

穿行世界的“中国符号”

近年来,中国轨道交通异军突起,中国制造轨道交通装备穿行在世界各地,把中国技术和中国质量带向海外。

美国民众感受中国制造“一个全新的世界”

“现在,平生第一次,我不再需要别人帮我进到车厢里了。这种独立性对我来讲至关重要。”马萨诸塞州波士顿地铁老乘客怀特先生坐着轮椅在车厢里溜达了一圈,对地铁新车充满期待。当地时间4月3日,在美国波士顿举行的橙线地铁模型车首次展出活动上,美国民众感受了来自中国的地铁车厢。更宽敞、美观,设计更加人性化,让美国民众为之点赞。“车厢内外侧都有专门的按钮,可以让坐在轮椅里的人在上、下车的时候直接启动车厢底部的专用轮椅车平板,通行完全无障碍。”怀特先生说。

2014年10月,中国中车击败韩国、日本及加拿大等国的城市轨道交通车辆企业,获得了美国马萨诸塞州交通局价值5.67亿美元的订单,为波士顿橙线和红线地铁提供284辆新车。

美国波士顿橙线地铁是中国首批具有完全自主知识产权的美标地铁车,相比波士顿既有线路运营几十年的“老爷车”,这批地铁车辆将极大地改善美国乘客的出行体验。该车采用不锈钢车体,运营时速102公里,车辆服务年限将达30年。

美国地铁线路对车辆重量有着严格要求,曾有多家国际化制造商因参数问题被拒之门外。中车长客股份公司潜心研究,采取整车轻量化设计,在方案、材料、空间等方面运用80余项新举措,最终减重1.8吨,将车身重量控制在33吨左右。“这一数据在同类美国重轨地铁列车中排名靠前。”中车长客股份公司副总工程师于青松说。

“车太棒了!这简直是一个全新的世界。”在10月16日上午的试乘活动中,美国马萨诸塞州交通局采购总监波尔卡里兴奋地说,车辆代表了最先进的技术,相信波



●10月16日,中国中车长春轨道客车股份有限公司研制的首批美国波士顿橙线地铁车在吉林省长春下线。

士顿市民坐这个车一定会感到惊喜。非常期待首批车辆尽快抵达波士顿。

中国方案获得市场认可 迎来更多“回头客”

在距离波士顿90英里的春田市,美国曾经的工业中心,春田工厂附近街道的墙壁上,一行标语引人注目:“欢迎中国中车”。

春田工厂是中国中车在美国建造的第一个轨道交通装备制造厂,也是中国中车波士顿橙线地铁项目的重要组成部分。2015年9月,春田工厂在马萨诸塞州春田市正式铲土动工,波士顿地铁后续车辆将在这里完成车辆总装配、转向架装配、试验和售后等工作,实现本土化生产。

建厂之外,中国中车还设立了研发美国分中心,承担前沿技术研究、美国标准体系的建立及认证、对北美地区项目进行跟踪、研发及后期的技术支持等工作。

中国中车在美国推进多层次本土化的

做法受到美国民众和地方政府的热烈欢迎。波士顿马萨诸塞湾交通局项目经理德维托对此深有感触:“春田工厂不仅在工厂建造过程中为当地创造了就业岗位,而且还会有150个永久性的工作岗位。”在春田工厂动工仪式举行当天,一位美国老人在他酒吧所在的街道墙壁上刷了那行醒目的大字:“欢迎中国中车”。

成本低、效率高、本土化的“中国制造”地铁正迎来更多的美国“回头客”。如今,中国中车已经进入波士顿、芝加哥、洛杉矶、费城四大城市,获得的地铁和通勤客车订单达1359辆。仅在最近半年内,就先后在波士顿、洛杉矶获得184辆地铁订单,在费城获得45辆通勤客车订单。未来,中国制造地铁将停靠哈佛大学和麻省理工学院,服务2028年洛杉矶奥运会,驶入好莱坞。

美国中车麻省公司副总裁贾波表示,受美国铁路市场青睐的原因之一,是中国企业能够在充分调研的基础上,为客户提供切实

可行的“中国方案”。“中国轨道交通企业拥有多年的研发、制造经验,掌握了轨道交通装备的核心技术,能够满足客户多样化的需求。”贾波表示,未来的美国市场将不仅有中国制造的产品,也会获得更多的“中国技术”和“中国方案”。

拥有轨道交通核心技术 登上世界顶级市场

巴西里约热内卢,来自中国的列车承担了约82%的城市轨道交通运营;沙特麦加,朝觐地铁能在7天内将200余万人运送到目的地,运营模式独一无二;在阿根廷、埃塞俄比亚,舒适的城市轻轨,有效满足了当地居民的通勤需求……

如今,中国制造轨道交通装备正赢得越来越多海外订单。以占据中国国内城市轨道交通装备市场40%以上份额的中车长客为例,该公司产品已出口至澳大利亚、新西兰、巴西、阿根廷、泰国、沙特、伊朗、新加坡、埃塞俄比亚等20多个国家,出口车数量累计超8000辆,出口创汇超80亿美元。

其实,早在1995年,中国轨道交通装备企业就开启了“走出去”的步伐,获得了首个出口项目——伊朗德黑兰地铁项目。之后历经多年发展,中国轨道交通装备出口从配件出口到整车出口、从中低端产品到高端产品、从欠发达市场到发达市场,终于登上世界顶级市场,成为穿行在世界各地的“中国符号”。

业内人士分析称,中国轨道交通装备登陆美国市场具有标志性的意义,这将让中国产品积聚品牌效应,让中国轨道交通装备挺进海外市场,步伐变得更快。

“中国拥有几乎所有世界先进轨道交通装备的核心技术,且修建高铁平均成本只有外国企业的大约一半,施工效率却是其一倍以上。”中国工程院院士丁荣军预测说,“波士顿第一单”后,中国有望在美国、欧洲等高端市场连续获得订单。

(王萌)

3层以上 只留一块“名牌”

今后,北京市只允许建筑物墙体上3层以上保留一处建筑物名称牌匾标识,禁设单位名称牌匾标识。其他各类牌匾标识原则上下移到3层以下位置。记者从城市管理委员会获悉,年内全市违规广告牌匾将全部清理拆除。

日前,在海淀区中关村大街科贸电子城、北三环明光家具城,组织召开全区专项行动部署会。海淀区全区29个街镇主管领导和相关委办局负责同志参加现场会。现场拆除了“中关村科技贸易中心”“建材家装”等牌匾标识。

今年第四季度,北京市城市管理委员会在全市范围内集中开展建筑物屋顶广告牌匾清理专项行动。《北京市牌匾标识设置管理规范》于2017年10月1日起颁布实施,新版《规范》的设置布局突出了“设置下移、减量化、精致化、精细化”理念。只允许建筑物墙体上3层以上保留一处建筑物名称牌匾标识,禁设单位名称牌匾标识。

同时,增加了建筑物屋顶牌匾等的禁设情形,对建筑物牌匾标识设置限制数量;增加了牌匾标识字符尺寸大小限制要求;针对不同区块功能定位等情况,提出了分区分级设置要求。

(耿学清)

百余种西安名优特产 厦门开展

10月28日-29日,西安名优特产产品厦门展销会在厦门国际会展中心举行。西安市组织了30家品牌企业的7大类、100余种绿色农产品集中亮相,为厦门老百姓和客商搭建采购平台。

本次展销会以“生态陕西、品质西安”为主题,由西安市商务局主办,厦门市商务局协办。旨在大力宣传和推介西安“一带一路”新起点城市新形象,进一步加强厦门与西安两地的农业战略合作,提高西安农产品知名度,开拓西安农产品在沿海城市的市场。同时促进农业持续增效,农民持续增收,向厦门市民推荐绿色、新鲜、品质优良的西安名优特产。

“厦门、西安南北差异大,农产品加工品互补性强。西安地处关中平原,水资源丰富,土壤肥沃,光照充足,是适宜粮食瓜果蔬菜种植、肉禽养殖生产的最佳区域,农产品口感极佳。”福建省陕西商会常务副会长贾强觉得,搭建这样一个平台,也能让广大厦门市民和采购商更进一步了解西安,品味质优价廉、丰富多样的西安名优特产。现场,来自福建陕西商会所属企业、厦门当地大型商超和市场、商贸流通企业等50余家采购商也是兴趣浓厚。

据了解,目前西安现有农业产业化市级以上龙头企业达到171家,基本形成了乳品、粮食、果类、菜和肉类加工的五条龙产业链。全市累计培育认定市级以上名牌农产品129个,有5个中国之乡农产品原产地冠名权落户西安市,14个农产品获得国家地理标志保护产品认证。此次展销会,西安专门组织了30家品牌企业的7大类、100余种名优农产品参展,既有周至猕猴桃、临潼石榴、郿葡萄、火晶柿子等新鲜果品,也有秦岭深山的独特山珍、中华蜂蜜,还有品味俱佳的香醇美酒、营养蛋品、富硒矿泉水、特色小食品等。

(轩轅 杨子)

常德品牌农业推介行 长沙首站活动即将举办

10月30日,记者从湖南“常德品牌·中国品质”——常德品牌农业推介行长沙首站活动组委会获悉,“常德品牌·中国品质”——常德品牌农业推介行长沙首站活动正在紧锣密鼓筹备中。届时,将有100名常德农业经营主体负责人和400名客商参加展会。

据介绍,“常德品牌·中国品质”——常德品牌农业推介行长沙首站活动将于11月13日在长沙举办。这是为贯彻落实市委、市政府“开放强市·产业立市”发展战略,推介常德市优质农产品品牌,推动常德市农产品“走出去”、项目资金“引进来”,全面加快常德市现代农业发展步伐的重要举措。此次邀请的400名客商中,有100家农产品贸易流通公司、100家农产品电子商务平台、100家农产品批发销售公司、100家大型生活超市负责人。

常德市是全国重要的商品粮、棉、油、畜、禽水产基地,粮食产量全省第一,棉、油、果、畜、禽等产量位居全省前列,素有“洞庭鱼米之乡”的美誉。一直以来,市委、市政府高度重视农产品品牌建设,深入贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”五大理念,以保障安全为底线,以绿色发展为主线,推动全市品牌农产品保持了良好发展态势。目前,全市农产品“三品一标”认证达到1196个,其中无公害农产品444个、绿色食品428个、有机食品294个,国家地理标志保护产品30个;拥有农产品品牌146件,其中驰名商标30件、湖南省名牌25件、湖南省著名商标91件,先后获得国家级和省级金奖80余个,打造了石门柑橘、汉寿蔬菜、武陵红茶、河洲甲鱼、金健米业、广益粮油等一批品质优、竞争力强的公共品牌和产品品牌,为市场提供了大量适应消费需求的优质产品,“德”字号农产品影响力得到不断提升。

(曾玉英 肖轻云)

日系车品牌集体转向电动化 新能源和智能化已是全球汽车产业共识

作为今年最后一个国际性大型车展,正在进行的2017年东京车展再次表明,新能源和智能化已成为全球汽车产业的共识。在本次东京车展上,以三菱、丰田、本田、日产为代表的日系品牌,均展出了各自在新能源和智能化领域的最新技术和产品。

电动化成日系车发展方向

作为历史最悠久的日系车品牌,三菱汽车在今天的东京车展上展示了最新的技术成果,包括全球首发的SUV概念车e-EVOLUTION CONCEPT、混合动力SUV车型欧蓝德PHEV以及首度亮相的全新紧凑型SUV车型Eclipse Cross。这表明,三菱汽车继续聚焦SUV的战略决心更为坚定,且将未来的发展方向瞄准电动化、智能化。

近日,一批小型化、便捷化、智能化的新型充电桩在北京通州区城市副中心地下停车场内安装完毕。这批新型直流和交流充电桩体积缩小为常规直流桩的1/5并增设了自动收线装置,既便于用户使用又便于维护。

据介绍,e-EVOLUTION CONCEPT是三菱将所擅长的EV、四轮控制为代表的SUV技术,以及全新的车载人工智能技术充分融合的一款产品。通过众多的传感器,e-EVOLUTION CONCEPT能时时刻刻感知变化着的道路环境及交通状况,并在任何气象条件及路况下,与驾驶者的意图进行高度同步,从而给驾驶者提供“随心所欲”的舒适驾驶体验。同时,e-EVOLUTION CONCEPT的车载AI还具有独到的指导功能。通过准确把握驾驶者的驾驶水平,车载AI能自主思考提升驾驶者水平的学习方案,并使用语音对话和在前部大型显示屏上进行提示等方式对驾驶者提出建议。

除三菱汽车外,其他日系车品牌也都亮出了自己的最新产品:本田在本届东京车展上发布了纯电动运动型Sport EV概念车,这款概念车搭载了本田自主的智能系统,可对驾驶员的驾驶习惯进行学习并提出各种驾驶建议;丰田汽车推出了最新的燃料电池概念巴士Sora,以及燃料电池MPV概念车

Fine-Comfort;日产则展示了纯电动SUV概念车IMx等车型和自动驾驶技术。

而马自达、铃木、斯巴鲁等车企也纷纷亮出了各自的电动车技术和产品,以及在汽车智能化、网联化方面所取得的新进展。

被称为“亚洲汽车技术风向标”的东京车展,代表着亚洲汽车最前沿的发展方向。今年的法兰克福车展上,奔驰、宝马、大众等欧洲汽车企业相继明确了新能源和智能化的发展方向。而三菱、丰田、本田等日本车企此次东京车展上的表现则充分表明,继欧洲车企后,新能源和智能化也成为日系品牌的发力点。

开启新时代汽车计划

今年东京车展的主题是“BEYOND THE MOTOR”,日系车企一改以往的保守和传统,全面展示其在新能源、智能化以及自动驾驶方面的最新进展,并喊出了“重新定义汽车”的口号。

“100多年来,汽车厂商一直在不断更新汽车技术。进入新时代后,电动化和智能化给传统汽车企业带来了新的挑战。”三菱汽车公司CEO益子修说,随着新技术的大规模应用,传统车企过去的优势可能会变得不那么重要。同时,市场也在产生相应的变化,以前人们都希望拥有自己的汽车,而未来共享汽车模式可能会越来越普及。“这些都对汽车企业提出了新的问题和挑战。传统车企需要重新审视新的需求、新的技术”。

与此相呼应,三菱汽车发布了“Ambition to Explore”的全新品牌战略,以及近十年来首个新的全球品牌口号“Drive your Ambition”,体现了三菱汽车对科技和设计、全球业务、服务等方面新的探索。

三菱汽车副社长山下光彦表示,三菱汽车的造车历史已经有100年了。在过去的100年里,三菱一直以创造新种类的汽车为己任。未来,三菱汽车将在新战略的指导下追求SUV、EV和系统的三大价值,在下一个百年继续创新,带给客户感受更深层、更感性的用车体验。

据了解,早在2012年的巴黎车展上,三

菱便首次发布了欧蓝德的插电式混合动力车型,当时引起了一些舆论的质疑。五年后,欧蓝德插电式混合动力车型全球整车销售量超过135,000辆。

10月18日,三菱汽车在东京发布了其三年中期经营计划。计划指出,相较2016年度,三菱汽车的年销售量目标将增长30%以上;到2019年度,将达到130万辆。

益子修表示,新能源、智能化、网联化等新技术在汽车领域的发展很快,尤其是中国市场的进展更快。纯电动轿车在中国汽车市场已有了很大数量,未来纯电动的SUV产品将很快成为中国市场的热门货。今后,三菱汽车将积极开拓和加速电动车的发展,并与人工智能系统以及云计算紧密结合。

中国市场受到高度关注

作为全球最大的汽车生产和销售市场,中国市场一直备受全球汽车制造企业的重视,新能源汽车领域更是如此。

“现在,全世界的汽车厂商都在按照中国的汽车市场政策推进经营。”益子修说,三菱汽车也在按照中国政府提倡的政策方针开展事业,大力推进EV和PHEV汽车产品的发展。

山下光彦表示,中国市场非常重要,三菱汽车目前在售的核心产品都会慢慢导入中国进行生产。今后,SUV和EV的价值在中国市场将会充分凸显,而三菱汽车会保持这两

方面的产品投入。

自从2016年加入雷诺-日产联盟后,三菱汽车加快了在新能源、智能化等方面的发展步伐。针对未来如何在中国市场大批量投放和研发新能源汽车产品的问题,益子修表示,三菱汽车有三个途径推进这项工作,包括利用三菱自身已有的新能源技术积累,利用雷诺、日产、三菱联盟的技术优势,以及利用合作伙伴广汽集团的技术力量等。

“加入雷诺-日产联盟后,三菱汽车的销售、品牌和经营是独立的,而在车身平台、动力系统、智能化技术等方面却可以共享,在技术上实现协同效应。同时,三菱汽车目前的中国合作伙伴是广汽,日产的合作伙伴是东风,这样就形成了在中国有四个集团一同合作的态势。”益子修说,中国在新能源领域,尤其是电池领域的进步非常大,技术水平很高。以往三菱汽车的电动汽车产品使用的电池,基本都是日本生产的。未来,将加大与中国企业的合作,以便提供更多更好的产品和技术,满足中国消费者的需求。

据了解,三菱汽车在中期经营计划中提出,计划于2019年实现年销量130万辆的目标,较2016年增长30%。同时,对设备的投资和研发费用,将分别增加60%和50%。至于中国市场,三菱汽车更是设定了三年内销量实现148%增长的宏伟目标。

与此呼应,广汽三菱今年前9个月取得了销量同比增长199%的业绩。(李志勇 钱铮)



安徽阜阳有市名牌产品136个 省名牌产品84个

11月1日,阜阳市政府召开新闻发布会,通报阜阳市推进质量品牌升级工作开展情况。目前,阜阳市建设的首个国家质检中心——国家再生有色金属橡塑材料质量监督检验中心(安徽),已经国家认监委批准。全市已拥有阜阳名牌产品136个、安徽名牌产品84个。

今年,阜阳市组织开展了2016年度阜阳名牌的申报评价工作,经最后认定,36种产品为2016年度阜阳名牌产品。至此,阜阳市

已拥有阜阳名牌产品136个。同时,阜阳市积极帮助培育并申报安徽名牌产品,目前全市拥有安徽名牌产品84个。

在此基础上,阜阳市积极组织地理标志和集体商标注册工作。颍东区“口孜大蒜”成功注册为地理标志证明商标,至此,阜阳市地理标志证明商标总数达到7件。临泉芥菜协会、生业协会和羊肉馆协会三件商标成功注册为集体商标,阜阳市集体商标总数达到4件。

此外,目前,阜阳市建设的首个国家质检中心——国家再生有色金属橡塑材料质量监督检验中心(安徽),已经国家认监委批准,整体验收前各项准备工作已基本就绪,近期将申请国家验收。届时,将在授权范围内,开展产品质量监督检验业务,同时为相关行业的发展提供服务,帮助企业进行规范化、标准化和品牌化建设。

为更好推进质量品牌升级工程,今年,阜

阳市相继印发了《阜阳市质量品牌升级示范推进年活动实施方案》、《阜阳市商标品牌战略五年推进计划(2017至2021)》等文件。力争到2021年底,国内有效注册商标量达到40000件,国际注册商标达到35件,证明商标(集体商标)数达到25件,行政认定驰名商标达到12件,省著名商标达到400件,市知名商标达到500件,省级专业商标品牌基地达到8个。

(曹亚伟)