

上海汽车集团走出“中国红”道路

▶▶▶[上接 P1]

科学规划,深入推动湖北蓝莓产业化发展

根据土壤、气候、区位、市场等综合因素,划分蓝莓优势产区,确定优势品种。科学指导基地规划和建设,根据市场定位,确定规模大小及营销方式,避免盲目种植、劣性竞争。

与此同时,蓝莓产业链发展一方面要大力推进蓝莓果品贮藏保鲜及加工工艺研发,延长供应链,拓展消费市场,增加附加值的研发。研发蓝莓果品贮藏保鲜工艺,延长其货架期。另一方面大力还要开展蓝莓果酒、果汁、果酱、果干、果茶等加工工艺研究,研究蓝莓花青素提取及制作工艺等精深加工产品,只有不断地延伸产业链发展,才能提升蓝莓产业化水平助推乡村振兴。

近几年来,我国蓝莓售价高,激发了其他行业转行从事蓝莓生产经营热情,客观上造成了多种种植者缺乏专业知识和种植管理技术。生产上盲目种植,急于求成,出现建园标准低,不规范,土壤改良不到位,生产管理不善,造成蓝莓长势弱、品质差、产量低,种植效益不高的情况,严重影响了中国蓝莓产业的正常发展。

杨夫臣强调,蓝莓专业技术人员缺乏,技术培训和推广体系不健全,是制约湖北省蓝莓产业化发展的关键因素。为了推进全省蓝莓产业持续健康稳定的发展,作为专家必须做好技术培训和推广工作,通过建设一批标准化示范基地,发挥辐射带动作用,才能确保蓝莓产业的稳步发展。

为此,杨夫臣介绍湖北鑫民生态农业公司就是在他们的指导下一个典型实例。该公司2012年开始从事生态农业开发与经营,打造了以蓝莓为基础产业的现代绿色生态农业基地,致力于建设以蓝莓为拳头产品,集林、果、研、休闲为一体的综合化农旅示范区,总投资1.2亿元,已建成8000亩现代绿色生态农业示范园,包括优质高效水果示范区、名贵观赏绿化林区。该公司的成功发展得到了省、市、各级党委、政府的高度重视和大力支持,并给予政策资金支持,已获得国家级标准化种植示范基地、湖北省林业产业化省级重点龙头企业、湖北省农业科技联盟盟员、湖北省农业休闲示范区、湖北省最美休闲农业项目等荣誉称号。目前该公司已建成蓝莓面积2000多亩,主要种植奥尼尔、密斯蒂、莱格西、布鲁吉塔等优良蓝莓品种,也是目前湖北省面积最大的优质早熟蓝莓生产基地,产品销往武汉、上海、浙江等地。

湖北鑫民生态农业公司蓝莓产业的发展也促进了当地农民就业,增加了农民经济收入。当地农民除了每年有土地流转金外,还到基地务工人均每年增收2万多元。全村在册贫困户55户,143名贫困对象,已于2016年底因蓝莓种植全部脱贫,还辐射带动周边163户429名贫困人口脱贫致富。

同时,湖北鑫民生态农业公司蓝莓产业的发展还带动了当地旅游、餐饮、零售、运输等服务行业。现在基地周边的农家乐、采摘园、休闲山庄顺势而发,仅农家乐就有11户,单在蓝莓采摘期5-7月份,每家农家乐平均收入就达到30多万元。

蓝莓基地的发展,已成为当地政府一张靓丽名片,蓝莓产业成为农村产业结构调整、农民脱贫致富的新兴产业,杨夫臣如是说道。

【人物链接】

杨夫臣,中国园艺学会小浆果分会副秘书长、常务理事,中国南方蓝莓产业科研协作组专家委员会成员;现就职于湖北省农业科学院,专门从事蓝莓、梨等果树新品种选育、栽培生理和技术研究。主持及参与国家及省部级项目20余项。发表科技论文30余篇,编制湖北省地方标准10项,获得国家发明专利21项,审定果树新品种4个,获省级一等奖2项、二等奖1项、三等奖2项,省专利金奖1项。

具有竞争力的整车产品、低成本的运营模式和完整的供应链体系全部“组团出海”,开创了国内汽车企业“走出去”的创新模式。

“网红”制造机: “汽车跑在互联网上”

想要打开天窗,在传统的汽车上需要手动控制,但“网红”SUV名爵HS里,开天窗可以用“说的”;当车内有人开始吸烟时,汽车自动识别场景可以开启天窗;想要听歌了,汽车不仅能在现有的曲库里播放,还可以根据场景搜索更为合适的歌曲,让汽车读懂自己的心;当识别到有障碍物时,汽车还会主动减速,让驾驶更安全。

在上汽集团,这样的“网红”车型还不少。今年9月,集团推出的量产智能汽车荣威MARVEL X正式上市,集成了AR增强现实仪表盘、无线智能充电、“最后一公里”自主泊车等前沿技术,还搭载3.0版本互联网汽车斑马智行系统。

在互联网汽车方面,上汽自主品牌形成了系列化的产品阵营,互联网汽车占销售比重超过40%,荣威、名爵互联网汽车累计销量已突破70万辆,覆盖金融保险、维修保养、导航娱乐等的互联网汽车生态圈已经成型。

“网红”的背后,是上汽作为传统制造企业多年来的积累,也是企业创新转型、主动跨界合作的结果。上汽集团董事长、党委书记陈虹说,着眼于汽车行业发展新趋势,上汽集团未来将重点推进实施“电动化、智能网联化、共享化、国际化”的“新四化”发展战略,在新能源汽车、智能网联汽车等核心技术关键领域进行全面布局,并努力将创新技术优势向海外溢出实现差异化竞争,倾力打造富有创新精神的世界著名汽车公司。



获2017年度国家科学技术进步奖二等奖。

上汽集团总裁、党委副书记陈志鑫说,上汽技术创新的关键在于开放,从“闭门造车”到“开门造车”,从“被全球化”到“主动全球化”,上汽在规模化生产和产业发展上取得了跨越性发展,成为全国率先走出国产化、汽车规模化生产道路的楷模。

一片红火: “走出去”,从一个到全链条

汽车听得懂中文、英文,这并不稀奇,但如果一款中国产的汽车可以听得懂泰文,这可是新鲜事。在泰国上市互联网车型名爵ZS配备了支持泰语语音控制的互联网汽车系统i-SMART,为泰国年轻消费者带来了高品质的未来感驾乘生活。

在数十年以日系车为主的泰国汽车市场上,中国汽车想要突围,并不容易。名爵ZS进入泰国4个月,就晋升B级SUV市场月销

量冠军,为中国品牌赢得了广泛赞誉,也为更多中国汽车进入东南亚提供了“口碑支持”。

上汽“走出去”的脚步从未停止。2005年,收购英国品牌罗孚;2009年,收购英国商用车公司LDV品牌,将其引入中国并创造了上汽大通;2014年,上汽名爵泰国工厂开建;2017年,上汽通用五菱汽车在印度尼西亚的子公司宣布投入运营,印尼工厂首款产品——五菱Confero S下线,中外合资车企“走出去”,开创了“一带一路”合作的新模式……

如今,上汽全球化布局已经遍布全球六大洲,旗下不少车型更是在海外的细分市场上取得了佳绩。目前,上汽大通在澳大利亚成为当地细分市场的主流首选品牌之一,今年1-9月销量超过1万台,同比增长112%。

陈志鑫说,上汽集团在集聚国际资源开拓全球化布局的同时,不仅拓展了传统的贸易、进出口业务,而且通过研发生产、营销服务、投资平台和国际贸易四大板块,逐步实现

贡献企业颁奖活动在郑州国际会展中心举行,众品食品企业被评为河南省畜牧产业扶贫突出贡献企业。

近几年来,众品公司通过捐赠物资、现金等途径,帮助贫困户数千户,公司志愿者协会先后组织鲜易志愿者参与植树、关爱老人、儿童等志愿活动百余次,发放助学金数十万元,帮助贫困学生。

作为社会公众企业,众品公司将一直秉承健康人生、回报社会的发展理念,为社会和消费者提供新鲜、健康、营养、美味的产品和服务,积极参与精准扶贫事业,投身社会公益事业,履行企业公民责任,为满足人民日益增长的美好生活向往做出贡献。

2018年10月6日,由河南省畜牧局和省扶贫办联合举办的畜牧产业精准扶贫突

出格局。目前,全市电商从业人员突破16万人,各类网店2万多家,年交易额200多亿元,带动1026名建档立卡贫困户创业增收。

作为社会公众企业,众品公司牢记使命,在推动企业发展同时,积极参与公益事业和光彩事业,履行企业公民责任。

结合长葛市扶贫办,2018年春节,众品公司为长葛区域的1800多户登记在册贫困户提供过年物资。此后每年,众品公司都将为长葛区域的贫困户提供饺子馅等扶贫物资。

众品公司除为贫困户送去扶贫物资外,还通过产业扶贫、要素赋能、金融贷款贴息项目等多个渠道、多种方式帮助贫困村、贫困户进行创业脱贫。

模为300亿元,放大后,基金总规模将达1000亿元以上,专注于原始创新领域和创新早期投资,支持民营企业深耕硬科技、黑科技、深科技。

——完善创新生态。创新是个生态。去年以来,我们着力搭建各要素的融合与服务平台,促进科学家、企业家、投资人、工程师等的深度合作。同高校院所和企业合作,在大数据、新能源汽车等方面成立了一批国家级工程研究中心、技术创新中心,加强产学研交叉合作。市里一批大科学装置和前沿交叉研究平台,建成后也将对民营机构开放。

——降低企业成本。在土地上,我们明确产业用地是发展产业的,不是用来“炒”的,努力降低高精尖企业产业用地成本。我们探索在农村集体建设用地上,通过农民集体自建、

政府租租并提供补贴的方式,为初创企业提供低价办公和生活用房。我们加大对企业研发投入的税收优惠和财政补贴,对高新技术企业每年新增研发部分给予10%奖励。

——提供应用场景。去年12月,北京市在全国最早向多家民营企业发放自动驾驶车辆测试牌照,截至目前,累计道路测试里程达到7.5万公里。下一步,北京市还将围绕冬奥会、世园会、北京城市副中心、北京大兴国际机场等重大工程,推动5G、自动驾驶等应用场景建设。

营商环境改革: 这是一场自我革命



动力。

红豆男装网销伴随“双十一”一起成长壮大,可以说见证了“双十一”十年的飞速成长。红豆男装电子商务中心经理宋瑞敏对未来充满信心,他说,双十一的竞争不再是打折促销,而是好产品、好服务、好品质等高质量竞争,只有将消费者利益置于首位,用高质量产品、服务赢得消费者,未来之路才能越走越顺

利。红豆男装网销持续增长的内因,就在于好产品、好服务、高品质。

红豆售出的每一件产品,都要保质保量,这是对消费者负责,也是对红豆品牌负责。这是红豆一直秉持的经营理念。“我们与客户直接交流,虽然是在网络上,但每一个客户都是真实的人,而非虚拟的人,只有用高质量的服务,才能赢得客户信任。”红豆家纺的小王做

新华社记者 周蕊 丁丁

2017年整车销售继续保持全国第一;第14次跻身《财富》世界500强,排在第36位。这是中国最大的汽车集团——上汽集团,把创新写在每辆车“基因”里,改革开放40年来,企业走出了一条“中国红”道路。

一颗红心: 中国汽车工业的品牌化之路

汽车制造业是所有工业部门中产业链最长、带动效应最大的产业之一。改革开放40年来,以上汽集团为代表的中国汽车工业走出了一条发展和开放之路。

中国第一家汽车零部件合资企业、第一家汽车中外合资企业、第一家汽车销售合资企业、第一家汽车跨国公司总部企业、第一家汽车服务贸易合资企业、第一家汽车租赁合资企业、第一家汽车专用滚装码头合资企业、第一家汽车金融合资企业。改革开放以来,上汽集团拥有了很多“第一”。

从确定与德国大众合作到1983年第一辆上海桑塔纳轿车组装成功,从桑塔纳零部件依赖进口,到实现国产化生产,桑塔纳这一标志性“国民汽车”身上记录着中国汽车工业和上汽集团“不怕苦、不怕累”的攻关精神。

上世纪90年代,桑塔纳2000型的问世,结束了桑塔纳轿车“十年一贯制”的单一产品局面,也让中国汽车人得到了范围更广、难度更大的锻炼,基本掌握了全程开发的关键技术,为上海轿车工业形成自主开发能力奠定了厚实的基础。

在首届中国自主品牌博览会上,上汽集团自主研发的EDU电驱变速箱吸引了大量目光。作为新能源汽车核心零部件,这一变速箱成功突破了国际汽车巨头的技术壁垒,荣

众品美食助力长葛市“互联网+”电商扶贫

本报记者 李代广

近日,河南省长葛市“互联网+”电商扶贫农产品展销会在新区科技广场开幕,来自全市各乡镇的名优产品、贫困户农产品、电商扶贫企业特色产品汇聚一堂,共同展示长葛市电商扶贫成果。

作为河南省产业扶贫突出贡献企业,河南众品食品有限公司应邀参展。

近年来,长葛市大力培育特色扶贫产业,带动贫困户通过多种形式参与生产经营,实现脱贫致富。尤其是抓住电商迅猛发展的重大机遇,出政策、建机制、抓落实、促增收,形成了产业支撑电商、电商带动产业的良性互

▶▶▶[上接 P1]

通过五个“一批”精确制导,支持民营企业发展

——更大力度地清理一批行政审批和政务服务事项。近期,我们决定把市、区两级面向企业和群众的行政审批和政务服务事项进一步大幅压缩,市一级将由原来的2298项减至1130项,区一级也将同步压缩50%至60%。

为创新型企业服务 不能“一张方子,包治百病”

北京民营经济最显著的特征,就是以中关村企业为代表的创新型企业。这类企业的发展有不同于传统产业的自身规律,对它们的服务,不能“一张方子,包治百病”。

——做好政策引导,布局硬技术和深技术。去年,我们设立了北京市科技创新基金,规

红豆网销打造高质量“双十一” 不到2小时,红豆“双十一”网销破亿

弹指一挥间,“双十一”已经进入第十个年头。“双十一”是我国电子商务一大标志性事件,十年“双十一”是我国电子商务迅猛发展的十年。10日夜,随着零点钟声的响起,双十一购物狂欢节拉开帷幕。今年双十一,天猫成交额显然已超预期!两分钟零五秒成交额超百亿,一个小时,总成交额已突破672亿元,仅仅1小时47分26秒,今年天猫双11成交额超千亿,比去年快了约7小时13分钟!

而在江苏红豆集团,记者了解到,仅仅过去一小时,红豆居家销售额就达到5682万元,比去年同时间段增加了50%。红豆男装也在1个小时内销售额达3150多万元,同比增长30%多,多个爆款售罄。双十一开始不到2小时,红豆网销便突破1亿,同比增长30%多。

双十一已经走过十个年头,红豆网销也与双十一共同成长,不断发展壮大。今年双十一,红豆网销以打造高质量“双十一”为中心,以红豆男装、红豆居家、红豆家纺、红豆童装四大品牌为主的红豆系线上线下联动,以

好产品、好服务、高品质,为消费者提供前所未有的回馈力度,让消费者享受高质量的购物体验。

红豆电子商务能够实现高速增长,且后劲十足,得益于红豆多年来积淀的品牌和人才优势,消费者网购越来越理性,单纯的价格战已经不是吸引消费者的唯一策略,服装网销已经进入高质量竞争期阶段,诚信经营、品质优异、服务优质是网销的最大竞争力,而这正是红豆的优势所在。

党的十九大报告作出我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段的重大判断,提出了提高全要素生产率的紧迫要求。“双十一”作为影响巨大的全民购物狂欢节,同样也应该向高质量发展转型升级。红豆居家网销负责人告诉记者,今年红豆“双十一”紧紧围绕高质量供给主题,以诚信、质量、品质满足消费者需求,消费者需要的是商家讲诚信、产品高品质、服务最优质的“双十一”,打造高质量的“双十一”将为红豆居家网销注入持久原

客服工作已经5年多,他深知网络虽然是虚拟的,但服务对象不是虚拟的,不断提升服务质量,是赢得客户信任的根本。

一位业内专家在接受记者采访时表示,非常赞赏红豆网销打造高质量“双十一”,这是大势所趋,是消费升级倒逼“双十一”提质必由之路。走过十年的“双十一”,不能停留在单纯追求销售数据的低层次竞争层面,以打折促销换取一时销售数据,而应向高质量转型升级,不管是天猫、京东、苏宁、唯品会等网销平台,还是线上线下参与双十一商战的大小商家,最重要的不是“双十一”销售额增长多少,更不能为此不择手段损害消费者,而是懂得自律,敬畏规则,诚信经营,为社会诚信、商业文明加分,为高质量消费助力。如此,“双十一”才能实现可持续发展,形成社会、商家、消费者利益多赢的良性循环。

记者在红豆网销一线采访,目睹了红豆网销整个运营流程,事事处处感受到,上至网销负责人,下到一线客服,每个人都在用行动精心呵护“红豆”这一金字招牌。诚信、质量、品质是红豆网销的最大竞争力。这不是一句口号,而是落实在每一个细节中的精益求精。“红豆”是一个值得信任的品牌,不到2小时破亿的双十一网销记录,就是消费者对红豆品牌的“信任投票”。(红轩)