

罗姆实现 栅极耐压技术新突破

全球知名半导体制造商罗姆(ROHM)面向以工业设备和通信设备为首的各种电源电路,最近开发出针对150V耐压GaN HEMT(以下称“GaN 器件”),高达8V的栅极耐压(栅极-源极间额定电压)技术。

近年来,在服务器系统等领域,由于IoT(物联网)设备的需求日益增长,功率转换效率的提升和设备的小型化已经成为重要的社会课题之一,而这就要求功率元器件实现进一步发展与进步。罗姆一直在大力推动业内先进的SiC元器件和各种具有优势的硅元器件的开发与量产,以及在中等耐压范围具有出色的高频工作性能的GaN器件的开发。

据了解,罗姆利用自身的结构,成功地提高了栅极-源极间耐压从常规的6V提高到8V,这将有助于提高采用高效率的GaN器件的电源电路的设计精度和可靠性。未来,罗姆将加快使用该技术的GaN器件开发速度,预计于2021年9月即可开始提供产品样品。

全国首台残余应力 全自动化检测设备 亮相两江协同创新区

4月7日,位于两江协同创新区的西北工业大学重庆科创中心(以下简称“科创中心”)正式揭牌!全国首台残余应力全自动化检测设备也正式亮相,该项技术实现了国际领先,测试精度达到85%以上,与人工测试相比,效率提高75%。

在航空航天领域,对于关键零部件的要求除了尺寸精度和力学性能外,还有一个非常苛刻的要求,那就是在使用过程中保持尺寸稳定,不能出现变形。而零部件变形的根本原因就是残余应力,即除零件外部不均匀的温度场等作用后仍留在物体内自相平衡的内应力。“然而,残余应力的检测呈现现阶段中国工程技术领域里典型的“测不准”难题之一。“国家科技奖二等奖获得者、西北工业大学长聘教授、西北工业大学重庆科创中心学术带头人刘东向记者介绍。

据介绍,在过去,预测零部件的使用寿命只能通过经验判断或人工检测,甚至为了安全可靠采取一刀切的方式,造成了大量资源的浪费。“比如一个汽车零部件的使用寿命为1000小时,但由于没有残余应力的数据,300小时就要返厂。”刘东说。

更重要的是,残余应力全自动化检测系统是共性的支撑技术,将对重庆航空航天产业链进行补充和完善。目前,落户两江协同创新区的首台设备为500公斤级,即最大只能支撑500公斤重的零部件,未来最大的设备将达到3吨级。

除此以外,残余应力全自动化检测系统还可以应用在航天、兵器、船舶、核工业等多个行业领域。(赵鹏)

打造“制造强省” 山西成立智能煤机装备产技联盟

山西省10日成立智能煤机装备产业技术联盟,旨在推进智能煤机装备制造产业技术的研发与推广“使用”。

近年来,我省山西焦煤集团等,将智能煤机产业列为战略性新兴产业,打造“制造强省”。依托丰富的煤炭资源与“煤机”联动优势,该省煤机装备制造产业得以快速发展。

在此背景下,山西省成立智能煤机装备制造产业技术联盟,由智能控股装备制造集团、太原重工公司、山西天地煤机装备企业、太重机械工业公司等52家业内知名的企业、高校、科研机构组成。作为山西省最大的煤机装备制造企业,智能控股装备制造集团当选为联盟第一副理事长单位。

山西省工信厅厅长张建庆说,智能煤机装备是煤炭工业智能化建设的基础,山西省煤机装备制造长期发展进程中,形成了以“三机一采”提升设备、洗选设备、辅助运输设备、矿井安全设备为主体,制造与研发并驾齐驱的产业体系。

张建祥表示,联盟的成立为2025年底该省打造形成“智能煤机装备千亿产业基地”按下“快进键”。

随着5G时代的来临,煤机产品低碳化、同质化、关键核心技术缺乏等问题不断显现。同时,煤矿开采难度加大,国家安全生产要求越来越严格,煤矿智能化建设势在必行。据了解,2021年,中国将建设17座智能化示范煤矿,山西省将建设1000个智能化采掘工作面。

山西省智能煤机装备制造产业技术联盟成立后,将整合全省科技资源支持智能煤机装备产业发展,构建共建共享共赢的服务平台、研发平台、技术转移平台和产业化平台,带动煤机制造产业高端化、智能化、绿色化、集群化、融合化、服务化发展。(高雨晴)

小物件成就大产业 湖南工业小镇闯出大市场

■ 鲁毅

岳阳临湘浮标小镇特色产业国内市场占有率超过80%、浏阳大瑶花炮小镇燃放烟花爆竹产量占全球总产量的70%、邵阳市仙桃桥五金小镇特色产品国内占有率达54%……在湖南省份湖南,“浮标小镇”“五金小镇”“花炮小镇”等一批特色小镇工业,或凭借一个小物件成就千亿产业,或跻身行业产业领军者。

湖南特色小镇工业小镇何以独辟蹊径,勇闯海内外市场?

匠心融合新科技 小物件成就大产业

4月8日结束的中国·邵东第五届五金机电博览会上,众多高品质、高科技、高附加值的五金产品赢得了客商认可,并成交额达70亿元的交易额。“邵东五金产品不仅款式丰富,性价比,而且产品的质量和技术含量也越来越高,很不错!”第三次来到该展会采购商品的广东客商陈伟说。

邵东市仙桃桥素有“五金之乡”的美誉,从土坯锻造铁锤刀开始,到生产刀剪五金而兴旺,五金产业已有2000余年的历史。如今,高新技术的引领,让邵东五金行业释放出澎湃动力。

邵东智能制造技术研究院内,工作人员正在用3D打印技术设计制造一把扳子。通过这项技术可以大大缩短产品的设计研发时间。在产品还没定型时,用3D技术打印出来进行测试,原来手工制要两个月,现在缩短为不到一个星期。

目前,邵东在中西部地区县层面率先建立了智能制造技术研究院、智能装备快速加工中心、3D打印等高端公共服务平台,先后引进打印机机器人、杭州先端工业三维科技、中捷精密智造、飞拓自动化等100余家高新技术企业。

如今,邵东的扳子、手套、锤子年生产能力达3亿套件,产值超20亿元。2020年五金产业产值超70亿元,累计吸纳就业人数达23.2万人。

地处湘北的临湘浮标小镇,将纳米高分子材料、碳纤维等新型原材料应用

到浮标制作中;为了满足钓鱼全天候垂钓,发明电子夜光浮标;为实现轻松垂钓,研制通过蓝牙和Wi-Fi连接手机自动报警的智能浮标;为减轻钓鱼负担,开发出重力感应变色浮标。

据统计,临湘全市浮标镇具企业已获得专利500多项,产品国内市场占有率超过80%。浮标的品种,从简单做到无线充电智能款,一应俱全,价值几毛钱的芦苇杆,深加工制作成浮标后,高档的1个可卖到100多元。

升级产业生态圈 小空间引来大聚集

无论是邵阳的五金产业,还是大瑶镇的花炮产业,大量企业脱胎于家庭作坊,不可避免存在小、散、乱,服务不配套,要素成本高等现象,这些问题曾一度阻碍特色产业发展。

“五金行业要实现进一步发展,必须加速转型升级,抓紧建设要素配套、集聚发展和尊重商业服务的现代化产业园区。”邵东五金机电行业协会会长李登文说。

自2016年开始,邵东市在仙桃桥镇规划用地1500亩,建设五金科技创新产业园,总投资30亿元,建成后将成为中南地区最大的五金研发和产业销售基地,推进五金工业转型升级及其延伸产业链向园区集聚发展。

目前,邵东共有五金工具生产和经营企业3500多家,从业人员达5万多人,形成了完整的产业链。

2019年,湖南公布首批10个省级特色工业小镇,宁乡市煤炭坝工业小镇、浏阳市大瑶花炮小镇、醴陵市五彩陶瓷小镇、衡阳珠晖区东阳渡国际陶瓷小镇、宁乡市小孔山铜业小镇、邵阳市仙桃桥五金小镇、临湘市浮标小镇、耒阳县耒阳村铸冶小镇、双峰县丰农丰农机小镇、新化县洋溪镇双峰县工业小镇。

湖南省发改委负责人介绍,湖南特色小镇建设突出“特色”和“专业”,有限空间内,创业者、社会资本等生产要素市场化配置,相关产业集聚提质,成为产业转型升级新亮点

搭上特色小镇建设的东风,临湘浮



●浏阳花炮。 陈海文 摄

标小镇形成了以浮标生产为龙头,涵盖钓竿、钓线、钓饵、钓箱、路亚假饵、智能浮标等上下游产品的供应链全系列,产品基本形成了原材料供应、机械制造、油漆工艺、包装印刷、电商物流于一体的产业链条。小镇还初步建成了三湾生产区、垂钓游乐区、小镇度假区和白云湖休闲度假区,游客慕名而来。

娄底市双峰县是中国农业机械之乡,围绕服务丘陵山区农业和家庭农场,该镇大力发展“小、精、尖”农机装备,现有85家农机企业,形成从原材料供应到产品研发、制造、销售、服务于一体的完整产业链。其中,28家国家级高新技术企业,1个国家级研发平台,6个省级研发中心集聚成规模较大、竞争力较强的农机产业集群。

培育品牌闯市场 小城镇彰显大实力

从北京奥运会鸟巢点火仪式到伦敦奥运会开闭幕式焰火,从海南三亚春晚分会场无人机灯光秀到香港迪士尼乐园烟花表演,一场场绚烂璀璨的烟花秀惊艳了夜空。将烟花精髓融入世界各地的重大活动如节庆中,“花炮小镇”浏阳大瑶镇让湖南“花炮花炮”高品质的品牌形象走出中国,享誉世界。

“浏阳烟花响天下,天下烟花看大瑶。”经过多年的发展,浏阳生产的花炮产量占全球总量的60%。而大瑶镇是世

界上最大的花炮及原辅材料集散中心,为全球花炮行业提供70%以上的花炮原材料,浏阳花炮制作技艺及文化也于2006年跻身首批国家级非物质文化遗产。

目前,大瑶全镇花炮产业相关企业400多家,2020年花炮行业产值达197.6亿元,出口到了美国、法国、德国等欧洲和东南亚的100多个国家和地区。

在嘉禾县耒阳村精铸小镇,铁器市场日交易额达几百万元,所产锅铲占全国市场份额70%以上。嘉禾县锻造协会会长周华辉介绍,耒阳村人们有“锻造湘军”之称,锻造企业经历了贴牌入市、借牌入市、创牌上市的发展阶段,耒阳村精铸小镇名气越来越大。

湖南省发改委负责人介绍,特色小镇品牌影响,成为特色县域经济发展的金字招牌。

2020年11月,湖南新增沅江市船舶制造小镇、祁阳市白水纺织小镇、株洲芦淞区白关服饰小镇、浏阳市社港正骨医药小镇、临澧县新安医药新材料小镇5个省级特色小镇工业小镇,省级特色工业小镇达到15个。

湖南特色小镇工业小镇产业数据,集聚水平和创新活力显著提升。统计数据显,2020年总产值超过800亿元,同比增长20%以上,缴纳税收13.5亿元,同比增长14%;上下游和周边同类企业加速集聚,规模以上特色企业数量增加12%。

2020年,“数字化”可以说是刷屏了营销界,成为各行业的热词,传统企业更是将数字化转型作为打破发展现状的重要一步。如今,中国产业数字化升级已经成为一个重要方向,而大环境也已经为营销人提出了新需求,如何利用数字化营销拥抱红利将成为大家面临的新课题。

显然,面对这样的营销现状,仅仅是借助数字化平台进行数据分析是远远不够的,而将服务与营销融合的创新营销文化,则为营销界打开了一个突破口。通过各种智能化、数字化工具打造全链路服务平台,将精准客户运营覆盖至客户全生命周期的服务营销成为撬动增长的新突破点。

而这种服务与营销一体化的新营销,相信在未来的营销中也会出现,不仅因为它在营销上的创新与突破,近日,“营销传统费列斯”之称的艾菲奖更与致力于打造服务营销一体化的中国高科的腾讯企点客服联合,为营销人设定了“产业服务与营销”奖项,双方通过这次合作,布局产业营销的创新实践,致力于为

可持续的经济和养老、和老龄生活的结合体。

在陈东升看来,随着老年人口持续增长,老年人的需求将逐步会成为社会最主要的需求,也是主要的消费群体,整个消费结构随着人口结构的变化,消费者结构也会变化,消费结构变化带来产业结构和经济结构的变化。“我们一定要看到长寿经济随着第三次人口红利的出现,一种新的、新的需求和新的供给也会诞生。”他为人力,泰康之家的本质就是要用市场经营的方式方法实现全生命周期为人为服务的理想,这个为人为服务的理想是改变中国老年人对生命的态度。(中新网)

中国高科集团不断夯实在人工智能、大数据、物联网等专业领域在人力校企合作,大数据拓展电子商务,新媒体等专业领域和行业合作,在端到端的OBE人才培养模式合作上,通过深入行业和企业调研,及时了解产最新的人力资源需求,要求,产业发展情况,与院校共同制定课程标准及管理教学过程,从而建立专业产业深度融合的动态调整机制,积极探索人才培养新模式,以强化学生职业胜任力和持续发展能力为目标,以提高学生实践和创新能力为重点推进产教融合,构建人才培养协同育人项目,还获得教育部行业“科创教育”课题授权,将与合作院校共享高新技术相关的优质创新资源,推动高校职业教育改革。

在行业资源的聚集方面,中国高科集团坚持“工学结合”的理念,与国内知名企业产业学院保持紧密联盟,持续开展产教融合实训的企业真实项目库,将产业前沿技术体系、业务项目案例等转换为教学案例,为学生搭建就业岗位任职要求的学习,可持续发展的实践平台。集团与齐鲁工业大学、华为技术有限公司联合建立的“山东人工智能+人才培养基地”依托产业的技术应用优势和信息技术作为企业变革的重要抓手,各行各业均面临着科技人才和技能人才的巨大缺口。(中新网)

随着B站、微博等社交媒体的用户不断年轻化,娱乐化的营销模式将是必然的趋势。比如,去年9月,“秋天的第一杯奶茶”话题引爆各大社交平台,微博话题阅读量高达23亿,话题讨论达90万次以上抖音话题“秋天第一杯奶茶”这个标签,就有37个视频、累积26亿的播放量,成为全民话题。而奈雪的茶、喜茶等奶茶品牌在第一时间跟进,策划出各种花式营销活动,增加话题的舆论度,带动全民的讨论热潮。

特色化和季节性成发展方向

经过第一季度试水,餐饮市场行情逐渐变得明朗。业内人士分析,今年上半年的餐饮业,是疫情后的第一个变革期,本身的不确定性将成为常态,大品牌发展会逐步缓慢甚至收缩,但餐饮细分赛道可能会将投入更多关注的眼光。

在疫情常态化防控之下,餐饮业生存艰难,很多餐企甚至没经受过考验而倒闭。随着疫情的过去和餐饮业的复苏,餐饮又成为,人们的消费要求更高了,健康消费成为人们消费的主要需求。

环境好、口味好,健康菜品是后疫情时代最受听到的词语。人们在消费的时候,首先考虑的是餐厅的就餐环境和卫生条件。在疫情的影响下,甚至还兴起了一种“一人一食”的餐厅。

而在菜品方面,人们不再喜欢大鱼大肉的重口味,菜品的搭配是否营养健康成为考虑的首选。在这种情况下,纵观众原料市场,可以发现,一些季节性和特色营养菜的需求陡然上升。

为什么会出现这种情况?众所周知,季节菜当季为美,无论进口,安全保障,随产随吃。当季菜最大的特点在于新鲜,能直观看出菜品的成色好坏。

而在环境方面,餐厅的形象和舒适度也成了人们选择就餐地的重要指标。一些脏乱差的小饭馆可能会逐渐被淘汰,一些特色化的餐厅环境将成为人们消费的主流。

湖南特色工业小镇产业数据,集聚水平和创新活力显著提升。统计数据显,2020年总产值超过800亿元,同比增长20%以上,缴纳税收13.5亿元,同比增长14%;上下游和周边同类企业加速集聚,规模以上特色企业数量增加12%。

产品永远是餐厅的核心。一个餐厅,不可能一直延续一个产品去发展,其产品一定是要在不断地创新当中“优胜劣汰”。

那么,对于疫情之后的2021年来,产品依然是餐厅的“加油站”。

业内人士表示,多数餐厅的消费群体,都主要辐射范围在2公里—5公里,客源有限,而客源的局限,就导致了餐厅迎来的“新客”会少,大多数都是老顾客。老顾客在消费时,前几次可能会靠招牌菜吸引并消费,但顾客未必会吃一茬子招牌菜,消费需求会有新的变化,而求新、求异、求变,大多数都是顾客的心理需求。

此外,当下的餐饮行业正在发生变化,消费群体群体更年轻化。如果市场盲目跟风,产品同质化问题会日益严重,菜品生命周期也会缩短,单一地方风味的味型很难满足当代食客的需求。

业内人士表示,新食材、新调味品不断出现,餐厅运营模式也在不断更新,而且品类化推动着餐饮企业在改变。但创新并不是盲目的创新,创新还要基于成本控制,易采购、易储存、易烹饪的原则。餐厅要根据自己的地理位置、定位来创新和,有市场消费需求来变化,有菜品价值、有故事,菜味道上佳,有艺术价值,这才是有价值的创新。

餐企细分市场更具机会

业内人士表示,餐企的发展战略不会趋于保守,将迎来一个审慎扩张的新时代。在这个新时代下,未来餐饮业将出现更多的细分市场。一方面,是老牌品牌进入新的细分市场,如咖啡、奶茶、茶饮、茶米茶、调饮等(气饮、九毛九的太二酸菜鱼等,另一方面,细分市场中可能会出现一批以品类为招牌的新品牌,原因在于,大的机会越来越少,单品成功的难度系数反而降低,在品牌和供应链上都有优胜的机会。

进行有价值的产品创新

业内人士表示,餐企的发展战略不会趋于保守,将迎来一个审慎扩张的新时代。在这个新时代下,未来餐饮业将出现更多的细分市场。一方面,是老牌品牌进入新的细分市场,如咖啡、奶茶、茶饮、茶米茶、调饮等(气饮、九毛九的太二酸菜鱼等,另一方面,细分市场中可能会出现一批以品类为招牌的新品牌,原因在于,大的机会越来越少,单品成功的难度系数反而降低,在品牌和供应链上都有优胜的机会。

业内人士表示,餐企的发展战略不会趋于保守,将迎来一个审慎扩张的新时代。在这个新时代下,未来餐饮业将出现更多的细分市场。一方面,是老牌品牌进入新的细分市场,如咖啡、奶茶、茶饮、茶米茶、调饮等(气饮、九毛九的太二酸菜鱼等,另一方面,细分市场中可能会出现一批以品类为招牌