

“制造”转型“智造”：德清智能制造装备产业集群崛起

由“制造”向“智造”迈进,是浙江省德清县提质增效、高质量发展的主攻方向之一。近年来,德清县瞄准智能制造装备进行内培外引,在一批新落户、投产项目支撑下,智能制造装备产业发展势头迅猛。

日前,智能制造装备产业重量级企业——浙江麦迪制冷科技股份有限公司(简称“麦迪制冷”)与华夏幸福基业股份有限公司(简称“华夏幸福”)签约,落户德清产业新城。该项目的落地,填补了德清产业新城智能制造装备领域的空白,将对产业链延伸、产业集聚起到引领和带动作用。

由“制造”向“智造”转型的缩影

《中国制造 2025 德清行动计划》明确,德清以提质增效为中心,以推进智能制造为主攻方向,以“大都市辐射、大科技驱动、大企业引领、大项目带动、大平台支撑”为发展路径,力争成为杭州都市圈北部精致产业发展示范区以及在全国具有较高影响力的先进制造业基地。

麦迪制冷为国家高新技术企业、新三板上市企业,主要经营智能家电配件、智能压缩



机、各类制冷管件、除湿机的研发、制造和销售。产品拥有核心技术,是 LG、博世、伊莱克斯、美的等世界名企的主要供应商之一。麦迪制冷将在德清产业新城建立智能家电设备研发及生产基地。

作为德清产业新城首个智能制造装备大项目,麦迪制冷的进驻,将带动上下游企业集聚发展,对德清智能制造装备产业集群打造起到带动作用。

在业内人士看来,麦迪制冷项目不仅自身含金量高,更是德清深化工业强县建设,加快“制造”向“智造”转型的一个缩影。

全方位产业服务 助力产业集群打造

作为中国领先的产业新城运营商,华夏幸福始终坚持“产业优先”的核心策略,组建了 4600 人的产业发展团队,通过打造先进产业集群,推动区域经济发展。在德清产业新城,智能制造装备产业集群是华夏幸福重点打造的产业集群之一。

德清属杭州都市圈,是杭州制造业产业外溢的首选地。浙江省“机器换人”推动智能制造装备市场需求不断扩大,德清有临杭优

势和港口优势,熟练技术工人多,机电工业基础好,具备发展智能制造装备产业的优势。

依托德清的区位优势和产业基础,华夏幸福在德清产业新城谋划打造智能制造装备产业集群,主要面向长三角产业升级,服务智能制造产业。麦迪制冷企业的引进,就是华夏幸福产业谋划的成果之一。

麦迪制冷相关负责人表示,“华夏幸福的产业集群打造标准与麦迪制冷的战略定位正相契合。德清产业新城距杭州市中心仅 30 公里,企业整体搬迁至德清,不用担心员工的流失,而且服务的客户就在周边,不仅生产成本降低,还对业绩增长有正向效应。”

更让麦迪制冷坚定在德清发展信心的是,华夏幸福不仅为麦迪制冷提供量身定制的落地选址服务,更提供从产业配套、住宅医疗生活配套等多层面全方位的产业服务,帮助企业解决生产之外的各种问题,在无形中为企业降低了成本,提升了效率。

华夏幸福执行总裁赵威表示:“麦迪制冷的进驻,为华夏幸福打造智能制造装备产业集群注入新动能。华夏幸福将继续营造良好的产业环境,提供全程高效服务,携手智能制造装备企业,在德清打造全国有影响力的智能制造装备产业集群。”

(中新网)

东风德纳车桥襄阳工厂开展质量警示教育

3月20日上午11点,东风德纳车桥襄阳工厂组织各车间停产进行3月份质量警示教育学习。该厂领导亲自来到一线车间,参加质量警示教育

活动,再次重申质量管理八大禁令,并与员工就质量问题进行了面对面沟通。今年年初,为规范该厂质量管理,提高全员质量红线意识,树立“规范标准,敬畏标准”的思想,该厂发布了质量管理八大禁令及处罚规定。在执行过程中,大多数员工都能够严格遵守质量禁令,但仍有少数员工违反禁令,造成了质量问题,严重影响了工厂利益和公司形象。此次质量警示教育活动,重申了质量八大禁令是每一个员工都必须恪守的工作底线,并对3月份发生的质量问题考核进行了通报,引导大家深入反思,严把质量关,力争产品质量有大的提升。

质量是企业赖以生存的基础。为夯实质量管理体系基础,落实全员质量责任制,推动人人发现质量问题,进一步营造全员参与的质量文化氛围,培养全员质量意识,该厂今年将每月组织一线班组停产1-2小时,专门进行质量、安全警示教育培训,该厂领导也将亲自参与到质量警示教育中,开展质量形势宣讲,共同促进工厂质量目标达成。

(周强)

亚日集团与亚洲多国线缆企业达成合作意向

3月21日,记者从2019年亚洲国际电力输配电设备&技术及新能源展览会上获悉,亚日集团与泰国、越南、柬埔寨、缅甸、智利、日本、马来西亚等多个国家的线缆、工程企业在铜芯铝绞线、铝合金导线和架空绝缘电缆项目上达成一系列合作意向。

这届展会在泰国-曼谷 BITEC 展览中心举办,主办方为 Grand International Conference and Exposition Asia, 参展企业 300 余家,观展客商 2 万余人次,覆盖泰国、缅甸、越南、马来西亚、菲律宾、日本、韩国等国际市场。

3月21日至23日,亚日集团外贸部经理刘仁杰、商务专员靳珊珊,参加了展览会,这是该集团外贸部第二次参加展会。

目前,亚日集团外贸业务已拓展到 38 个国家和地区,其中印度、孟加拉、菲律宾、泰国、新加坡、马来西亚、乌兹别克斯坦等 15 个国家在“一带一路”沿线上。此次参展,既达到了巩固原有客户、发掘潜在客户和扩大国际市场知名度的目的,也拓宽了视野,看到了集团电线电缆产业与国内外大型线缆企业的差距,明确了今后一个时期内的努力方向,对企业完善自身产品结构、发挥自身优势、进一步开拓国际市场具有重要意义。

(本报记者 罗红耀)

伊利打造“绿智能牧场”用智能变革助力奶业振兴

日前,伊利集团 2019 年原奶供应商大会在呼和浩特召开。相关领导、奶业专家,以及来自全国的原料奶、牧业合作供应商等 200 多人出席大会。在此次会议上,伊利宣布将综合利用智能化、数据化、信息化技术,打造具有核心自驱动能力、循环生态、高效安全,品质最优的“绿智能牧场”。作为“绿智能牧场”组成部分,伊利在会上启动“奶牛品质升级工程”。伊利将拿出 2 亿元奖励资金支持合作伙伴进一步提升奶牛品质。同时伊利已规划 2 亿元资金,专项奖励优质青贮制作、防暑降温、平衡产犊等先进技术应用,以进一步从源头提升原奶品质及合作伙伴效益。

据统计,2018 年我国人均饮奶量已从改革开放之初的 6 公斤提升至超过 36 公斤。中国奶业生产从家庭作坊、联合体发展向以先进技术为驱动的现代化生产模式演变,伊利等龙头企业在这个过程中发挥了重要作用,伊利“绿智能牧场”便是典型案例。

相比传统牧场经营管理与奶牛养殖,伊利“绿智能牧场”以大数据为支撑,是智能、科技与传统养殖业的结合。伊利构建奶源物联网追溯体系,推动牧场接入公司网络,将奶牛养殖与原奶生产环节进行数据化分解,搭建出一套完备的智能化生产管理体系。同时,利用在全球范围内整合的智慧资源,伊利研发出对标全球的奶牛养殖、繁育、饲养等先进技术,并应用到奶业生产环节,最大限度保障原奶的最高品质。据透露,伊利所倡导的“绿智能牧场”对实现中国奶业规模化、绿色可持续发展以及产业链共赢等方面均有帮助。在上游牧场端,土地、饲草等是原奶生产环节中的重要问题。近年来,以伊利为代表的乳企倡导土地高效使用、绿色种植和环境友好的发展模式。在龙头企业的持续发力下,国内规模化牧场的可持续发展水平不断提升。

2019 年 2 月,中央一号文件提出“实施奶业振兴行动”,要求加强优质奶源基地建设,充分满足国民对优质乳品的消费升级需求。新时期下,中国奶业振兴需要新动力。随着持续推动牧场智能化、科技化发展,倡导牧场的自动驾驶以及产业上下游的更有效链接,伊利正形成奶业振兴新动力。可以预见,以龙头企业为引领,中国奶业振兴已驶入快车道,中国乳业的智能变革时代已经来临。

(中新网)

中物联：钢铁业与物流业深化联动融合趋势显现

中国物流与采购联合会人士在于沪召开的第十届中国钢铁物流合作论坛上表示,国内钢铁业与物流业深化联动融合的趋势显现。钢铁电商平台线上钢材交易量在总交易量中的占比已超过 10%,传统钢材贸易流通模式与电子商务融合发展已成大势所趋。

中国物流与采购联合会会长何黎明说,受基建投资等需求的拉动,国内钢铁物流保持稳定增长。为提升竞争优势,加快产业升级,钢铁业与物流业深化联动融合趋势显现。合作范围从传统的仓储、运输向商品贸易、钢材加工、供应链管理等领域拓展,产业配套能力持续加强,成为钢铁业发展新动能。

中国物流与采购联合会副会长、钢铁物流专业委员会主任虞钢认为,钢铁流通和物流是支撑产业转型的生产性服务业。目前,国内加快钢铁物流信息化的趋向已渐趋明显,正以此为核心全面创新钢铁流通模式。我国钢铁电子商务交易平台数量在全国大宗商品电商企业中的占比将近 30%,钢铁电商平台线上钢材交易量占钢材总交易量的比重已超过 10%,钢铁电商已经成为国内发展最快的大宗商品电商领域。

据国内钢铁资讯机构“西本新干线”发布的最新报告,国内钢铁业在兼并重组、节能减排等方面将继续有效推进,钢铁生产企业的利润将逐渐回归理性区间。

在此背景下,钢铁业重塑供应链关系成为一个必然选择。相关专家认为,钢铁生产和流通环节应消除脱节现象,打破隔阂,实现共创共享,形成联动融合的新型钢铁流通交易生态圈,使得企业间的竞争上升到供应链与供应链之间的竞争,推动钢铁产业链不断提质升级。

(李荣)

上汽红岩公益助学

2019 年 3 月 21 日,重庆市大足区双桥实验“红岩小学”在上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上汽红岩”)的领导、全校师生及媒体朋友的见证下正式授牌,成为上汽红岩在全国建立的又一所“红岩学校”。

十九大后,精神文明建设被推向了新高度。而“红岩精神”正是以艰苦奋斗、顽强拼搏、血战到底的信念和百折不挠的意志,成为中华民族树立远大理想、砥砺前行的宝贵精神资源,也是中华民族继往开来、勇往直前的强大精神动力。

上汽红岩的名字正是来源于“红岩精神”。作为重庆市本土老牌重卡企业,多年来,上汽红岩在参与重卡市场竞争的同时,也不忘承担起社会责任,积极投身社会公益

“红岩小学”走进双桥

事业。通过多年的公益探索,打破传统捐款捐物的公益模式,打造公益新范式,在全国各地建设了多个“红岩村”、“红岩学校”,设立了专项助学基金,包括红岩奖学金、红岩精神夏利营、红岩结对子帮扶计划、红岩优先就业计划等关爱项目。此次双桥实验“红岩小学”的成功授牌,正是红岩公益项目的延续,也是上汽红岩积极投身教育事业、捐资助学的又一次实际行动。

双桥实验小学原为四川汽车制造厂的子弟小学。在 2011 年大足双桥合并建区后,更名为“大足区双桥实验小学”。学校一直注重学生综合素质的提升,确立了“车魂铸梦,创启未来”核心理念体系,打造以红岩汽车为主体的文化氛围,建成了红岩汽车小博物

主动出击 战略制胜

东方物探西南分公司第四运输队车辆管理安全至上

塔里木盆地东秋 6、中秋 2 项目开工在即,3 月 19 日晚 8 点半,浑黄的天空预示着一场沙尘暴的来临。

为了项目工程 3 月 21 日顺利开工,东方物探西南分公司第四运输队项目工程运输检查监督小组,从 3 月 18 日开始,再一次对工区内道路进行踏勘评估,对运输车辆进行安全检查,民爆工程队下组组组长曾小兵应邀参加。

检查小组对这次工区内车辆安全运输检查结果表示比较满意,项目车辆管理小组长任建林说:“班组经过一个多月的学习,现在管理起来已经轻松多了。”进入 3 月中旬,天山融雪,库车河水流越见湍急,通过对自修路和库车河的评估,运输队领导向项目部建议对自修路和河道进行安全标示,车辆须按警示标志 5 公里匀速通过。进入洪水季

节,驾驶员应时刻保持电台畅通,以便进行救援或自救,停靠车辆须车头朝向逃生方向。“大家做得好,第四运输队得到了公司安全监督部门的表扬,运输队领导一致决定把大家野外午餐标准提高,让大家体会到‘两会’精神的获得感、幸福感。”队长黄伟的话得到了大家一片热烈的掌声。

“看来对今年没过完元宵节就来库车有意见的员工,这下没话说了,现在管理起来确实比往年轻松。”回运输队基地的路上,大家都感慨。队领导今年加大了管理力度,改变了思维模式,以主动出击,变被动为主动的战略理念,春节刚过就紧锣密鼓进行了驾驶员招募并加紧进行了两期安全培训和思想教育,租赁车辆也及时到位,改变了以往临近开工,要车没车,要人没人的被动局面,在 3 月 1 日工程项目刚启动,运输队到各专

发力“商品 + 服务”新模式 京东与米其林中国达成合作

缺乏品牌产品和规范、品质参差不齐、代理商层级繁多、价格不透明,传统轮胎行业的诸多弊端成为困扰中国广大车主的长期痛点。3月19日,京东与米其林中国达成战略合作协议,这意味着,京东成为米其林中国的首家电商直供平台;同时,在京东上购买米其林轮胎的消费者将优先选择到如驰加这样的高端服务网络享受高质量的安装服务。未来双方将携手以“商品+服务”一站式消费模式为依托,为广大车主提供“购、送、装”一体化的线上线下融合服务,全方位提升购胎体验,推动轮胎行业转型升级。

“线上买商品 + 线下享受服务”一站式消费体验

与传统消费品类不同,轮胎产品因强关联售后安装等专业服务,消费者习惯于线下购买线下安装,或者线上购买再自行寻找门店线下安装,目前互联网渗透率还相对较低。针对轮胎行业的消费现状,为顺应消费升级需求,米其林中国与京东达成战略合作协议。根据合作协议,通过京东电商直供平台,双方将以独特的“商品+服务”模式为基础,为消费者提供“放心选胎”、“省心购胎”、“贴心装胎”等一站式线上线下融合服务。具体来说,在选胎环节,通过京东直供渠道确保货源及品质,让消费者享受便利的同时,可放心选购米其林正品行货;在购胎环节,消费者可随时随地下单购买米其林轮胎,



京东与米其林中国达成战略合作协议,合作双方领导现场合影。

并享受京东快捷的物流服务;在安装环节,可以优先选择到如驰加这样的高端服务网络享受高质量的安装服务,从而全面提升购胎体验。

米其林(中国)投资有限公司副总裁刘鹏表示:“近年来,随着电商的迅速发展和‘互联网+’零售服务模式的兴起,消费者开始更多地采用网络渠道选购轮胎等汽车配件。米其林中国也在积极布局电商平台,此次我们与京东合作,将为消费者提供更方便、更正规的网上购胎平台,提升消费体验和售后服务。”

强强联合 推动行业转型升级

米其林中国与京东的战略合作,不仅是

顺应消费升级的客观要求,更为轮胎行业转型升级提供新的范本,对米其林中国、京东乃至全行业均具有重要意义。

轮胎是汽车后市场服务最关键的一环,也是竞争最激烈的一环,随着互联网巨头加入汽车后市场,通过开拓新渠道推动行业转型升级迫在眉睫。作为中国领先的技术驱动型电商和零售基础设施服务商,京东通过开放共享其优势能力,在此前已与宝马、沃尔沃、壳牌等汽车国际品牌建立合作关系,并在汽车后市场积累了成熟的经验和领先优势。过去品牌商与消费者之前隔着多层代理商,因此无法快速直达消费者并及时获得市场反馈。米其林中国同京东的战略合作则打破了这种模式,供应链层级被迅速缩短,再加上京

东更精准的大数据营销和技术驱动,将获得更强竞争力和更多主动权。

作为全球轮胎科技的领导者,米其林是稳居国内外一线、也是位列京东平台汽车用品销量前列的知名轮胎品牌;驰加作为米其林集团旗下汽车售后服务品牌,拥有覆盖广泛的汽车服务网络和专业技术实力。京东成为米其林中国的首家电商直供平台,不仅能为消费者提供米其林正品行货,同时能确保货源充足、商品品质和消费体验,更进一步丰富了京东汽车产品线,增强京东在汽车后市场的竞争力。

据了解,为了提供更加便捷和优质汽车用品消费体验,京东已经推出了匹配车型的产品推荐、正品车险、专属客服等针对京东汽车用品用户的贴心服务,未来还将朝向更加个性化和定制化的方向去实现优化升级。京东将会继续利用供应链及大数据的服务优势,与品牌创造价值,实现资源整合及优势互补;也为消费者提供品质和价格更优的产品和服务。

“米其林中国与京东的战略合作是一场传统的汽车后市场制造商巨头、与领先的汽车后市场互联网零售及服务平台的强强联合。在为消费者提供线上线下一体化服务时,也将打开轮胎行业、乃至整个汽车用品行业的转型升级新思路”,京东集团副总裁、京东零售集团生活服务事业群总裁辛利军认为:“未来,随着合作的深入,双方还将探索更多的合作可能,为轮胎行业乃至汽车后市场的创新升级提供更大动力。”

(中新网)