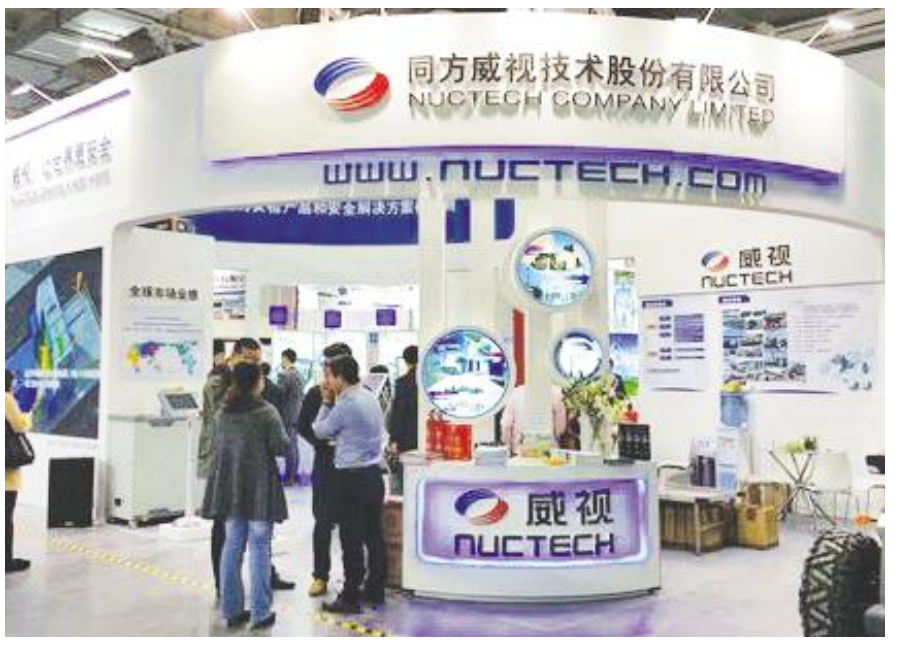
用活科技之光 闪耀“一带一路”

■ 李斌 盖博铭 关桂峰 阳娜 金悦磊

建设“一带一路”，企业要发挥主体作用。

“鼓励本国企业参与沿线国家基础设施建设和产业投资”“积极帮助当地发展经济、增加就业、改善民生”……《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》明确指出。

“一带一路”国际合作高峰论坛召开前夕，新华社记者深入企业采访发现，伴随某些高新技术领域从“跟跑者”向“并跑者”甚至“领跑者”转变，越来越多的企业在创新驱动下正加快“走出去”，为这条互尊互信之路、合作共赢之路、文明互鉴之路不断注入新动能。



安检“神器”：给大家一条放心的“安全带”

4 月底的北京，花红柳绿。

密云厂区里，同方威视技术股份有限公司的装卸师傅正在打包一批全新的安检仪。一辆辆近 20 米长的大货车排着队，准备装载各式各样的安检“神器”远行。

“这台车载式集装箱检查系统马上就要运往墨西哥。”车间内，调试员蔡志甫正调试图像，语气里透着自豪，“这辆‘车’可厉害了，几分钟内便可以架起一个‘大拱门’，被检车辆穿门而过，整台车的安检图像就显示在屏幕上。我们还可以用‘切片’方式观察图像，就像用鼠标直接‘打开’被检物品。”

记者了解到，目前，2 万多套各式“中国造”安检设备正在 150 多个国家和地区运行，为当地提供安全保障。在英法海底隧道、德国汉堡等港口，都能看到中国“神器”的身影；在亚美尼亚、泰国等国家的海关，不仅装备了这些中国“神器”，还配备了全方位的安检解决方案。

同方威视董事长陈志强说，密云生产基地刚建设时，有人认为基地“太大了，用不了”，而现在连巴西、波兰都有了工厂，当地生产，全球销售，不仅促进了所在国就业，更改善了当地民生。

“膜法”净水：给大家提供一台好的“净水器”

2001 年 7 月，一家叫“碧水源”的专注于水资源处理的创新型科技企业在中关村诞生。

企业展厅内，摆放着一台小型污水处理系统。系统内，一根根白色条状过滤膜竖立，像挂面一样，格外醒目，污水池里的污水经过这些过滤膜过滤，变成了清水，可达到地表水Ⅱ类标准。

碧水源常务副总裁何愿平说，这些过滤膜表面细孔的孔径仅为 0.1 微米甚至 1 纳米，可对目标分离物进行选择性过滤。

近年来，伴随“一带一路”建设提速，这家高新企业“走进”了巴基斯坦、斯里兰卡等国家。

“巴基斯坦环境相对恶劣，我们希望未来能用膜技术取代传统供水方式，以保障当地水源净化的效率和质量。”何愿平说。

在阿曼，碧水源预计将投资 1.5 亿美元处理水污染，当地油井出来的水，用膜技术处理后可达到灌溉水要求。

“‘一带一路’让中国企业更加国际化，提供了更多为全球作贡献的机会。”何愿平说，“过去，我们更多是把产品卖到国外。今后，我们将更多借助‘一带一路’，通过投资等形式与各国展开深度合作，实现‘借船下海’。”

手机“智”造：助大家驶上“网络快车道”

手机操作系统 MIUI（米柚），是小米公司基于安卓所开发的手机操作系统。5 年来尤其是“一带一路”建设 3 年多来，安装有这一系统的小米手机加速“走进”海外市场，遍布 156 个国家和地区，其中“一带一路”沿线国家有 30 多个。

米柚官方论坛上，已有俄罗斯、泰国等 30 多个国家的粉丝站点，各国用户在母语环境下就小米设备使用问题进行讨论。

“粉丝们来自俄罗斯不同地区，每日浏览量约 7 万人次。”叶夫根尼是小米设备的忠实“发烧友”，也是小米 MIUI 俄罗斯粉丝论坛的创始人。在他看来，如果说许多“中国制造”过去被定义为“便宜货”，那么现在至少在智能手机领域，“超高性价比”已成为新标签，受到不少国家人们的欢迎。

来自印度尼西亚的关利花 2015 年成为小米正式员工，她的工作内容之一就是和印尼等地的小米使用者进行网上互动。“工作起初涉及大量翻译工作，很多印尼的网友主动帮我们翻译，还会给我们建议。”关利花说。

从 2017 年起，小米在印尼销售的手机产品将实现 100%本地化。从单纯商品贸易、工程承包，到转为投资印尼、人员培训与合作生产——小米“印尼制造”，将在更高层次上实现互利共赢。

“‘一带一路’播撒合作共赢的理念，引导企业往全球分工体系里最有潜力的市场走，落地生根，开花结果，实现共同发展。”中国人民大学教授王义桅说，“小米手机发展这么快，其中一个重要原因就是‘走进去’，越来越多地‘欧洲生产、欧洲消费’‘非洲生产、非洲消费’，抓住了‘一带一路’机遇的要旨。”

科技创新，是驱动发展的重要动力，在“一带一路”建设中具有先导作用。中关村“一带一路”产业促进会理事长张晓东说，“一带一路”上的创新故事，体现了创新创业者们的担当，展示了正在“裂变”的中国高科技企业为“一带一路”沿线国家所创造的价值，更是国与国共建、共赢、共享的缩影。

如今，像同方威视、碧水源、小米一样，越来越多高科技企业正走向世界，成为一张张新的“中国名片”。而伴随更多“中国智慧”融入“一带一路”沿线国家百姓生活，科技之光在“一带一路”上正不断发出耀眼的光芒……

川煤集团渡市厂开展“分享安全故事”活动

“今天我来给大家讲一个发生在我们身边的安全故事，事情的经过是这样的……”

5 月 3 日是川煤集团达竹公司渡市选煤发电厂职工安全学习日，上午 9 点，该厂洗煤车间职工“四小家”里座无虚席，工段长乐江河在向参加学习的职工分享安全故事，讲述者讲得娓娓动听，听众听得津津有味。

分享安全故事是渡市选煤发电厂安全文化建设的重要内容之一，旨在通过学习安全事故案例给职工敲响安全警钟。活动采用职工亲口讲述的方式，将安全事故案例用职工自己的语言描述出来，并分享对该案例的理解、防范措施及本人在工作中需要注意的事项。这种安全事故学习方式抛开了以前一本正经的说教，表达同样的意思，用的是大家互相习惯了的语气，表达方式新颖，表达的语言通俗易懂，更具亲和力，职工更易接受。

该厂安监科科长王永焰介绍说：“我们在全厂 8 个生产车间都在开展这种分享安全故事的活动，安全故事由讲述人自己查找，主要围绕洗煤生产、发电生产、机运以及通用部分等进行分类收集，更有针对性，实用性更强。通过我们平时对职工的抽查，发现这种学习方式效果非常好，大家对安全事故的原因、教训理解得很透，达到了警示的目的。” （严有权）

让设备安全度夏

5 月 4 日，淮北矿业孙疃煤矿两名检修人员正在用游标卡尺检查副井提升钢丝绳的直径。为防止夏季高温多雨、潮湿、多雷电威胁机电设备安全，该矿每天对井上、井下重要机电设备进行巡查，勤听、勤看、勤摸、勤查，随时掌握设备的运行状况，对设备故障和隐患早发现、早汇报、早落实、早整改，杜绝设备带病工作。 王亮 摄影报道

彰显实力 引领潮流

——透过上海国际车展活动看中国重汽营销创新

■ 本报记者 赵健

上海国际车展，一场全球汽车行业的饕餮盛宴。在车展上人们可以看到全球汽车行业的最新变革与发展，感受新技术、新趋势、新产品给人类生活带来无限可能。

上海国际车展，一个汽车企业展示实力，参与竞争的竞技场。车展中一个个新产品的发布；一项项合作协议的签署；一场场别开生面的活动的开展，带给人们海量的信息资讯而成为人们关注的焦点。

中国重汽作为民族品牌里重卡的翘楚，自然也是上海车展的常客。此番，中国重汽带来了汕德卡 C7H 智能卡车、HOWO-T6G、G5X 轻卡等七款车型参展外，在车展现场还举办了 2017 年中国重汽曼技术产品实况挑战赛开幕等多项重磅活动，而成为上海车展中不可或缺的亮点。

产品、营销、服务是中国重汽今年的发展主题，探析中国重汽的营销创新战略，就会揭开企业如何在激烈的市场中纵横驰骋、创造出一系列销售奇迹的神秘面纱——

产品与技术创新——曼技术产品代表了中国重卡的最高水平

众所周知，很长的时期里，中国的汽车工业特别是重型汽车工业一直与国际先进水平存在着较大差距，缺乏核心制造技术的中国企业在过去几十年追赶世界汽车业发展步伐的过程中倍感无奈。

●中国重汽上海车展举行媒体见面会

如今，相对于乘用车市场占绝对数的国外汽车品牌而言，商用车市场中的国外品牌所占比例则是屈指可数。发生如今巨变，中国重汽就是推动这种巨变最重要的力量。

从生产新中国第一辆重型卡车开始，中国重汽在重卡制造的道路上披荆斩棘、勇攀高峰，从“黄河”到“斯太尔”，再到“豪沃”、“汕德卡”，中国重汽不断对重卡产品进行更新换代、技术升级，一次又一次创领了行业的发展。

通过不断的技术创新，中国重汽对产品结果进行了不断地优化调整：豪沃、豪瀚、汕德卡和斯太尔四大品牌的定位和体系已在市场中得到认可和接受；从工程车为主，向公路车、工程车、专用车并重转变，产品推广从斯太尔平台向曼技术平台转变，并实现了公路牵引车及曼技术车型销量的重大突破。

在此次上海国际车展上，中国重汽带来 HOWO T7H 6×4 燃气牵引车、T6G 8×4 自卸车、T5G 4×2 快递物流车、C7H 6×4 智能卡车、C7H 4×2 低位鞍座快递物流牵引车、以及 G5X 4×2 轻卡、G3W 统帅。个个皆是精品，件件都在引领潮流，因而，吸引了不少专业人士的关注。

其中，HOWO T5G 4×2 快递物流车、HOWO-T6G 自卸车、HOWO-T7H 6×4 燃气牵引车被誉为中国重汽抢占市场的“利器”。HOWO-T6G，搭载曼 MC09 发动机，是中国重汽第一款曼技术 9 升机产品，此次展出车型针对的是自卸车领域推出 8X4 驱动车型，最低油耗小于 185g/kwh。满足日常适用过程中用户对于可靠性、经济型、安全性、环保适应性、舒适性的要求，可谓是名副其实的“渣运先锋”。

中国重汽 HOWO-T7H 燃气车适用于中长途标载运输及重载运输，它不仅彰显着重汽在天然气重卡领域的地位，同时也势必推动天然气重卡向大马力方向发展，也是本届展会唯一展出的一辆天然气重卡。

本届展会上，中国重汽济南商用车公司携汕德卡 C7H 6×4、C7H 4×2 低位鞍座快递物流牵引车两款车参展。具有先进的坡道辅助系统、自适应巡航控制系统、车道偏离预警系统，以及最为关键的自动紧急制动系统，是中国第一款拥有完全自主知识产权的智能卡车。

●中国重汽在上海车展推出的展车

中国重汽济南轻卡公司的 G3W 统帅搭载 MC05 高压共轨发动机，功率可达 180 马力、扭矩可达 700N·m，匹配国内首创的 HOWO 轻卡半高顶驾驶室是全新开发的德国曼技术 2080 驾驶室，是为现代物流配送、仓储、绿色通道、活鲜运输等量身打造的经典车型。

豪沃 G5X 箱式货车，突破了当前中卡行业中受 4 缸发动机制约形成的动力不足、承载力不强、车速不够、油耗高的枷锁。定位中高端市场的中长途运输，主要用于电商、海鲜、绿通等时效性高，载货体积大的运输，针对 10-13t 城际快递物流，是 10-13t 城际快递物流中的一匹“黑马”。

今年 3 月份，中国重汽取得重卡月产销超 2 万辆、轻卡月产销稳超 1 万辆的优异成绩，一季度共实现销售整车 7.2 万辆，其中重卡 4.6 万辆，轻卡 2.3 万辆。国内、国际市场销量同步增长，圆满实现首季开门红，企业总体运营质量和效益水平明显提升，质量、效益始终保持了行业领先地位。

中国重汽的车好卖，关键还在于中国重汽的造车技术。现在看来，依托自身拥有的国内唯一的国家级重型汽车技术研发中心和与德国曼公司的强强联合，重卡技术领航者已经成为中国重汽新的标签。

中国重汽集团党委书记、董事长马纯济坦言：曼技术产品系列化是中国重汽技术创新、技术进步的重要成果，也是在新一轮竞争中不断取胜的最重要支撑条件。

服务内容的创新——让“亲人”服务更加深入人心

“买车，买服务”已成为消费者共识。尽管众多的企业打出了服务牌，但大多数只把其作为一种营销手段。中国重汽市场创新的基础是以高品质的产品满足顾客需要，并通过各种辅足手段达到与市场及用户的有效沟通。

●智慧重汽 由我掌控

为此，中国重汽将“亲人”作为自己的服务品牌，首开业内服务品牌之先河。同时，中国重汽不仅将“亲人”服务品牌作为灵魂产品来经营，而且，赋予它鲜明的个性、丰富的情感、卓越的品质及永不驻足的精神，正因如此，赢得了社会的广泛认可，迅速达到了产品、市场及用户三方面的有效结合。

近年来，中国重汽紧抓产品结构调整、优化营销服务模式，坚持自主创新，持续提升产品质量水平，一系列凝共识、集智慧、谋发展、发实招的创新举措正在铺陈延展。继 2016 年推出 I 代首款智能卡车后，首辆曼技术产品汕德卡 C7H 仅用了 26 个月行驶里程突破 100 万公里，同年 12 月又一辆 HOWO-T7H 百万英雄车诞生，而根据中国重汽“智能通”显示，今年将有一大批百万公里无大修的车辆涌现，并逐步实现“一辆百万，辆辆百万”的目标。

●中国重汽党委书记、董事长马纯济在上海车展接受媒体采访

2017 年 3 月，中国重汽全面启动行业内首创的“不停车”服务，颠覆了传统的服务模式，赋予了中国重汽“亲人”服务新的时代内涵，彰显了中国重汽的质量自信和前瞻智慧。

这次上海车展上，中国重汽着重宣传推广这项推出行业首创的“不停车”服务模式。据了解，重汽的“不停车”服务涵盖曼技术公路牵引车，车型为汕德卡“C 系列”牵引车、豪沃“T 系列”牵引车，不含危化品及重载版运输车辆。在运输途中发生故障不能继续行驶的，中国重汽将实施“亲人”快速救援服务，经预判 24 小时内不能修复完好的，由中国重汽负责协调第三方提供车辆，将用户所运货物由故障地运往目的地，并将挂车送回车辆故障地，确保货物运输的时效性。可以说这是中国重汽对于产品自身品质的强烈自信。

在这次上海车展上，中国重汽既展出了曼技术的新产品同时，又以智慧重汽主要功能模块以展板的形式进行展示，凸现中国重汽的后市场和售后服务的优质水平。据介绍，智慧重汽在推出来不到一年的时间里，每天的点击量已经超过一万次，智慧重汽发挥的作用还是明显的，手机 APP 的报修率达到 58%。可见智慧重汽已然成为重汽卡车用户的首选，其中除了一键报修、远程故障诊断、配件精准查询等功能，今年更是推出“个性化订制”服务，用户可以根据自身需求，在智慧重汽 APP 上输入日常经常运营路线、配送的货物，后台会给用户提供一个科学的适用车型。

主管重汽销售的刘培民副总裁说：“这种个性化订制都是在国家汽车法规允许的范围内进行的，也是在我们产品框架内进行的。”这是智慧重汽以用户为中心，推动智能管理、智能制造发展的直接体现。

营销方式的创新——开启节能环保的体验式营销新模式

从国内重卡市场层出不穷的营销形式可以看出市场竞争的激烈程度，上新车、拼价格、塑品牌……各种花样你方唱罢我登场；而从国外发达国家重卡产品节能、环保、安全以及“低油耗、大吨位、大功率、高技术含量且适合于专业化运输”的潮流来看，节能将成为国内重卡企业下一步发展的主题。

经过去年的成功举办，2017 年中国重汽曼技术产品实况挑战赛在上海国际车展上宣布启动。新一届节油比赛在秉承“实车、实货、实际路况”的“三实”理念基础上，较去年赛事进行了升级，一是区域赛增设了小组出线机制，在赛事上会增加一个区域赛的预选赛，选手们的比赛过程将更加公平；二是拓宽了行业领域，增设了快递快运、危化品等细分市场赛事，赛况更加精彩；三是 HOWO-T 系、汕德卡、豪瀚品牌车型都将作为比赛用车出现在不同区域，并同一区域的比赛保证使用同一款车型；可以预见，冠军的争夺势必会更加激烈。

近年来，中国重汽作为国内重卡行业的翘楚，通过与德国曼公司的战略合作，全面提升了“整车技术水平”和“产品质量水平”。其中，引进德国曼公司技术生产的 MC 系列发动机，具有极宽的低转速大扭矩输出区间，可有效降低车辆油耗，不但引导了重卡领域节能环保的发展，更将整车的换油保养周期提高到 8 万公里，发动机 B10 寿命 150 万公里，在车辆经济性、可靠性方面，真正达到了世界先进水平，从而在国内重卡行业中拥有无人能敌的技术优势。

通过节油大赛的进行，人们有理由相信，中国重汽优异的产品质量和良好的经济性必将赢得更多用户的青睐。

中国重汽集团公司党委副书记，副总经理于有德表示：“低油耗是检阅车辆性能的重要标准，也是节约用车成本的重要环节。我们希望通过节油大赛向广大卡友传授节油知识和驾驶技巧，帮助他们培养科学的节油驾驶习惯，同时在厂商、经销商和用户之间搭建一座沟通的桥梁，共创绿色发展之路，以实际行动倡导节能减排”。