



# 荣誉见证“2024年度推荐榜”公布



2024年即将过去,本报在年终推出“2024年度推荐榜”,旨在表彰今年在科技与消费领域表现卓越的品牌和产品,鼓励创新与发展。同时,以推荐榜单助推品牌形象,为公众提供有价值的消费参考。下面,一起来见证榜单公布!

## 2024年度推荐榜—手机类 vivo X200系列



10月14日,全新一代vivo X200系列旗舰手机发布,该系列首次集齐全面升级的四大vivo蓝科技,带来“一超多能”年度旗舰手机。vivo X200 Pro搭载蔡司2亿APO超级长焦并升级自研大模型画质增强算法,蔡司大底T\*主摄采用vivo与索尼联合定义

全新一代图像传感器蓝图x索尼LYT-818,实现移动影像能力的“超级”进化。vivo与Arm成立联合实验室,携手MediaTek从底层联合定义第二代全大核3nm天玑9400,激发强悍性能。此外,全球首发公理级无网通信,搭载第三代硅负极电池技术,全新一代OriginOS 5重构更多元更个性化的智能体验,实现性能、通信、屏幕、续航、AI等“多能”体验的全面飞跃,首销日即打破vivo历史所有新机销售纪录全渠道销售额超20亿元。

自2023年首次发布vivo“蓝科技”技术品牌以来,不断面向用户真实需求进行创新和升级,已经成为vivo打造旗舰产品的坚实技术基石。2021年至2023年,vivo连续三年蝉联中国手机市场销量第一。2024年vivo持续夺得前三季度销量冠军,并有望蝉联四年销量第一。vivo始终坚持用户导向型创新,坚持长期主义,vivo X200系列再次用卓越的产品实力获得市场的广泛认可,入选年度推荐榜单。

## 2024年度推荐榜—游戏类 网易《蛋仔派对》



《蛋仔派对》是网易研发的一款国民原创乐园游戏,凭借新颖玩法、可爱画风、玩家自制地图与社交属性,备受玩家青睐。在游戏中,玩家化身Q萌蛋仔开启闯关之旅,携好友挑战上百张风格各异的地图关卡。游戏内置自由度极高的乐园编辑器,玩家可以打造独一无二的乐园地图,或前往乐园游玩上亿张玩家自制地图。

游戏2022年5月上线后,在各大应用商店持续霸榜,拥有广泛的用户基础和超高的用户黏性。截至目前,国内日活跃玩家峰值超过4000万,游戏注册用户突破六亿,月活跃玩家超一亿,抖音#蛋仔派对话题浏览量三千多亿。荣获第三届中国游戏创新大赛“最佳创新奖”、CLE中国授权“优秀国内原创授权IP奖”等各项行业顶尖荣誉。同时,2024年《蛋仔派对》举办了一系列精心策划的线上线下公益活动,如“童伴妈妈”计划、“焕新乐园”公益项目等,传递着正能量与希望。每一场活动都是《蛋仔派对》对社会深情回馈的生动体现,不仅彰显了游戏品牌的温度与责任感,更铺设了一条正能量的成长之路。凭借卓越的游戏表现与对公益的持续贡献,网易《蛋仔派对》入选推荐榜单。

## 2024年度推荐榜—耳机类 喜马拉雅Sky5耳机



2024年7月30日,喜马拉雅全新OWS蓝牙耳机Sky5发布,一经上市就受到消费者的广泛喜爱。该耳机采用定制18mm超大跑道型喇叭,高频通透明亮,中频清澈饱满,低频强劲有力,有效还原声音细节和情感。耳机升级第八代DT脉冲定向传音技术,结合25度精调传音角度,360°环绕不漏音。采用人体工学三点一弧面支撑结构,使耳机与不同耳形都十分贴合,佩戴起来舒适无感,稳固不掉。为了让产品更具质感,整个产品团队秉承匠心反复打磨与雕琢,首次推出S级高颜值仿生冰瓷渐变工艺,历经三次涂层工艺、三次高温烘烤、三次冷却工艺、一次超声波清洗工艺及二十八次校色工艺,使其外表光滑如镜,舒适更好看,以轻量美学重塑感官之旅。升级蓝牙5.4芯片和蓝牙闪连6.0技术,无需等待极速连接,实现数据的无损传输与无缝连秒配对。

在智能化体验中,耳机配置了智能App弹窗和EQ调节技术,结合喜马拉雅独有的三种音效动感低音、沉浸听书和悠扬乐器,打造更有层次感的听书体验。耳机上市3个月即打破历史新品销量纪录超过7万台。喜马拉雅也致力于为用户带来更加智能、个性化的音频体验,不仅在多场景下为用户提供智能陪伴,也可以更随心地感受到音频魅力。

## 2024年度推荐榜—超市类 盒马生猛海鲜



距离农历蛇年春节还有一个半月,盒马正式启动年货节,重庆15家门店也在同一时间换上了“新年装”,各种年货、年菜也开始陆续上市。在盒马再家坝店的鲜花区域,氛围满满,银柳、水仙、大花蕙兰、朱顶红、蝴蝶兰等年宵花悉数登场,各种年货礼盒也陆续上架,把情绪价值拉满。无论是除夕家宴还是春节聚餐,“吃好点”

都是刚需,盒马为重庆市民准备了“手掌大”的鲍鱼、塔斯马尼亚车厘子、鲜活大东星斑,还有鲜活冷水俄罗斯帝王蟹,让顾客在春节期间也能买到高性价比的大海鲜。

健康,也是当下人们关注的头等大事。今年,盒马的年菜除了有能撑起排面的八珍帝王蟹海鲜汇、山珍海味菌子鸡火锅等大菜外,还推出了沙棘烤羊排、枸杞牛尾汤、山楂焗牛排等一系列主打健康滋补的菜肴。同时,盒马还上新了多款健康礼盒,包括有机珍珠干货礼盒、有机山茶油礼盒、有机银耳福满礼盒、有机沙漠有机奶等商品的有机系列礼盒品种丰富,能够满足不同人群的赠礼需求。

## 2024年度推荐榜—白酒类 二代五粮春



五粮春由宜宾五粮液股份有限公司出品,作为中高档白酒阵营最优秀的品牌之一,自1995年上市以来,凭借中高端品牌定位和优异的产品品质,赢得了行业广泛赞誉,“名门之秀五粮春,香醉人间三千年”的广告语更是家喻户晓。2021年五粮春品牌正式回归自营序列,同年6月,二代春在中国南京召开新品全国上市发布会,向行业、消费者展现五粮春作为“五粮液次高端核心品牌”的定位。二代春是五粮春品牌升级后的倾心力作,开启了五粮春品牌新元年,也坚定了全国化布局之路。

二代春外观设计尽显钟灵毓秀、内外兼修的中国古典传统美学,具有“香气悠久、醇厚丰满、清冽甘爽、尾净怡畅”的特点,以多元化的口感,展现中国浓香型白酒的独特张力。该产品推出后,也贡献了五粮春大部分的销售额,不仅体现了

二代五粮春在市场上的强大竞争力,也彰显了消费者对这款酒的认可和喜爱。在200到300元价格带中,二代五粮春凭借其卓越的品质和亲民的价格,成为了销量冠军。无论是自饮还是送礼,二代五粮春都是不错的选择,入选推荐榜单。

## 2024年度推荐榜—饮品类 瑞幸咖啡:轻乳茶系列



自2024年8月起,瑞幸咖啡陆续推出轻乳茶系列产品,并邀请刘亦菲作为全球品牌代言人及茶饮首席推荐官。围绕“上午咖啡,下午茶”概念,瑞幸咖啡努力满足消费者多元消费需求,让产品线实现了全时段、全场景的覆盖,有效激发市场活力。值得关注的是,通过聚焦消费者的健康诉求,瑞幸咖啡轻乳茶系列采用真奶好茶,符合“0植脂末、0反式脂肪酸、0阿斯巴甜、0氯化植物油”的“4个0”标准,好喝轻负担,受到广大消费者的普遍好评。其中,轻轻茉莉·轻乳茶上市首月杯量突破4400万杯。

该系列中,轻轻茉莉·轻乳茶甄选源自“中国茉莉之乡”——广西横州的七窰双瓣茉莉花茶,辅以轻乳奶基底,茶味、花香、奶香完美交融,获得广泛好评。轻轻乌龙·轻乳茶以武夷山大红袍与轻乳奶基底组合,入口甘润鲜爽,茶奶醇香蔓延口腔,久久萦绕。生椰锡兰轻乳茶采用东南亚进口成熟生椰,搭配肯尼亚与福建红茶,浓郁花蜜香与清新椰乳相融合,呈现出甜醇顺滑的丰富口感。凭借卓越的产品创新实力、广泛的市场认可度以及强劲的增长潜力,瑞幸咖啡轻乳茶系列入选推荐榜单,彰显了瑞幸咖啡在品质消费领域的引领性、标杆性。

## 2024年度推荐榜—饮品类 喜茶“超级植物茶”



2024年7月,喜茶推出全新品类“超级植物茶”系列首款产品“羽衣纤体瓶”,一经上市就受到消费者的热情追捧,仅一个半月销量超1000万瓶。在短短4个月内,喜茶通过持续探索世界各地具备健康属性与价值的不同“超级植物”与真茶相结合,连续推出去火\*纤体瓶、红菜头美颜\*瓶、抹茶纤体瓶、暗黑纤体瓶、补水纤体瓶等多款火爆全网的超级植物茶。这一新品类坚持以真茶为基础,严选全球健康的超级植物并遵照严苛的原料品质标准,使用鲜果鲜蔬压榨,为消费者带来了果蔬均衡的健康茶饮新选择和差异化的新茶饮体验。

喜茶坚持以差异化的产品研发与创新为消费者带来不一样的“超级植物茶”,引领了行业产品与研发的创新方向,带动行业健康化发展,更持续探寻更多“超级植物”与喜茶不同经典茶底的对话和融合,不断满足消费者多样化的健康消费需求。喜茶也借此再次向行业证明,在日趋同质化的新茶饮行业里,通过回归茶饮本源、紧跟大众饮食趋势进行创新,依旧可以产生差异化的新“爆品”。凭借极致地为消费者创造差异化的产品和品牌体验,顺应日益深化的大众健康趋势,喜茶“超级植物茶”入选推荐榜单。

## 2024年度推荐榜—饮品类 大窑饮品碳酸饮料系列



大窑饮品以“大汽水”为品牌战略定位,深耕碳酸饮料,持续夯实“大汽水、含气饮料”的核心特色。2024年,大窑饮品将大汽水升级为果汁汽水,满足消费者的多样化需求。大窑饮品的碳酸饮料系列主打四款玻璃瓶装产品:大窑嘉宾、大窑橙诺、大窑荔爱和大窑冰畅。其中,大窑嘉宾传承经典配方数十年,是一代人的童年记忆,将蜂蜜、果汁与碳酸气泡融合,创造出独特的风味;大窑橙诺以浓烈橙味为特点,带来清新爽口的体验;大窑荔爱充满浓郁的荔枝香,气泡与果香完美融合;大窑冰畅凤梨风味满满,一口劲爽,酸甜适宜。

为了保证产品品质,大窑饮品已在内蒙古、辽宁、吉林、宁夏、陕西、山东、安徽建设七大智能生产基地,产能供给体系覆盖全国多个核心城市群。生产基地均采用先进的数字化、智能化设备和管理系统,实现从原材料采购、生产加工、品质检测到产品销售等各个环节的精准管理和柔性内控,确保从原材料到餐桌的全程可追溯。与此同时,大窑饮品持续深耕餐饮渠道,组建了千余家经销商团队,完成了百万余家终端渠道的构建,并在流通渠道、现代渠道与电商渠道等方向稳步发展,实现了线上、线下的全方位布局。