# 12M品牌介绍

来源：网络 作者：悠然自得 更新时间：2025-06-01

*第一篇：12M品牌介绍我们产品主要包括足球，篮球，排球，橄榄球等各种训练比赛和促销球类，材料主要有PVC，PU，TPU，CTPU,潜水料,橡胶等,公司拥有一大批研发及设计人员，确保产品在材料、款式、技术及成本控制上拥有领先优势，我们可以根...*

**第一篇：12M品牌介绍**

我们产品主要包括足球，篮球，排球，橄榄球等各种训练比赛和促销球类，材料主要有PVC，PU，TPU，CTPU,潜水料,橡胶等,公司拥有一大批研发及设计人员，确保产品在材料、款式、技术及成本控制上拥有领先优势，我们可以根据您的规格和设计做出您所需要的产品。本公司自创建以来，凭着高品质、高效率、高信誉的原则，依靠丰富的生产技术经验和管理理念，雄厚的技术力量，公司拥有大量先进生产设备和严格的生产检验手段，赢得了国内外客人的一致好评！产品远销欧洲、美洲、非洲、东南亚、中东等地。

本公司“诚信敬业，互利共荣，薄利多销，保质保量”为企业宗旨，以“品质优，价格低，服务好，信誉高”为经营理念，愿向全球所有体育用品批发、零售商及体育专卖店提供优质、低价、超值的产品和服务，共同推动体育事业的发展和繁荣。欢迎国内外客人的来电和咨询，我们将付出100%努力使您每批订单都能得到充分的质量保证。

**第二篇：品牌介绍**

宁波韵升股份有限公司是一家国家级重点高新技术企业、全国电子信息百强企业、博士后科研工作站单位，韵升音乐礼品有限公司是韵升控股集团有限公司下属专业从事八音琴音乐礼品的设计开发，制造和营销的一家子公司，主要品种有：玻璃水晶音乐系列、木制首饰盒音乐系列、办公用品音乐系列、金属盒音乐系列、音乐玩具系列、节日庆典音乐系列和工艺家用品系列等。公司拥有一支较强的新产品开发设计队伍、结合瑞士、意大利的传统工艺和艺术品位的精粹，并运用最新的现代制造技术，使这一富有天籁之音的古老产品广泛用于各类中高档工艺礼品中。

音乐礼品玩具开发中心旨在对各类八音琴音乐礼品玩具作深层次开发，可以按用户的个性化要求设计出具有较高文化品味的各类特色八音琴礼品。几年来，产品以其齐全的品种、优良的品质、合理的价格深受国内外客户的青睐。

公司自1994年在国内注册“YUNSHENG”以司名商标作为八音琴(机芯)产品的品牌.并在韵升牌八音琴旗下又注册雷曼士RHYMES和至音源两大系列步入成品终端市场，品牌建设与传播已获全球美名。

公司始终坚持以质量取信于客户，不断完善和提高质量管理体系.品牌的建设，1997年被评定为宁波市名牌产品；1998年荣获布鲁塞尔尤里卡世界发明展金奖；2025年被延续认定为宁波市名牌产品；2025年被认定为浙江省名牌产品；2025年被认定为浙江省知名商号；2025年获得浙江省著名商标称号；2025年分别获得浙江省及宁波市名牌产品称号。

公司先后开发出拥有自主产权的3YB、YM、YH、YD、Y20D、YB50等中高档八音琴系列，近2025多首乐曲，现已拥有40多项国内、国外专利，八音琴.音乐盒系列主导产品远销美国、英国、德国、日本、香港等20多个国家和地区，各项技术指标达到国际同类产品先进水平，已形成年产3000万台八音琴的生产能力，成为世界第一、国内最大的八音琴生产和销售基地。

Y30以上高端产品继续探索注重品牌专卖的经营策略，引导精品八音盒、豪华型八音盒的市场运作，2025年公司在上海繁华的南京西路，宁波著名天一购物广场拥有韵升雷曼士RHYMES音乐盒专卖店,引导有文化素养的消费，采取以合作与结盟替代竞争的应对策略，努力营造良好的流通环境。

宁波韵升音乐礼品有限公司

营销专员：金江辉

电话：\*\*\*

传真：0574-87787906

邮箱：jinjianghui163@163.com

QQ:147887142

地址：浙江省宁波市高新区明珠路428号

**第三篇：品牌介绍**

万戈免洗用品-中国商用纸品网品牌介绍

万戈免洗用品公司成立于1994年，于2025年在国内首先提出“免洗用品”概念，成立“万戈免洗用品有限公司”。万戈本着“客户至上，信誉第一”的企业宗旨，把客户的需求做为自己最大的追求，为客户提供“品种齐全，质优价廉”的免洗用品，提供专业的免洗用品解决方案和最齐备的配套服务，为此，我们针对不同的客户群的不同需求，陆续推出，“餐饮、宾馆、洗浴用免洗用品”“企事业单位用免洗用品”“家庭、个人免洗用品”等配套方案，提高客户的“让渡价值”本着“省钱、省力、省时”的原则为客户提供最全面、最专业、最彻底的一站式采购配套服务。主要产品有：

1、万戈商用纸品

是万戈产品和服务的重要组成部分，是针对商用客户在卫生地所及工作区域中遇到的问题，运用专业技术及创新理念，不断研究开发品质卓越，物超所值的产品，力求提供最有效的解决方案以满足您的需求.，其特点为：

1）清洁卫生 关心并满足人们在居家以外的空间拥有清洁卫生氛围，我们一直在提高。

2）安全放心 万戈产品100%木浆制造，原纸经450度超高温干燥处理，不添加荧光剂，品质达行业标准，确保安全卫生。

3）专业产品 针对客户不同的需求及遇到的问题，设计出高品质、物超所值的产品。万戈品牌

2、中国风尚品牌系列

1）满足您不同的使用需求。

2）、成本效益 更有效减少客户所需的成本。

3）、售后服务 获得周到、贴心、便捷、专业的售后服务

3、万戈珍宝维纸的特点：

1）一卷相当于12-16卷小卷卫生纸，减少换纸次数，节约人手。

2）产品达到国家卫生标准，安全卫生。

3）纸质顺滑，柔软，有韧性，吸水性强，纸张水溶性好，避免造成下马桶的堵塞。

4）配合产品，为您安装封闭式精美牢固使用盒，在防盗的同时令产品保持清洁，提高形象。

5）多种规格供您选择，适应不同需求。

6）一次性大量订购，平均用纸成本更低。

珍宝纸适用范围：

写字楼、工厂、机场、商场、宾馆酒店大堂、会所、医院、学校、高级会所、餐厅等人流量高的洗手间

此文发表于中国商用纸品网（）品牌介绍。

**第四篇：品牌介绍**

贵烟家族目录

一、经典时代系列

1.贵烟（盛世）------2 2.贵烟（福）------2 3.贵烟（软•硬高遵）------3 4.贵烟（喜）------4 5.贵烟（多彩）------4 6.贵烟（黄金方）------5 7.贵烟（好彩）------6 8.贵烟（软多彩）------6 9.贵烟（印第安火种）------7 10.贵烟（扁盒印第安火种）

11.贵烟（火种•1575）------10 12.贵烟（火种•1940）------10 13.贵烟（火种•11978）------10 14.贵烟（流金岁月）------8 15.贵烟（蓝色的爱）------9 16.贵烟（喜满意）------10 17.贵烟（福天下））------10 18.贵烟（硬黄精品）------10

二、喜格系列

1.贵烟（5mg喜格）------11 2.贵烟（7mg喜格）------12

三、国酒香系列

一、龙凤系列

1.贵烟（盛世）卷烟类型：烤烟型 卷烟品类：一类

口味特点：吸味圆润细腻，醇熟丰润，从第一口到最后一口你都能感受到无与伦

比的柔顺与醇和，余味典雅绵长，纯净舒适。

包装特点：盛世贵烟以华夏“四喜”（福、禄、寿、喜）和传统吉祥神兽图案为

底纹，视觉中心配以中国传统玉器装饰纹样“金银锉”镶嵌，寓意金玉满堂，整体风格古朴庄重，具有浓郁的民族特色，充分展现了中华文明深厚的底蕴，亦折射出贵烟大气、灵气、贵气的优雅格调。

上市时间：2025年

市场定位：面向国有大型卖场或烟草公司自营店类终端客户。广告用语：尊贵一刻，登峰至极

主要消费群体：富有激情，追求生活品质，充满着文化气息的高端商务人士。销售覆盖区域：全国

产品文化内涵：天赋灵气，造就了北纬27°烟草产业带。盛世贵烟，北纬27°，极致之礼，以五星级标准采撷原生精华。精雕细琢，国家的礼物。

小盒条码：6901028036450 条盒条码：6901028036467 焦油含量：11mg

2.贵烟（福）卷烟类型：烤烟型 卷烟品类：一类

口味特点：在追求香气细腻柔和基础上，保证一定的口腔充盈性和浓度，表现出

烟草本香明显并透发出特色果香香气。刺激性较低，协调，整只烟透

发出果香、辛香、奶香、烤香、蜜甜香的香气特征，使产品在抽吸时令人感受到愉悦舒适的享受。

包装特点：“贵烟”品牌字体，贵烟“龙凤”标志，烟名“福”在平面构图上形

成顾盼关系。深红色调的运用给消费者以沉稳，大气，瑰丽的视觉享受，呈现高档卷烟的形象特征。

市场定位：面向国有大型卖场或烟草公司自营店类终端客户。广告用语：品味独特，福享尊贵

主要消费群体：以社会精英阶层为诉求对象，主要受众表现为政府官员、行业白

领阶层，私营企业主等，系社会人群中最受尊崇的中青年龄段是的中高收入人群。

销售覆盖区域：全国

产品文化内涵：中国自古就有五福临门之说，“五福”的来源，最早出自于《尚

书·洪范》，后来演化成为“福、禄、寿、财、喜”，表达了人们世世代代追求安宁，祈求神明保佑，逢凶化吉的美好心愿。

小盒条码：6901028037310 条盒条码：6901028037327 焦油含量：11mg

3.贵烟（软•硬高遵）卷烟类型：烤烟型 卷烟品类：一类

口味特点：云贵高原清甜的烟草本香修饰的焦甜、面包香、香草香、可可香，让

人抽吸时体会到浓郁、丰满、谐调的复合香韵，生津、回甜。

包装特点：象征希望与美好的红色与“遵义会址”高调组合，沉稳大气，朴实典

雅。

广告用语：低调之极品，天然、醇和、满足 主要消费群体：针对中高档成熟卷烟消费群体。销售覆盖区域：贵州省

产品文化内涵：贵烟（遵义）得名于革命历史名城“遵义”，创牌于1965年。

中国革命的转折点——“遵义会址”与贵烟（遵义）品牌巧妙融合，低调中凸现着一种敢于创新，勇于开拓的沉稳大气，将红色贵烟（遵义）的红色品质、红色精神、红色责任广为传扬。

小盒条码：6901028039796 条盒条码：6901028039802 焦油含量：12mg

4.贵烟（喜）卷烟类型：烤烟型 卷烟品类：二类

口味特点：本产品风格采用国内流行口味，优美的烟草天然香气醇正浓厚，烟气圆润丰满，先是感受清甜的特征头香，然后是清新的果香、辛香、木香，焦甜等中间香韵，最后让人体会到烟草香、烤香等底蕴，整只烟让人感受优雅香气的同时体会到口感的纯净和舒适，给人以心旷神怡的感受。

包装特点：吉祥、喜庆、四喜合一，传统中透着时尚韵味 广告用语：喜相伴、贵相随 主要消费群体： 销售覆盖区域：

产品文化内涵：喜气临门、喜气洋洋、喜从天降、喜出望外，四喜合一，映照在中国的红，铺底的喜字上，将中华民族传统而火热的情怀无限扩张，在洋溢着时尚现代的喜气氛围中，点燃贵烟（喜贵），品味着那飘逸、愉悦的香，享受着那红红火火的日子，喜事连连的生活。

小盒条码：6901028037051 条盒条码：6901028037068 焦油含量：12mg

5.贵烟（多彩）

卷烟类型：烤烟型 卷烟品类：三类

口味特点：具有令人身心愉快的醇和感、满足感、回甜感和生津感，国酒香气优

雅，舒适度高。

包装特点：三角形底纹组合，时尚、精致、节奏分明。上市时间： 2025年

市场定位：面向国有大型卖场或烟草公司自营店类终端客户 广告用语：多彩贵，国酒香

主要消费群体：目标消费者以定位于25—40岁的中青年男性，包括一般管理技

术人员、小商品个体经营者、自由职业者、中小型企业白领、国企基层管理人员、军政企人员、教师等群体。

销售覆盖区域：全国

产品文化内涵：贵烟（多彩）源于贵州“天然公园”的美誉，用最质朴的贵烟（多

彩）情展现着贵州神奇秀美的自然风光，绚丽多彩的山水景色。以原生态、纯天然、低危害的产品为大众带来心理与生理的双重健康感受。

小盒条码：6901028037921 条盒条码：6901028037938 焦油含量：10mg

6.贵烟（黄金方）卷烟类型：烤烟型 卷烟品类：二类

口味特点：烟草自然香与国酒茅台复合而成丰满清雅的香韵特征，香气谐调厚实，喉部柔顺舒适，余味回甜绵长。

包装特点：贵气十足的雅红底色与尊贵华美的黄金色相互映射，演绎一段美艳绝伦的流光溢彩，倾诉一份质感高雅的真诚。

上市时间：2025年

广告用语：贵烟原生 黄金方

小盒条码：6901028102568 条盒条码：6901028102575 焦油含量：10mg

7.贵烟（好彩）卷烟类型：烤烟型 卷烟品类：二类

口味特点：自然的烟草香与国酒茅台醇和香突出，复合而成的香气丰满细腻，香韵丰富，具有令人愉悦的醇和感、满足感和回甜味，余味舒适纯净，回味悠长。

包装特点：金色的主调，正负三角相依相携，层次分明，时尚、精致、高贵，让人产生一种浓厚的把玩感。

上市时间：2025年

内在品质：云贵高原高品质烟叶，严格配方比例，高档香精香料及特色加工工艺研制，品吸过程口腔充盈，产生丰富香气想象空间。广告用语：好彩自然来

产品文化内涵：贵烟（好彩）将贵州最原生态祈祷文化与人们追求美好幸福生活的期盼相融合，以一种积极、乐观、向上的姿态，带给人们开头见彩，一生顺利，欢欢喜喜，圆圆满满的好彩生活。

小盒条码：6901028102681 条盒条码：6901028102704 焦油含量：11mg

8.贵烟（软多彩）卷烟类型：烤烟型 卷烟品类：三类

口味特点：以清新风格为主，烟草的自然香与果香、甜香复合出丰满优雅的香味特征。产品特色清甜清香，香气丰富、谐调、厚实，余味回甜绵长。在体香香气丰满的同时又表现出鲜明的特色，满足而又舒适。

包装特点：华贵真金主调，正负三角相依相携，层次分明，时尚、精致、高雅。上市时间：2025年

产品文化内涵：贵烟（多彩）让我们在燃情暖意中，享受阳光的生活，品味多姿多彩的人生。

小盒条码：6901028102506 条盒条码：6901028102698 焦油含量：10mg

二、新贵系列

1.贵烟（印第安火种）卷烟类型：烤烟型 卷烟品类：一类

口味特点：贵州中烟产品研究所联合中国三大卷烟研究中心贵州烟科所历经多年多年对烟草致香物资进行潜心研究，薪火相传，传承贵州和印第安古法制烟传统，以现代高科技制烟技艺再现烟草传统本香，回归卷烟香气本源。

广告用语：印第安火种——烟草的起源 主要消费群体：针对中高档成熟卷烟消费群体。

产品文化内涵： 贵州拥有媲美世界的原生态的高原山地地貌，是我国最优质的烟叶产区之一，其烟草种植历史悠久，已有三百八十多年历史，明末崇祯年间就有“匹马易斤烟”的记载。

贵州中烟以“贵烟”品牌为载体，从烟草的种植、烟叶筛选、配方工艺和产品制造，以精益求精的态度，潜心打造，在龙年到来之际孕育出代表贵烟精神和技艺的薪火传承的“贵烟”（印第安火种），为尊贵的消费者献上极致之礼。

小盒条码：6901028102261 条盒条码：6901028102278 焦油含量：11mg

2.贵烟（流金岁月）类型：烤烟型

包装规格：84.0(54.0+30.0)\*24.5 烟支长度：84mm 箱条码：6901028102254 盒条码：6901028102247 批发价格：220/条 建立零售价：260/条 焦油含量：11mg 烟气烟碱：1.0mg 烟气一氧化碳含量：12mg

产品特色：贵烟（流金岁月）就是以精选全国各地以及进口的优质烟叶，通过多地区、小比例复合出丰富的烟草香韵。热带水果、纯天然植物提取液，与烟草本香融为一体，香气细腻、柔和，烟香丰富，劲头适中，带给您绝佳的口感享受。最大特点：神草香，回味有点甜。

文化理念：一款饱含人性情感的香烟，从其名而言，流金岁月，“金”是美好，不仅仅只有昔日的成功辉煌，也有平淡甚至苦难，这里最动人的是“流”，流逝的时光里不再重来的那些酸甜苦辣，能够唤起人们心底的情愫需要某种催化剂，味觉影响是最直接，也是最有效地感官吸引。

技术特点：通过分子蒸馏法萃取果香，使其味道更加天然，更加纯粹。在提供感官刺激的同时，让人们的记忆定格在金色的往昔，无限的畅想，无限的怀念。

包装特点：在外包装上，采用了多层次特有的古铜金质感，细致菱格纹路，尽显尊贵，也让人们感知到岁月的痕迹其实可以如此清晰地携刻。

辅料特点：国内首创的沟槽式滤嘴，降低苯并芘20%，有效地减少了香烟对身体危害，让我们能够尽享流金岁月的美好记忆。

广告宣传语：流金岁月 燃情时刻

市场定位：面向国有大型卖场或烟草公司自营店类终端客户。

目标消费群体：定位于有一定的工作成就、社会地位，有一定人生阅历、创业或

财富故事的成功人士。他们有稳定的家庭社交关系，年龄30岁以上，男性为主，中高收入阶层；身份主要是办公室领导、企业中层、小私企业主、中产阶层等；多在零售点自行购买、商业或工作关系渠道赠送。

3.贵烟（蓝色的爱）类型：烤烟型

包装规格：84.0(54.0+30.0)\*24.5 烟支长度：84mm 箱条码：6901028102223 盒条码：6901028102216 批发价格：178/条 建立零售价：200/条 焦油含量：11mg 烟气烟碱：1.0mg 烟气一氧化碳含量：13mg

产品特色：“贵烟”（蓝色的爱），品牌名称采用（蓝色的爱），是借喻法国作曲家保罗.莫里哀的名曲、理查德.克莱德曼演奏的流传甚广的钢琴曲《蓝色的爱》；以蓝色包装为主色调，蓝色充满梦幻的色彩和清澈、浪漫的感觉。让音乐、蓝色沟通消费者，产生记忆、回味和浪漫的感觉。新贵蓝色的爱在烟丝中加入了对人体有益、特有抗氧化功能的贵州灵芝，有效调整人体免疫功能和代谢平衡。拥有天然香味，自然芬芳、清新爽神、醒脑提神。运用高科技滤嘴红色中线，最大程度地锁定水分，达到保润增湿、降焦减害的 功效。

工艺特色：精选云贵高原和津巴布韦优质烟叶，以世界一流实验室，采用高科技配方手段精致而成，吸味绵软纯净、香气丰富细腻，口感舒适，劲头十足，带给你超乎寻常的顺畅快感。

广告宣传语：蓝色品位 浪漫新贵

市场定位：产品包装以蓝色为差异化的诉求，产品从包装、烟支到吸味，充满爱

意、浪漫的品味和情调，传递品牌文化价值。主要消费对象为中等收入阶层的中青年人，他们的身份主要是白领、IT精英、自由职业者等，具有较大的工作和生活压力，但也具有较高的品味和浪漫的生活情调。

4.贵烟（喜满意）卷烟类型：烤烟型 卷烟品类：二类

口味特点：将阳刚的烟草本香与国酒茅台醇香完美结合，品吸时醇净清甜。包装特点：深红色正式版的贵烟（喜满意），在颜色上则给人一种成熟、大气的

感觉，适合在更多的场合，诠释喜悦、幸福的内涵。深红色正式版除了包装和滤嘴颜色更加稳重大气，它的内在工艺及配方始终不变。

上市时间：2025年

市场定位：面向国有大型卖场或烟草公司自营店类终端客户。目标场合是婚庆、拜年、办各种宴会等社会场景。

广告用语：喜满意，贵相随

主要消费群体：以生活稳定的机关公务员和企事业单位管理人员为诉求对象 销售覆盖区域：主要面向北方市场。

产品文化内涵：喜悦需要分享、需要传递，执手之喜、福寿之喜、学业之喜、中

国之喜，皆为“喜满意”，礼花飞满天，祝福声不断，五彩缤纷的夜空绽开了笑颜，欢乐的神态，喜悦的热泪，汇成了人间最动听的爱的乐章，让喜悦之情环抱华夏大地，让喜悦文化照耀中华。所以，人生喜事，贵烟（喜满意）就是您最好的选择。

小盒条码：6901028102186 条盒条码：6901028102179 焦油含量：8mg

三、喜格系列

1.贵烟（喜格5MG）

文化理念：“喜格”系列标识的设计与命名，源自于贵州中烟在“新贵”的概念上进一步衍生出新的时尚观念，其卷烟标识“CIG”，不仅仅是英语中“cigarette”的缩写，其音译名称“喜格”更是被加入了时尚的解读方式，是当下年轻一代的行事与思考风格的代表。

产品定位：“喜格”系列定位于低焦路线的时尚代表，站在为消费者、为企业双方都有益的角度考虑，打造出的一系列真正满足消费者心底需求的大众化低焦产品，属于“主流降焦”时代下的代表之作。

市场定位：“喜格”目标消费群体定位于对生活品质要求较高的年轻时尚消费群，是具有“时尚、简约、健康”三方兼备缺一不可的新品低焦卷烟。

产品特色：原料选取“津巴布韦”优质烟叶与中国最优质烟叶产地云南的上等烟叶以外，还加入了贵州地产烟叶中的优良产品——特色山地醇甜香烟叶作为原料，拥有一种独特的“回甜”口感，在配方中还加入了晾晒烟叶的成分使之与卷烟的整体香气相协调，使得卷烟香气的表现力更为持久绵长。

辅料特色：针对低焦卷烟的主要风格，加入了公认对降焦有益的烟草薄片，作为配方的组成成分直接进入烟草配方，为“减害降焦”赋予一种独特的香气，使得香气由内而外，散发的较为自然。

口味特点：选用了一种源于亚马逊流域的一种极为稀缺的神秘热带植物的香气，通过植物的提取液与香烟香气相协调，使得调处来的卷烟香气更容易被95%以上的更为广阔的消费群体所接受，被称为“特色果香与山地醇甜香的有机结合”，是当之无愧的“第一支东方烤烟型低焦卷烟”。

技术特色：“贵烟”（喜格5MG）在技术层面对烟气的综合评价启用了系统专业的香味轮廓评价调控技术，使得烟气更为持久，更易使消费者获得满足感。

包装特色：“喜格”系列的卷烟包装总体设计风格采用了简约的感觉，选取较为素雅的暖色调进行烟盒包装，对于现代城市人群很容易起到净化心灵的作用，而突出的焦油含量标识和圆角盒形的替换与使用，又更突显其宣扬“健康”理念的低焦特色和人文关怀的设计理念。

小盒条码：6901028102445

条盒条码：6901028102452 焦油含量：5mg

2.贵烟（喜格7MG）

文化理念：“喜格”系列标识的设计与命名，源自于贵州中烟在“新贵”的概念上进一步衍生出新的时尚观念，其卷烟标识“CIG”，不仅仅是英语中“cigarette”的缩写，其音译名称“喜格”更是被加入了时尚的解读方式，是当下年轻一代的行事与思考风格的代表。

产品定位：“喜格”系列定位于低焦路线的时尚代表，站在为消费者、为企业双方都有益的角度考虑，打造出的一系列真正满足消费者心底需求的大众化低焦产品，属于“主流降焦”时代下的代表之作。

市场定位：“喜格”目标消费群体定位于对生活品质要求较高的年轻时尚消费群，是具有“时尚、简约、健康”三方兼备缺一不可的新品低焦卷烟。

产品特色：原料选取“津巴布韦”优质烟叶与中国最优质烟叶产地云南的上等烟叶以外，还加入了贵州地产烟叶中的优良产品——特色山地醇甜香烟叶作为原料，拥有一种独特的“回甜”口感，在配方中还加入了晾晒烟叶的成分使之与卷烟的整体香气相协调，使得卷烟香气的表现力更为持久绵长。

辅料特色：针对低焦卷烟的主要风格，加入了公认对降焦有益的烟草薄片，作为配方的组成成分直接进入烟草配方，为“减害降焦”赋予一种独特的香气，使得香气由内而外，散发的较为自然。

口味特点：选用了一种源于亚马逊流域的一种极为稀缺的神秘热带植物的香气，通过植物的提取液与香烟香气相协调，使得调处来的卷烟香气更容易被95%以上的更为广阔的消费群体所接受，被称为“特色果香与自然清甜烟草本香的有机结合”，是当之无愧的“第一支东方烤烟型低焦卷烟”。

技术特色：贵烟（7mg喜格）低焦油产品设计中首次采用了添加特殊柔性因子的CAP二元复合滤嘴替代打孔滤嘴，不但成功地解决了低焦油卷烟在第一、二口抽吸时空气稀释过大、烟气平淡以及通透性不足问题，同时

对于彰显产品风格特点、提高香气品质也起到了明显效果。

包装特色：“喜格”系列的卷烟包装总体设计风格采用了简约的感觉，选取较为素雅的暖色调进行烟盒包装，对于现代城市人群很容易起到净化心灵的作用，而突出的焦油含量标识和圆角盒形的替换与使用，又更突显其宣扬“健康”理念的低焦特色和人文关怀的设计理念。

小盒条码：6901028102476 条盒条码：6901028102483 焦油含量：7mg

四、国酒香系列

**第五篇：大品牌介绍**

中国家具十大品牌华丰(中国驰名商标,中国名牌,辽宁省名牌,辽宁省著名商标,大连华丰家具集团有限公司)联邦(中国驰名商标,中国名牌,实木家具十大品牌,广东省名牌产品,广东联邦家私集团)南洋胡氏(实木家具十大品牌,始于1993年天津,一线牌子,天津市南洋胡氏家具制造有限公司)华日(中国驰名商标,中国名牌,实木家具十大品牌,中国环境标志认证,华日家具股份有限公司)双叶(中国名牌,实木家具十大品牌,黑龙江著名商标,黑龙江著名商标,双叶家具实业有限公司)光明(家具行业100强,实木家具十大品牌,黑龙江省光明集团家具股份有限公司)7 华鹤(中国名牌,一线品牌/牌子,实木家具十大品牌,黑龙江省齐齐哈尔市华鹤集团)喜梦宝X.M.B(具综合实力百强企业,实木家具十大品牌,松木家具品牌,厦门喜梦宝家具有限公司)元方缘(国内最大的实木家具生产企业之一,实木家具十大品牌,元方缘家具制造有限公司)月星(中国名牌,实木家具十大品牌,华东地区最大家居及流通品牌,江苏省月星集团)

2025年软体家具十大品牌排行榜 1.慕思是一匹迅速崛起的行业黑马，短短5年时间就成为国内领先的健康睡眠的寝具代表品牌。迄今，慕思旗下拥有了凯奇、歌蒂娅、0769、3D等四个寝具系列品牌，在全国开设超过四百家的寝具专卖店，范围从珠三角扩大到包括台湾在内的全国各个省区，产品从普通的床垫发展到集床垫、软床、排骨架、床品等多个系列，实现了跨越式的增长。2025

年，慕思发起的全国健康睡眠万里行更是掀起了一场健康睡眠旋风，成就了其健康睡眠领先品牌的称号。

2.CBD寝具源自意大利阿玛尼的顶级设计，是以简约、个性、时尚的风格引领寝具潮流。2025年时，与阿玛尼设计中心合作，推出了9款床，展出后立即引起同行业的轰动，由此奠定了该品牌在行业中的领路者地位，其目标是为全世界人民提供七星级的绿色睡眠。

3.2025年时，梦甜甜家具制造有限公司注册成立，同时在法国总部也专门成立了亚洲部。在产品设计上要求那些年轻的设计师们，除了保留产品原有的精致奢华外，还根据东方人的着装品位，风俗习惯创新设计出更适合东方人的时尚风格，产品一经面世，让国内传统家具界非常震惊。之后又赢得了与“皮尔卡丹”的合作，生产皮尔卡丹床上用品。经过了两年的努力，梦甜甜在国内已建立了百余家专卖店，这样的发展速度在国内是绝无仅有的，在外国人眼里也成了飞速发展的代名词。

4.美梦思成立于1984年，始终率先把世界最前沿的睡眠科技带到中国，是中国最早创立软体家具特许经营模式的品牌公司之一，国内软体家具行业中知名度最高的品牌之一。它将全球采购的原料体系和美梦思“零缺陷”的品质相结合，二十多年来，已经为全球上百万的家庭提供了健康睡眠服务，赢得了广泛好评。

5.1985年，圆方园从一家小型家具厂发展成了现在的圆方园实业发展有限公司，经过了这二十多年的不懈努力，精益求精的态度，目前专卖店已达三百多家，堪称为业界之翘楚。荣获过国家企业标准（Q/YFY 001-2025）及国际IS09001的认可，也曾参与过人民大会堂等内部工程。

6.丽星家具集团创始于1992年，是一家集软体家具、五金套房家具为一体的综合外向型知名企业。在中国乃至全球家具行业中享有较高地位，现为广东家具协会理事，广东省专利协会理事，顺德市家具协会理事，于2025年全面通过ISO9001质量管理体系认证。

7.欧宝集团秉承着艺术家居的理念，以原创为动力，在赢得消费者一致推崇和业界高度重视的同时，也不断壮大成为中国家具行业的实力品牌。

8.美神实业是专业生产高品质软床、沙发、床垫、床上用品的大型家具企业，是目前国内最大的软体家具生产企业之一。经过多年来不断的研究和创新，充分利用电脑科技在人类健康睡眠方面取得了极大的突破。引领时尚、潮流、科技、环保的29%床垫，无不体现出美神人匠心独具的设计思想与对完美生活的执着追求。还根据人们不同的年龄、体重、工作环境和睡眠习惯等，研制出的床褥产品深受广大用户的爱戴。

9.伊丽百兰公司始建于1993年，已成为一家集自主研发、制造、销售于一体的大型软体家具企业。公司始终贯彻“品质是企业生命”的宗旨，产品荣获过“质量信得过产品”、“中国名优产品”和“中国绿色环保产品”等荣誉称号。该品牌将现代与时尚、生活与情趣完美的统一，用崭新的理念和科技手法打造一件件的精品。

10.“雅露斯”来自意大利，号称：“给你国际品牌的睡眠享受”。专业生产高品质、高品位的软体床、床上用品及相关居室配套产品，在全国各大城市深受消费者喜爱。它揉和了现代时尚、温馨浪漫、高贵典雅三种风格，创造出一种现代时尚家居美文化，体现并引导着卧房文化发展的新潮流！产品充分体现出现代主义精神意念，突出居室温馨主题，充满个性，超越时尚，又深蕴古典新意。将中国的传统工艺与现代理念完美结合，并遵循优雅、气派、个性、舒适、松软、时尚的标准，揉和科学的原理，及人体对软床的尺寸和曲线要求，采用高支高密的精梳全棉面料，同时考虑造型与材质的运用，处处透着美感，给人以赏新悦目的精神享受。

市场

温州、玉环为主的卧房家具

以杭州为主的办公家具

以绍兴为主的软体家具和实木家具

以义乌、湖州为主的红木家具

以安吉为主的转椅等多个产业区域。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！