“小改造”凸显“大成效”

■ 岳粹利

近日，中煤新集楚源生产服务公司一矿支护区自主研发的全自动数控锚索下料机投入生产，使用效果良好。

原来的锚索下料机主要采用人工操作，存在众多问题：一是安全性差。钢绞线出厂时是成捆的，解捆时由于其弹性较大，又无防弹装置，存在安全隐患；二是效率低。人工切割钢绞线，劳动强度大，不能一次成形，造成批量生产尺寸不统一。为此，该公司支护区自行设计加工完成了全自动数控锚索下料机。

自主研发的全自动数控锚索下料机可以实现自动送料、自动切割、自动卸料井计数，同时显示预设、已切割的数量及历史切割数量，同时具备手动、自动两种工作方式控制，大大提高了工作效率和减轻工人的劳动强度，改善工作环境，增加了安全保障系数，同时极大地降低使用成本。

据悉，经试用一段时间效果良好，该技改已在全公司范围进行推广。

社保走进村居 助力乡村振兴

■ 田伯韬 李鹏

4月28日下午，由湖北省襄阳市襄城区乡村振兴办主办，襄城社会保险办事处、襄城区人社局、襄城区税务局、襄城区医保局承办的“惠民政策进万家，助力乡村振兴”政策培训活动在襄城区白云村党员教育基地举行，襄城区区直部门180多名驻村队员和村干部参加培训。

为进一步加大人社政策宣传力度和深度，不断提高社会保障、就业创业等惠民利民政策的社会知晓率，实现人人享有社保的目标，结合襄城区乡村振兴战略，针对乡村不同人群的特点和需求，襄城社保办事处选派业务骨干提前谋划，精心准备，围绕参加社保的意义、怎么参加社保、如何通过线上线下办理社保业务、养老金资格认证等内容，为参训的驻村队员和村干部进行了详实地讲解并现场答疑解惑。驻村队员和村干部纷纷表示，此次培训内容丰富，贴合实际，通俗易懂，增强了他们对社会保险政策和业务的知识储备，为今后做好乡村基层社保工作，助力乡村振兴提供了坚实的基础。

接下来，襄城社保办事处将围绕打造社保服务“三化”标准，实现“六无”目标的工作理念，携手襄城区人社局，继续做好全民参保工作，进一步扩大社会保险覆盖面，对辖区乡村参保人员进行职保和居保的信息比对排查，将未参保人员纳入社保扩面重点对象，通过驻村队员和村干部逐户逐人精准对接，上门发送资料，宣传政策，将其纳入社会统筹范围。进一步强化宣传服务，通过党员“双报到”和“人社服务员”计划，采取点对点、面对面上门服务方式，把社保政策送到千家万户，让惠民政策切实普及到人民群众。

变荒漠成园林 建矿山成景观

——麻地梁矿从智慧矿山建设标杆迈向绿色矿山示范

■ 吴辉

虽然刚刚立夏，但“晴日暖风生麦气，绿荫幽草胜花时”的景象让皖北煤电智能公司麻地梁矿颠覆了传统煤矿应有的模样，更像走进了一座花园。行走在矿区内，树木成林，绿草如荫，繁花点缀，湖光山色，鸟啼回荡，似一块绿翡翠镶嵌在内蒙古鄂尔多斯高原深处。给人惊喜，让人流连。让这座全煤系统智慧矿山建设标杆既有“里子”，又有“面子”，既有内涵、又有颜值。

“梧高风必至，花香蝶自来”。每每有来公司调研指导工作的各级领导、走访交流智慧矿山建设经验的各地同行、前来采访的各路媒体记者都会被公司优美的环境所折服，被满眼的绿色所陶醉。“最不像煤矿的煤矿”是来宾们对麻地梁的一致评价。

赞誉的背后，是公司自2017年项目重新启动以来，建设团队按照习近平总书记“把内蒙古建成我国北方重要的安全生态屏障”和生态文明的要求，以创建国家级绿色矿山为目标，积极加大绿色矿山建设力度，在内涵和特色上下功夫；不断巩固和提升绿色矿山管理水平；吸取和借鉴先进单位的好经验和好做法，力争继智慧矿山建设品牌之后，再塑绿色矿山新形象，再创绿色矿山新名片。

“我们对项目建设实施科学有序的规划，力求实现矿区环境生态化、开采方式科学化、资源利用高效化、企业管理规范化和矿区和谐化，初步走出了一条绿色矿山的新路子。”公司党委书记、董事长吴劲松“智慧矿山创品牌，绿色矿山树形象”的思路明确，目标笃定。

◎绿色矿山

高起点规划。本着绿色矿山建设与矿井建设“同规划、同实施、同验收”的原则，明确了“变荒漠成园林，建矿山成景观”的绿色矿山建设总体目标，足额计提矿山恢复治理资金3075.84万元，保障了绿色矿山建设项目的顺利实施。

高标准建设。秉承“变废为宝，点石成金”的原则，努力促进企业文化与地方文化的深度融合，实施绿化以重塑自然生态景观为主，建成独具特色的矿山地质公园1处。新建污水处理站2座，废水经过处理后，用于矿井生产、地面绿化、喷洒降尘以及当地农牧业生产等，每年可节水约36万立方米，废水回收利用率进一步提高。

低碳运行。通过对主风机、皮带机等大型矿井设备采用软启动技术、顺煤流启动、高压变频控制等技术，年度电能损耗降低30%以上，节约电费55万元，实现了有效节能、降耗、低碳、环保。同时，该矿按照“目标引领、整体设计、分部实施、逐步完善”的智慧矿山建设思路，建成了智慧矿山十大管控系统，并取得12项发明专利、19项实用新型专利、7项软件著作权等科学技术成果。通过智慧矿山系统运行，矿井吨煤成本减少50-90元，年均增效2亿元以上。

通过三年的不断努力，截止到目前，矿区立体绿化成效初显，其中栽种乔木2000余棵，海红、苹果、杏树等3000余棵，杨树、槐树、榆树等3000余棵，油松20000余棵，铺植草皮5000余平方，撒播草籽15公顷以上，矿区绿化率达96%以上，基本实现了“春有花、夏有荫，秋有果，冬有青”花园式矿井，整个矿区白墙黛瓦与河套民居有机融合，徽风皖韵与高原文化无缝对接，蓝天与白云、格桑花和绿草地、亭台楼阁和蹦蹦流水水乳交融的美丽图景。

按照公司党委副书记、总经理徐辉的话说：绿色矿山建设，不是简单的“披绿”，而是既关注地下，在资源持续利用方面做文章，也重视地上，以生态环境整治与培育为重点，建立立体式绿色矿山建设体系。

绿色，已深深地成为麻地梁矿的底色和深入践行“两山”理念的生动注脚。

当汛情危机来临的时候……

■ 何卫东 张瑞兵

“叮铃铃……”，一阵急促的电话声。“报告！#1机组水冷器下部电缆沟大量漏水。”

“现有排污泵已开启，设备运行正常。”

“但#1机循环泵坑水位异常升高，已联系检修人员检查处理。”

“知道了，立即启动公司应急救援Ⅱ级响应。”

4月16日上午9时，随着河北兴泰发电公司沙河电厂防汛总指挥安江海一声令下，汽机、电气、锅炉、热控、修缮、运行部、保卫处、卫生所等10支抢险队的100余名人员组成的应急救援小组迅速启动，从不同方位赶赴机房零米西门口集合待命，拉开了沙河电厂2021年防汛演练的序幕。该厂10个抢险队、演练运行组和监护组100多名生产经营人员参加了此次演练。

此次演练采取“实战”+“演练”相结合的方式，防汛演练以强降雨导致#1机主变围栏内电缆沟漏水，引发#1机循环泵坑水位异常升高，随着降水的不断加剧，厂区汽机房西侧马路部分排水口杂物堵塞，马路积水高至机房0米，致使电缆沟漏水加重为假设。事故发生后，公司立即启动防汛应急预案。按照预定方案，参加各抢险小组迅速进入实战状态。面对险情、演练人员紧张而有序。

险情就是命令，应急演练总指挥果断启动防汛应急响应，按照总指挥下达的命令，电气应急小组成员立即进入电缆沟查找漏水部位，并采用砂袋对#1机主变围栏进行围堵、遮挡漏水部位，汽机应急小组迅速组织人员在泵坑增装一台排水泵，其他应急小组加强对所辖区域的检查。但随着降水不断加剧，机房西侧马路积水严重，#1机主变围栏进行围堵人员力量不足，电气抢险小组请求指挥部支援。杨总下令应急救援大队分三组对现场进行应急救援，协助修缮小组疏通排水口、协助汽机小组加装排水泵、协助电气小组装砂袋，搬运砂袋封堵电缆沟。在抢险过程中，一名员工腿部受伤，需医疗救护，汇报指挥部。5分钟后，医护人员赶到现场，对伤员进行简单包扎后，用担架数出并送上救护车送往医院。经过一小时紧张有序的抢险，险情排除，演练结束。

演练结束后，参演人员对此次防汛演练中存在的不足和问题进行了总结并提出相应意见建议，进一步提高了各级人员防汛抗台、保人身、保设备的安全意识，有效检验了员工应对突发事件协同作战能力和应急实战处置能力，确保了各生产岗位人员在汛期做到抢险任务职责明确、人员安全和设备良好有效运行，为该厂全面做好机组迎峰度夏工作提供了坚实的保障。

针对本次防汛演练过程中存在的问题，该厂提出三点要求：一是要在今后的应急演练中创新思路，采取桌面演练和现场演练相结合的互动方式，以达到培训的良好效果；二是要建立应急演练的固态化机制，规范演练过程，不断提高演练人员的综合素质和处理突发事件的能力；三是认真总结经验，查找不足，做好整个演练效果评估，及时修订《应急预案》，以提高整体工作水平。

江铜与中科院金属所共建“高端合金材料联合研发中心”

■ 钟灵

近日，江铜与中科院金属研究所结同组建的“高端合金材料联合研发中心”揭牌成立。在中科院金属所，公司党委书记、董事长、总经理郑高清与中科院金属所所长左良，共同为高端合金材料联合研发中心揭牌。公司副总经理徐东羽出席仪式。

高端合金材料联合研发中心以“自主创新、应用技术提升和稳定产业化”为目标，依托合作双方各自优势，在高端合金材料研制、测试分析、工艺技术和产业化应用等领域，开展科学与技术研究、科技成果转化、技术交流和人才培养。合作双方以研发中心为纽带，共享既有的科研及生产资源，共建产研相结合的科技创新体系，共同推进技术进步，并将科研成果转化为生产力。

揭牌仪式前，双方进行了友好会谈。左良对郑高清一行的到来表示热烈欢迎，简要介绍了中科院金属所的基本情况，并回顾了双方的合作历程和取得的相关成果。他表示，中科院金属所将进一步深化与江铜等行业领军企业的深度合作，围绕国家重大需求，解决相关“卡脖子”问题。

郑高清对中科院金属所在科技创新领域取得的成绩表示钦佩，并简要介绍了江铜的基本情况，充分表达了江铜对人才的热切期盼。他表示，中科院金属所是我国材料科学与工程领域的重要研究基地，在行业内具有举足轻重的地位，他希望双方在现有合作的基础上，依托高端合金材料联合研发中心平台，面向国家关键材料技术需求，在技术研发、人才培养、成果转化等方面进一步加强合作，共同促进产业高质量发展。

其间，郑高清一行还参观考察了中科院金属所分析测试中心和大型铸锻件车间。

邵守平：掘进战线上的“拓荒牛”

■ 吴琼

“身材高大，而又文质彬彬，工作起来虎虎生威，有股子拼劲儿，是企业一员难得的干将；从一名普通掘进工成长为掘进队长，他靠的是脚踏实地，不断得到大家认可和信任；他曾带领全队，连续刷新招贤矿业公司大断面岩巷掘进纪录，创造‘招贤速度’。”提起招贤矿业掘进部掘进二队队长邵守平，熟悉他的人都会竖起大拇指为他点赞。

邵守平今年42岁，2006年参加工作，陆续在恒源煤矿、昌恒煤焦、南仙泉矿从事综掘工作，2017年11月份转战招贤矿业掘进部。今年2月，获得集团公司“优秀班队长”荣誉称号。

一句承诺：勇挑重担显身手

2019年8月，由于招贤矿业公司生产任务紧张，掘进部面临着二采区巷道掘进速度慢的问题，能否按时完成每月的生产任务，关键要看二采区两条岩石巷道的推进速度。公司给掘进部下达的进尺计划是每月110米，按照正常生产，大断面岩巷并且在地质条件较差，矸石硬度高、片帮、底鼓严重的情况下每月完成110米的任务是非常困难的。但任务就是命令，他临危受命，并向部门领导立下了军令状，如果每月完不成生产任务就到迎头摇矸子去。话是说出去了，可该怎么干，从哪入手成了他的大难题，通过计算工程的各个节点工期、人员组织、技术攻关……他的大脑就像一台高速运转的计算机，每一道工序、每一个环节都在精密计算。并下组织现场施工、地面联系技术员、协调各项工作，处处都有他忙碌的身影。8月31日夜班12点左右，二采区+980m皮带机巷的综掘机、皮带机正在轰鸣运转，人员正在紧张施工，大家都知道离第二天收尺验收还剩几个小时。此时，迎头才进尺1排，距离部守平心中的目标任务还剩下2米多。中班员工已经升井，他要带领夜班员工接着干。扛锚杆、拉锚索，在后路为夜班员工做准备工作。正是他的敬业精神，调动了夜班班工的积极性，大家不计得失，你追我赶，仅用3个多小时就完成了剩下的2米进尺。8月31日早班顺利收尺验收，经生产技术部验收统计当月共完成115米，超额完成任务！

在此后的几个月时间内掘进二队在邵守平的带领下更是“一发不可收拾”，每月均超额完成招贤矿业公司下达的生产任务，从2019年三季度到2020年二季度连续四个季度获得集团公司“建功杯”奖励，并在2019年四季度取得集团公司岩巷进尺第一名的优异成绩，2019年11月份岩巷进尺达151米，一举打破招贤矿业公司单月岩巷进尺记录。凭借优异的工作成绩和踏实肯干的精神，邵守平个人也获得了招贤矿业公司2019年度“劳动模范”的荣誉。

一套管理：精心打造尖刀队

说到区队管理，用邵守平的话说：“一是抓安全重在细节，二是抓管理重在现场，三是带队伍重在人才培养。”为强化队伍管理，他坚持从班长抓起，给班长定了这样一条铁规：“生产在前头，下班走后头”。要求跟班长在生产中必须时刻盯在最前沿，生产结束后，必须排查完工作面的安全隐患，最后一个升井。他这样要求别人，自己首先模范执行。哪里有困难，哪里有危险，哪里就有他的身影。

去年11月，980皮带机巷掘进到4号联络巷向前200米处，由于地质条件发生变化，巷道穿过煤层，突发局部掉顶，情况十分危险，必须采取揭煤措施。在地质条件好的巷道，揭煤作业不是一件难事，但此处的顶板岩石松散，说下来就下来，危险时刻存在。扛锚杆、锚索，他一马当先，支护、喷浆他冲在前面，在他的带领下仅用了一个小班，就安全处理了掉顶区域，为完成当月的生产任务奠定了坚实的保障。

邵守平在安全管理上敢于坚持原则。今年3月份，该队施工的外机巷，由于现场地压大、断层多，工程质量和安全管理难度非常大。一次早班，迎头出现冒顶的危险，为了尽快消除隐患，他一边上前处理掉浮矸活石，一边发排职工使用好前探梁。有职工说：“这时候还想那么细干啥，抓紧过顶就是了。”“预防工作不做好，安全有保障吗？”邵守平严厉批评道，接着让身边的职工抓紧运料，自己则和班长开始装顶……等中班的人员到达后，劝他上井，他回答：“隐患这么大，不处理好，我哪能安心上井！”直到把顶接严过实，安全隐患完全消除，他才放心地离开现场。

“我们始终坚持安全第一，质量第二，设备第三、质量第四的理念不动摇，确保岩巷单进稳定在120m以上/月。2月份以来，煤巷掘于强冲压地区，煤层厚度在26米左右，煤巷进尺困难，需要放炮、卸压、打钻等一系列流程，我们全力以付，力争单进稳定在110m/月，并实现单进的稳步提升。”邵守平信心满满地说。

“干掘进这一行，一丝一毫都不能麻痹大意。”这是邵守平挂在嘴边的一句话，他以对自己、对职工和对企业负责的高度责任感，以走钢丝的细致和勇敢，实现着一位矿山汉子的人生价值。

直播带货让中国制造乘“云”出海

“万物可直播，人人齐带货”。新冠肺炎疫情发生以来，直播带货成为中国独特的消费盛景。经过前两届的线上广交会，第129届广交会上，参展商更加游刃有余，借助直播打破了时间和空间的界限，乘“云”出海。

新流行符号：全新的业务模式

网红、明星、草根商家们纷纷赤膊上阵，在镜头前滔滔不绝地说服观众购买商品，直播带货一时间成为中国互联网的新流行符号。然而与to C端的直播带货不同，外贸人在to B端的直播中感受到不一样的业务模式。

“在to C端的直播中，消费者在价格合适、样式喜欢的情况下会直接下单，但是在to B端的直播中，客户会看看工厂、看看产品、询价、洽谈、寄样品，整个成交流程更长。”上海泽吉纺织品有限公司(以下简称“泽吉纺织品”)总经理沈江表示。

疫情发生之后，从未尝试过直播销售的泽吉纺织品首先在阿里巴巴平台“试水”，随后在参加了2020年的线上广交会后，开启了“网络直播”营销模式。

“直播带货带来的最直观的感受是客户的消费习惯改变了。以前面对面的销售模式更多的是展示产品，现在客户通过直播能对公司有更直观的感受，首先增加了信任感。”沈江说道。

三度“登云”的广东金源照明科技股份有限公司(以下简称“金源照明”)，直播带货的内容、形态也一路进阶。“在第一次线广交会上，我们做了一两场直播，当时设备准备得不是特别充分，也不太知道怎么做。这一次，我们的直播带货已经逐步完善，也更加得心应手。”公司市场部经理郭泽伟表示。

据介绍，如今企业在直播方面的设备齐全，能够进行B2B的直播，后台更配有客服进行实时对接。在产品展示方面，企业对每款产品进行了3D展示，客户可以自己通过点击让产品旋转展示，也可以点亮灯具，看到照明效果。

“由于有的客户所在的区域网络不是特别发达，我们在产品直播、3D展示方面也通过降低像素等方式让客户不会因为网速原因使观看受到影响。”郭泽伟说道。

经贸新机遇：合作中拥抱未来

全新的模式、全新的场景见证了全新的机遇。2020年，泽吉纺织品在线上广交会上接待了一位来自埃塞俄比亚的大客户，首单成交额超过10万美元。这对企业来说，是个全新的市场。

没有美元、以信用证支付的方式让企业一时陷入了两难：不舍得放弃一笔大单，又担心信用证的可信性。在向中国银行咨询、让埃塞俄比亚朋友进行调查之后，企业终于放心地进行交易。

“去年，我们的成交额共计30万美元，今年到目前的成交额已经达到20万美元，后续还会有新的订单。”沈江表示，“像埃塞俄比亚的客户，他们以往可能因为经费等各方面原因不会到广交会现场来。但是现在通过直播，他们可以更加直观地了解产品，最终促成成交。”

受疫情影响，在各大展会均以“上云”的方式举办时，广交会凭借十几年积累起来的会展经验、品牌效应和高品质服务成为外贸企业拓展国际市场的重要平台。

由于南美客户与中国存在时差，金源照明在本届广交会上选择在每天晚上8:00-10:00进行直播。“直播后，我通常会在凌晨收到询盘的信息，然后分发给各个地区的业务员。”郭泽伟表示。

在他看来，与其他云展会相比，广交会的效果更明显。“从参展情况来看，一些专业的展会效果不如广交会这种综合性的展会效果好。从产品来看，一些具有差异化、多功能性的产品在广交会上表现更为突出。” （曲晓丽）

机械产品如何玩转直播新模式？

在第129届广交会上，来自全国的1564个展商带着64716件机械产品，在云端展开了一场为期10天的推广会。

通用机械，小型加工机械及工业零部件，大型机械及设备，动力、电力设备，工程农机……这些“硬核”机械产品如何在“云”上展示是很多参展企业共同面临的课题。

作为“老广交”的湖北东贝机电集团股份有限公司的做法是：提前联系老客户，利用广交会平台维护良好的客户关系。同时，利用直播这种新的推介模式，挖掘新客户。

成立于2002年的湖北东贝机电以研发和生产制冷压缩机、商用制冷机械、压缩机电机、洗衣机电机、制冷各类铸件、大阳能产品(光伏产品)为主营业务，是海尔、海信、美的、惠而浦、松下、博世等国内外知名家电企业的供应商。

公司外贸经理张强告诉记者，有了去年两届“云”广交的经验，今年黄石东贝机电创新营销方式，制作了短视频，打造了全新的直播室，通过3场直播，采取英语、韩语两种语言，全方位展示和推介其拳头产品——VFW系列高效变频压缩机。

“预计今年的机械出口会呈现较快增长态势。希望借助广交会平台挖掘更多的潜在客户。”张强如是说。

成立于2001年，从2007年起就没缺席过广交会的湖南省新时代科技有限公司，是一家集工程机械研发、制造、销售、配件供应、设备租赁和维修服务于一体的高科技民营企业，主要经营工程机械和来图来样加工，旗下有新时代科技、润成机械、长河机械三个品牌。产品主要销往中南亚、欧洲、南美洲和非洲等。

本届广交会上，新时代科技主要展示的产品是混凝土机械和园林机械。和很多其他产品一样，这些“大个子们”也通过直播与国内外客商见面了。

“去年因为疫情的关系，广交会从线下搬到了线上，我们有些措手不及，因为之前根本没接触过直播。为了紧跟潮流，公司每个业务员都开始学直播，向同行取经，终于在开展前一天摸清了门道，像模像样地直播了起来。”公司业务经理伍如意介绍道。

今年，他们已经尝到了直播的甜头。伍如意说：“疫情使得线上营销成为主流趋势。我们可以在云上展示所有的产品，不受场地和成本的局限，可以尽情地发挥，还不用担心增加成本。为了让客户更好地了解我们，今年我们还提前录制了一些小视频，比如关于设备关键零部件、制造工艺及设备的调试和使用技巧等。这些天我们的业务人员7x24小时随时在线，可以与客户及时沟通、促进成交。”

不过，伍如意也坦言，因为大型机械产品的价值比较高，仅通过线上展示和沟通很难达成交易，即使是有意向的客户，也在往需要去企业实地看厂调查后才会下单。

“从去年两届‘云’广交的效果看，今年参展的效果会更好。一是因为去年很多客户都不知道可以在线上参加广交会，经过两届宣传后，‘云’广交的知名度越来越高了；二是目前随着各国的疫情逐渐趋于稳定，为了刺激经济，拉动GDP增长，最直接的办法就是加大基础设施建设，这对机械行业而言，无疑是很好的机会。我们很看好今年的出口形势。”

此言不虚。来自中国海关的统计数据显示，今年一季度，中国机电产品出口额2.78万亿元，同比增长43%，出口额占出口总值的60.4%。其中，3月份出口额9397亿元，同比增长25.3%。 （孟妮）

传音控股2020年实现营收同比增长49%

全年手机出货1.74亿部

传音控股公布了2020年年报。报告显示，传音控股2020年实现营业收入377.92亿元，同比增长49.10%；归属于上市公司股东的净利润26.86亿元，同比增长49.80%；基本每股收益3.36元，同比增长38.84%；归属于上市公司股东扣非后净利润23.86亿元，较上年同期增长53.63%。

传音控股表示，对于2020年公司营收净利实现同步增长的原因，一方面是在科技创新创造价值的基础上，密切跟踪市场需求变化情况，前瞻性进行产品规划和研发，使借符合当地需求的本地化创新，进一步提高了手机用户的终端体验，提升了手机产品竞争力。同时，持续加大非洲以外市场的开拓及品牌宣传推广力度，在非洲市场继续保持稳定增长的基础上，非洲以外市场销售收入同比有较大提升。另一方面，通过强化供应链管理及整合能力等措施进行成本费用管控，持续推进降本增效，提升了运营效率。

报告期内，公司主要从事以手机为核心的智能终端的设计、研发、生产、销售和品牌运营。主要产品为TECNO、i-tel和Infinix三大品牌手机，包括功能机和智能机。销售区域主要集中在非洲、南亚、东南亚、中东和南美等全球新兴市场国家。2020年公司手机整体出货量1.74亿部。

据IDC数据统计，2020年公司在全球手机市场的占有率10.6%，在全球手机品牌厂商中排名第2位，其中智能机在全球智能机市场的占有率为4.7%，排名第七位。2020年公司在非洲的市场份额持续提升，智能机市场占有率超过40%，非洲第一的领先优势进一步扩大。在南亚市场，巴基斯坦智能机市场占有率超过40%，排名第一、孟加拉国智能机市场占有率18.3%，排名第一、印度智能机市场占有率5.1%，排名第六。基于在新兴市场积累的领先优势，公司积极实施多元化战略布局，在新兴市场开展了数码配件、家用电器等扩品类业务以及提供移动互联网产品及服务。

根据《African Business》2020年6月发布的“最受非洲消费者喜爱的品牌”百强榜上，公司下属三个手机品牌TECNO、itel及Infinix分别位列第5、21及27名。其中TECNO连续多年位居入选的中国品牌之首，是非洲消费者最喜爱的中国品牌，itel位居中国品牌第二名。 （颜朗）

老字号焕发新活力

东阿阿胶为消费者提供方便时尚产品体验服务

“山东省全员创新企业”“品牌引领奖”“品牌建设示范企业”……佳音频传，近年来，东阿阿胶不断探索老字号新活力的深刻内涵，交出了东阿阿胶实践的答卷，营造出了奋进“十四五”、阔步新征程的浓厚氛围。

据了解，东阿阿胶“十四五”期间的目标是成为中式滋补健康领域中消费者最为信任的大健康企业之一，公司将建设自有消费者数据中台，转型新商业模式，以消费者资产运营为核心培育第二增长曲线。无论是产品还是渠道方面，近两年，东阿阿胶所做的尝试和努力行业有目共睹，走上了一条融合传统与创新的独特道路，东阿阿胶正在“变年轻”“变时尚”，也变得更专业。坚持以消费者为中心，专注顾客资产运营，加速数字化转型，建立新增长逻辑；逐步提升组织能力，稳步推进技术创新、产品创新、营销创新和品牌焕新，为消费者健康持续创造价值。

通过细分客户、数字化转型迎来转机，向快消品拓展，东阿阿胶陆续开发了可以像冲咖啡一样方便食用的新型速溶阿胶粉，以及阿胶珠等产品，开启了新经营方式的序幕。将移动互联网作为基础设施，嫁接传统产业，深化商业模式变革，建立完善数字化运营平台，推进传统品牌营销的数字化转型。

在营销方面，东阿阿胶表示，将通过模式创新、数字化触达与新生代消费者产生共鸣，拓客年轻消费者，以品牌价值观、温暖场景，建立顾客入口，线上线下深度融合；通过社交媒体和营销技术，实现消费者与品牌实时互动，实现顾客与利润双增长；提升东阿阿胶产品深度体验，实施以产品为载体的“有声有色有温度”的暖心体验营销模式。

值得关注的是，随着有关报兴中医药发展的一系列政策措施的出台，东阿阿胶等中医药企业有望迎来新的发展机遇期。作为一个中医药老字号，东阿阿胶是为数不多率先实现中药标准化、工业化、数字化的品牌。业内人士表示，随着东阿阿胶数字化模式逐渐成熟，今年有望进入线上发展快车道。东阿阿胶先后获批国家胶类中药工程技术研究中心、国家级企业技术中心等多个创新平台，承担了国家重大新药创制、国家重点研发计划项目、国家中药标准化专项等科研项目23项，申请发明专利130项。

未来，东阿阿胶将系统化重构品牌，从滋补养生进一步向美容养颜、亚健康调整、特殊场景等不同需求的背景扩张，保持研究和开发新产品，不断适应人民健康与美丽的需求。聚焦顾客增长与保留，实现拓增量、筑品牌，巩固核心产品市场领导地位，促进市场份额扩张。同时，巩固中式滋补健康引领者地位，释放品牌生产力，向消费者提供方便、年轻、时尚的产品体验和服务。 （赵玉翠）

全年出口剑指万辆目标 爱驰汽车海外开疆拓土底气何在

近日，记者获悉，2021年第一季度，爱驰汽车出口达到1056辆（清关数），超过2020年全年出口量总和，创造了新的行业速度。基于这种迅猛增长势头，爱驰汽车宣布了2021年出口1万辆的目标，相较于2020年增速将达10倍之多。那么，实现这样的成绩、定下这样的目标，爱驰汽车的底气何在？

瞄准海外市场快速扩张

一年前，日内瓦车展的临时取消给了原本有参展计划的爱驰汽车“当头一棒”。不过，爱驰汽车迅速调整传播方式，在德国斯图加特发布了欧版U5及U6 ion造型预览，并开启线上直播。同时，爱驰汽车创始人、董事长付强的欧洲之行成功“出圈”。他从上海浦东出发，一路行经法兰克福-日内瓦-斯图加特-英戈尔施塔特，拍摄素材190余条，“日内瓦车展的逆行人”成为热点话题。

面对经济下行与疫情肆虐的2020年，众多汽车品牌海外战略放缓，但爱驰汽车并未停下全球化的脚步。以付强的“逆行日内瓦”为开端，爱驰汽车相继开拓德国、荷兰、法国等欧盟重要国家。2020年8月，欧版U5正式在欧洲市场开售，售价37990欧元起。

进入2021年，短短3个月时间内，爱驰汽车陆续登陆比利时、丹麦、法国、以色列等重要市场，不仅实现了对欧洲板块的进一步覆盖，更驶入了中东新“蓝海”。4月，爱驰还将向北欧市场进一步扩张，全面覆盖中欧、东欧、北欧、南欧等地更多国家。

据了解，早在公司成立之初，爱驰汽车就选择了一条与其他造车新势力不同的战略路线，面向全球，同步开发国内国外市场，在制造、研发、产品、市场、服务等全产业链很早就开始兼顾中外需求，统筹布局。当蔚来汽车、理想汽车、小鹏汽车等还在国内市场“搏杀”时，爱驰汽车的目光已经瞄准了海外。

目标市场方面，与不少中国自主品牌以亚洲、非洲、拉丁美洲以及东欧国家为跳板走向国际不同，爱驰汽车一开始便锁定高准入门槛的欧盟市场，进入汽车工业发源地德国。第二步是欧盟以外的发达市场，如以科技强国著称的以色列，并逐步占领全球市场制高点。

厚积薄发驶上“快”车道

为立足发达市场，爱驰汽车做了哪些准备？首先，技术自然是重中之重。紧跟全球智能化浪潮，爱驰汽车推出技术品牌“AI-TECH智爱科技”，系统全面地规划了智能网联、自动驾驶、车身轻量化、平台架构、动力系统等多项核心技术。截止到3月底，共申请专利946项，获得授权574项（发明95项），月均专利申请数在造车新势力中排名前三。另外，爱驰汽车已自建具有自主知识产权的纯电MAS平台，采用“上钢下留”的轻量化车身结构，自主研发干混分离的“三明治”结构电池包。

产品方面，其旗下以德系汽车制造标准打造的爱驰U5已经顺利获得欧盟WVTA大批量认证，且得益于“AI-TECH智爱科技”的加持，这款车可以持续迭代升级，不断满足用户的智能化体验与个性化用车需求。至于第二款车型爱驰U6，计划在今年内正式推向市场。同时，更多全新车型正紧锣密鼓筹备中。

销售方面，爱驰汽车可以说是少数在欧洲形成完善的销售与售后服务布局的中国新能源车企。据了解，爱驰汽车花费巨额成本建立了大型零部件仓储中心，通过海陆空立体物流运输网络，将维修设备、工具配件及时运输到各服务网点，保障用户养车用车需求。同时，爱驰汽车还采取直销与分销结合的模式，与欧洲电子产品零售巨头Euronics及德国领先的汽车快修连锁店A.T.U服务商巨头等达成战略合作，因地制宜为用户提供维修、道路救援及零部件供应等一系列售后服务解决方案。

不得不说，爱驰汽车将欧洲作为重要目标市场是有先见之明的。近年来，欧洲各国政府正在大力推动电动汽车产业发展，2020年电动汽车销量更是一度反超中国。应该说，过硬的产品实力、完善的销售与售后服务网络，以及潜力颇大的海外市场，给了爱驰汽车年出口万辆的底气。 （张冬梅）

便民服务 收费标准:55元/行/天(13字1行)广告热线 028-66079393 QQ:769036015 微信:13308082189
狂欢代理机构:成都都市报、成都晚报、天下文化有限责任公司
广告声明:本刊仅为供需双方提供信息平台，所有信息均为投资者自行提供。
本刊对所登信息及结果承担法律责任。
本刊不对投资信息及结果承担法律责任。

●卢志郎 542123198703110219遗失魏朗国成都郫国幸信投银0013526 金额25000元整 0012692金额50000元整，声明作废
遗失声明
李玉华的驾驶证（快安证号:151012017116004245），不慎遗失，声明作废。
神强成都商旅出租车公司驾驶证量分资格证（证书编号:8114460）不慎遗失，声明作废。
●遗失声明:薛鹤遗失绿地城一期一8809号车位产权证费收据，票据号:0053555/0202705,金额:893.36元，开具时间:2020年4月24日，声明作废。
●何建英驾沃尔成都商苏万章置业有限公司酒驾酒都汇国际信一期2971号车位收据编号:5000，编号XY001150,金额1000000元,编号XY001093遗失作废。
●安宁、杜媛媛购买的郫都区中山-中央公园住宅一栋一单元2504号住房维修基金收据(维修基金1129元，工本费90元，权益费6.5元，合计金额1225.5元)，因本人丢失50万元。请各告投权之日起45日内向公司申报债权债务，成楚供相应的报销凭证。
●遗失声明:潜鹏持有的简阳市农村土地承包合同书（合同编号:512081058015010028）遗失，声明作废。
●本人叶晓不慎遗失锦官万达场商业管理有限公司开具的定金收据1份,收据号码:c0008851,收款费用:装修保证金,收款金额:10000.00元，声明作废。
注销公告
成都宜唯电子有限公司注册号:510107202038351）经股东会决议，于2021年5月10日在公司住所地公司申报债权债务。
●广西贵东和水电建设有限公司(也心湖建设工程一标段)单位食堂食品经营许可证(编号:JY33011160108071，有效期2022年05月16日)，正副本遗失作废。
●成都宏驰物流有限公司通知公共照开副本(注册号:510107000400983)遗失作废。
●四川省凯利美好装饰设计咨询有限公司共同投资的四川省凯利美好装饰设计有限公司(注册号:510107000167091)33%股东会决议决定:成都康谦科商贸有限责任公司注册资本由人民币50万元减至30万元。请各债权人自公告之日起45日内向公司申报债权债务,并担公告之日起45日内向公司申报债权债务,并担公告之日起45日内到公司申报债权债务,并担公告之日起45日内到公司申报债权债务,并担公告之日起45日内到