员工均表示,通过培训,他们更加适应自动化生产模式,提高了工作效率。接受培训后,不少员工成为企业内部的讲师,将他们所学的知识教给更多同事,进一步提高企业自动化水平。

“没有中国的合作伙伴们,苹果就无法取得今天的成就。”库克在参加第二届链博会时曾这样表示。通过在华多年积累,在智能化、绿色化与人才化的持续投入中,苹果与中国伙伴携手升级,既成就了产品,也成就了彼此。

10月13日,《2025亚马逊全球开店消费品类攻略手册》(以下简称《手册》)出炉。这是亚马逊全球开店首次针对消费品类发布消费趋势报告,并从选品策略、合规政策、物流仓储、促销新政到卖家服务等全链条,提供切实可行的运营洞察和建议。《手册》围绕亚马逊美欧日等核心站点数据,揭晓了消费品类的六大消费趋势和选品洞察。

趋势一:科技驱动的“银发主场”

在银发浪潮席卷的时代,老年人正悄然发起一场以“独立”“尊严”和“选择权”为核心的生活变革。统计显示,近十年,美欧日都进入了中度老龄化社会,65岁及以上人口占比在日本已达30%、欧洲为26%、北美为17%。美欧日消费者高度关注老龄化相关产品,调研显示,表示关注老龄相关产品的消费者在北美高达81%,在欧洲达76%,在日本达67%。

银发一族拒绝被贴上“弱势群体”标签,借助科技产品重塑独立生活能力,进而推动了适老化产品的蓬勃发展,出行、营养、居家三大板块消费趋势凸显。出行方面,智能助行设备成为银发一族的“新刚需”,可自动驾驶的轮椅、GPS助行器等单品大受欢迎。营养补充方面,消费者对个性化、精准化营养的需求在增加,例如根据消费者运动量/骨密度数据定制关节健康补充剂等。居家生活方面,老年消费者期待无论是日常护理产品或是居家支持设备,产品设计都能兼顾隐私保护和美感,例如支持居家护理的升降椅与智能床垫、能够监测心率变异率和预警抑郁倾向的智能手环等。

趋势二:对抗焦虑的“睡眠革命”

在职场压力和数字生活常态化叠加的当下,全球不少消费者正面临睡眠焦虑。数据显示,美欧日地区平均40%的Z世代成年人每周至少经历三次睡眠焦虑,较前几年显著增加。与此同时,八成左右的消费者对助眠产品有期待,尤其是非药物的智能协助产品。

面对这一全球性的睡眠挑战,美欧日消费者对于解决方案偏好各有侧重。美国消费者倾向于AI助眠,比如通过监测和调节睡眠时的体温温度来协助自己进入深度睡眠。因此,美国对于智能家居的支付意愿高达76%,也是全球智能电动床消费规模最大的地区。日本消费者更习惯利用营养保健品助眠,超过70%的消费者会使用助眠类保健品。欧洲消费者则对人工合成的化学产品接受度低,以植物为基础、非药品式的产品更能吸引他们,例如以植物为核心的睡眠喷雾等。

趋势三:精致至极的“智美日常”

随着创新技术在日常美容中的加速应用,全球消费者正在“武装到牙齿”“精致到发梢”。数据显示,超60%的美欧日消费者将口腔护理视为其社交形象管理的重要组成部分。口腔护理与美容设备智能化相结合,满足消费者对个性化、精准健康及美学设计的多重需求,比如智能牙刷通过智能传感器、压力监测等技术实现个性化护理等。

与此同时,肤发作为传统社交形象管理的对象,消费者期望护肤护发工具可以满足他们更细致的场景,利用AI科技为他们带来高效的护理,同时避免可能的伤害。调研显示,超过50%的美欧日消费者愿意为肤发智能设备买单,北美消费者的购买意愿高达66%。美容工具领域随着这一趋势迎来诸多创新升级,例如抗皱抗衰老设备采用AI肌肤诊断、吹风机向轻量化和静音化迭代,满足“高效护理”与“居家SPA仪式感”的双重需求,体现“科技即美学”的趋势。

趋势四:自然至上的“净粹美学”

近年来,消费者的健康与可持续意识呈现明显的增强趋势,他们对天然材质的偏好已从液体沐浴产品延伸至工具品类,他们愿意为天然、有机和环保产品支付更高价格。在美妆领域,76%的欧洲消费者更愿意为天然成分的工具增加预算,这个数字在北美为60%,在日本为56%。这一趋势推动天然有机产品领域不断推陈出新,例如:强调“可持续包装”、契合“慢生活”与“环保主义”价值观的植物纤维沐浴刷及可降解搓澡巾等。

趋势五:细节致美的“轻妆时代”

在快节奏生活与情感疗愈需求的双重驱动下,美妆行业迎来了一场注重细节与舒适的“轻妆革命”,从指尖微艺术到妆容疗愈力,勾勒出融合艺术感、功能性和情绪联结的新美学图景。以日本为例,近年来日本消费者对美甲的需求持续上涨,多样化的美甲产品能够满足他们对于“低成本高颜值”的需求;此外,传统美妆产品则从轻便和低敏的角度帮助消费者打造自然的皮肤气息。据统计,超过2/3的日本消费者认同轻便美妆工具是通勤必备;79%的日本消费者认为低敏无粉体彩妆的重要性很高。消费者需求推动了轻便、舒适美妆产品的热销,比如,如“通勤族必备”的粘贴式眼膜、便携补妆笔,主打低敏养护的无粉体配方腮红和唇彩等。

趋势六:安心守护的“育儿新定律”

调研显示,全球范围内超半数的新手父母在育儿过程中感受到社会压力。这些压力来源于父母对孩子健康成长的担忧、幼儿出行的安全、育儿本身的疲劳和平衡工作的挑战等。在选购婴儿产品时,美欧日消费者最关注的三个因素从高到低依次是安全性、环保材质和智能检测功能。在日本,86%的消费者将安全置于首位,这个数字在欧洲为78%,在北美为69%。同时,48%的美国消费者愿意拥抱智能技术,这个数字在欧洲为31%,在日本为27%。

美欧日在育儿产品的消费上既有共性也存在差异。共性上,消费者普遍优先选择有环保认证的婴儿产品,比如有机棉尿布、可持续且环保的婴儿奶瓶等。各地区的差异上,美国中产家庭推崇“算法喂养”,因此美国是全球智能奶瓶消费的重要组成部分;日本职场父母青睐“无感监护”,高级婴儿监视器消费得以蓬勃发展;在安全出行方面,欧洲由于男性育儿参与度高,消费者会格外关注安全座椅的多功能模块,例如:让男性育儿更便捷的户外安全座椅、多功能尿布包等。

六大趋势重构万亿级全球消费品赛道

■ 本报记者 周东洋

中非“剥”豆生“金” 施展“巧克力魔法”

■ 本报记者 刘馨蔚

肥沃的土壤、湿热的气候、赤道附近南北纬20度以内的地理位置……科特迪瓦具备可可树生长得天独厚的自然条件,可可产业也自然而然成为科特迪瓦国民经济的支柱产业。根据科特迪瓦咖啡可可委员会统计,可可出口收入占该国总出口收入的40%,可可行业相关从业人员为600万至800万人。翻开科特迪瓦咖啡可可委员会出版的关于该国可可产业发展历程的专著,扉页上的一段文字如是写道:“科特迪瓦,可可天堂:这是关于一种农产品、一片土地和它的人民之间互利共生的故事。”

“一流原料、三流利润”的“可可王国”

非洲西部、几内亚湾之畔,科特迪瓦以生产和出口的可可占世界总量的近40%,稳坐“可可王国”宝座。当前,科特迪瓦的可可产量全球第一,其邻国加纳位居次席,但只有科特迪瓦的三分之一,全球可可产量近三分之二出自这两个西非国家。

然而,科特迪瓦的可可产业也面临高产品附加值、实现产业升级的迫切需求。2024年,科特迪瓦可可产量约为200万吨,其中可可豆出口超过140万吨,本地加工率仅为30%。根据国际可可组织统计数据,全球巧克力市场产值约千亿美元,其中只有6%的产值流入可可出口国,2%的产值回到可可生产农户手中,大多数科特迪瓦的可可种植农户仍然生活在贫困线以下。

“一流原料、三流利润”的剪刀差,成为这个几百万可可从业人口国

家难以言说的痛。为此,科特迪瓦政府立下雄心:2030年,实现全国可可豆100%本地加工。要完成从“卖豆”到“卖糖”的惊险一跃,缺的不是可可,而是能把可可豆变成可可脂、可可粉、巧克力的现代化工厂,以及这背后的产业链思维。

“政府计划以发展农产品加工业为抓手,把科特迪瓦提升为中等收入国家。要实现这一目标,科特迪瓦还需提高各类农产品加工技术水平、吸引外资等方面继续取得突破。”科特迪瓦投资促进中心负责人索朗热·阿米奇亚表示。

100%本地加工的“作战图”

面对可可豆100%本地加工的“军令状”,科特迪瓦政府将口号拆解为可量化、可落地的“作战图”。

5万吨级工厂“上马”。2019年,中国轻工业南宁设计工程有限公司(以下简称“中轻南宁”)与科特迪瓦咖啡可可委员会签订两个意义重大的总承包合同:在阿比让和西南沿海城市圣佩德罗各新建一个年加工能力5万吨的可可加工厂,并分别配套一个具备14万吨和16万吨仓储能力的可可豆仓库。这不仅是一份合同,更是一份承诺和携手共进的决心。

成立于2019年的Transcao,隶属科特迪瓦咖啡可可委员会,该公司的成立旨在助力科政府实现可可豆100%本地加工的目标。这一目标涉及上述由中方出资建设的两座可可加工厂,同时建设两座总储量30万吨的可可仓库,以及建设一个可可职业培训中心。

今年年初,科特迪瓦咖啡可可

委员会宣布马来西亚可可粉供应商源宗集团(GCB)增资Transcao,注资由17亿西非法郎(约合265万美元)增至200亿西非法郎(约合3100万美元),持股比例增加到25%。GCB是马来西亚最大、全球第四大可可粉供应商。有关报道认为,GCB的加入将为科特迪瓦可可产业注入资金、提供专业技术以及进入国际市场的渠道。

多年来,许多“全球南方”国家受困于进口工业品、出口原料价格之间的剪刀差。作为2018年3月签署的《阿比让宣言》的一部分,科特迪瓦和加纳携手打造可可行业双边合作框架,以期让可可市场价格反映产品的社会价值,确保生产者获得体面的报酬和更好的工作环境。

科特迪瓦咖啡可可委员会还在2024年10月的收获季改革收购方式,通过发放百万张具有支付功能和可追溯信息的农户认证卡,确保合作社成为可可豆从农户到出口商的唯一中间人,让农民直接获得报酬,避免不正规的中介以压价、囤货等方式赚取差价。

按此路线图,科特迪瓦正在向2030年可可豆100%本地加工的目标加速冲刺中,一条真正由科特迪瓦主导的“巧克力高速公路”正在成型。

工业园里的“巧克力魔法”

今年6月26日,由中轻南宁承建的科特迪瓦阿比让可可加工总承包项目举行竣工典礼。阿比让可可加工厂位于科特迪瓦经济首都阿比让西北部的PK24工业园,占地约21公顷,项目投资总额达1300亿西非法郎(约合2.26亿美元)。同时,该项目是

中非合作重点项目和共建“一带一路”重点项目,也是科特迪瓦首个国有现代化可可加工厂。

科特迪瓦国务部长兼农业部长阿朱马尼在竣工典礼上表示:“阿比让可可加工厂契合科政府推动国家经济转型的愿景,其核心在于打通生产、加工与消费之间的链条。”

工厂补齐了科特迪瓦长期缺失的规模化精深加工环节,使“种植—初加工—精深加工—品牌销售”首次在本土实现闭环运行。该项目投产后,将进一步提升科特迪瓦可可豆收储和加工能力,促进农产品贸易和增值,助力科特迪瓦从“可可王国”向“可可产业强国”跃升。

在预处理车间,38岁的操作员恩盖盖·李西一边擦着汗水,一边和同事记录着机器的设备参数。“这座全国最大的国有加工厂让更多年轻人获得工作机会,为社会做贡献。”他希望,未来能有更多中国企业来到科特迪瓦投资建设厂,为科特迪瓦的农产品和年轻人带来更多机遇。

在PK24工业园内,这座凝聚两国合作智慧的可可加工厂,正在开启科特迪瓦从“可可原料产地”向“可可加工基地”的转型之路。当流水线运转起来,输送的不仅是醇香的可可,还有一个国家掌握产业链自主权的底气 and 信心。

一颗小小可可豆,见证了中非产能合作的深度,也诠释了共建“一带一路”的精度。不是简单的产能转移,而是中国企业通过技术、标准、资金、人才“四位一体”的系统集成,帮助非洲伙伴将资源优势转化为发展胜势。这,正是“剥”豆生“金”的最好写照。