

从南国到北疆 他们推动智慧矿山“因需而建”

■ 胡云峰

他们有的来自深圳,有的来自北京,有的来自上海,为了智慧矿山“因需而建”这一目标,在皖北煤电智能公司麻地梁矿,上演了一场“群英会”。

6月1日,华为中央媒体技术院总裁李江率华为“煤炭军团”12名成员前来智能公司调研考察智慧矿山建设。“我们是来入职的矿工”,调研交流过程中,这是他们挂在嘴边的一句口头禅。

“客户在哪里,哪里就有我们的基地!”交流过程中,李江表示,从祖国南部到祖国北疆,尽管路途遥远,大海相隔,但他们聚焦电子信息产业,提高煤矿生产效率,将煤矿井下工人解放到地面的初心不会变。瞄准华为研发能力与企业需求深度融合促成5G智能场景落地的目标不动摇,落潮加快了管理理念转化为生产力的愿望永远在路上。他们愿意根据当前麻地梁矿存在的5G工业应用痛点,视频成像等方面存在的问题,通过直观感受,全面了解,尽快拿出全套解决方案,让麻地梁矿智慧矿山建设更快、更完美,无愧于全国智能化矿山的称号!

智能公司党委书记、总经理徐辉等接待了李江一行。徐辉表示,麻地梁矿智慧矿山吸收借鉴了很多前期信息化建设成果,一年一个目标,一年一个台阶,才有了今天的成绩和规模。在顶层设计上,目标引领、分步实施,逐渐完善的建设方针指引下,麻地梁矿根据自身特点,确立了“本质安全、降本增效、煤矿工人幸福”三大目标引领,依托先进的数字技术和超前管理理念,保证生产力与生产力关系相适应,投入与产出成正比,最大限度减少生产经营环节的人为干预,将有限的资金用在刀刃上,通过改善职工生产生活环境,让员工获得感,获得了广大职工的支持和拥护。如今的麻地梁矿智慧矿山建成即见效,彻底改变了外界对建设智慧矿山就是“烧钱”就是要“花拳绣腿”的错误认识,促使智慧矿山走上了因需而建,建成即见效的通道。

“这是我们皖北煤电工人,过去来头土脸地在车间干活,现在在集控室一个人可以操控几十个车间,人员降下来了,效率反而提升了!”在公司调度远程集控中心,徐辉对智慧矿山的场景应用,成果效益,如数家珍,娓娓道来。李江一行受益匪浅。

“这是一篇大文章,我们一定要把她的需求挖出来,让她变得尽善尽美。”李江高度评价徐辉提出的智慧矿山“因需而建,建成即见效”的提法,并乐于通过深度交流合作,达成智慧矿山更完美安全实用的决心!

智能公司副总经理刘祥辉、副总工程师张怀志,机电信息中心、采煤等单位相关负责人陪同调研。

“坝坝党史课”开出乡村振兴“科技药方”

■ 邱海鹰 尹安民 张波 文/周

6月3日,四川省岳池县新场镇和溪村雨后初晴,风和日丽。89岁的抗美援朝老兵、老共产党员李国福起了个大早,换上平时难得穿上的浅绿色老式军服,叮嘱儿媳把房前院坝的桌椅、挂椅清洗干净一遍,今天他要给来自异乡的党员上一堂特别的党史课。

“抗美援朝战争打得很是惨啊,我们到乡下的5个连牺牲了3个,你们年轻人一定要记住,没有抗美援朝的胜利,就没有今天幸福安逸的生活。”说起那段峥嵘岁月,李国福70年的记忆与李国福老战友更加清晰。李国福1951参加志愿军入朝作战,1957年退伍返乡,参加了从部队站起来,到富起来,再到强起来的全过程。他所在的和溪村这几年修了水泥路,家家通了电话,用上了自来水,全村实现了整体脱贫。

“除了还债不能,不能停下来啊,还要继续往前走。”李国福语重心长地教导年轻党员。和溪村曾经是“一个贫困村,近10年内”安市,麻地梁矿党务秘书周丁朝下地,发展起了100亩花椒产业,为村集体年增收近30万元。

由于村里年轻人纷纷外出打工,村里缺劳力,缺技术,100亩花椒的日常管护成了村里头疼的事情。加上和溪村地处偏僻,每年花椒采摘后,2000多亩花椒园管理也让入发愁。

“用上这个无人机一遍,几亩地就可以把100亩花椒地巡查一遍,装上农药,除草剂可以在空中实现喷洒、除草。”90后党务干部强国鑫研究发明、改进研发出的随身携带的无人机,给驻村“第一书记”蔡学斌传授运用现代技术加强花椒日常管理。

“花椒销售不好,8月份花椒采摘后,我们利用无人机到村里来直接带货,帮忙促销。”强国鑫信心满满地说,“到时花椒价格还不能够卖呢!”

全国优秀共青团员王宝宝：“95后”的“开挂”人生

■ 陈柯沁

北重集团特钢事业部铸造车间制模班,白色是它的主基调,置物架上满是各种产品的零部件蜡模,正在工作的制模班班长王宝宝像一个“艺术家”,蜡制模具在他精心雕琢下趋于完美……

要学就学最难

2015年,18岁的王宝宝一毕业就来到北重集团,好学的他在先后学习了炼钢、涂料、机修、清理和制模五大工种后,毅然选择了难度最大、技术最复杂的蜡制工艺造型工作。

“其实刚到车间时我也很迷茫,但觉得既来之则安之,要学就学难学的。”王宝宝说。

当时制模班设备还没有改进,所有的工作都要手工操作,配比蜡水、搅拌、注蜡、冷却……一天下来王宝宝手上、身上全是蜡。

这样的工作环境与强度,耗费精力与体力,也让王宝宝一度想要放弃,但想到自己学习制模的初衷以及师傅们的鼓励,王宝宝坚持了下来。

手工制作蜡模必须细心,尤其是对细小零部件蜡制工序更要精益求精,初出茅庐的王宝宝不敢有一丝懈怠。由于当时没有保温设备,蜡水表面质量不稳定,不时时会凝固,王宝宝必须在蜡模制作的同时搅拌蜡水,为了不让大家后腿,他往往中午也不休息,下班后一个人在岗位上对着图纸研究模具内部结构,打磨模具细节,桌上堆放的笔记是他刻

安徽省马鞍山经开区着力打造政务服务“慧客厅”

■ 王雪莲

安徽省马鞍山经开区以“互联网+平台”思维,加快互联网政务与惠民服务深度融合创新,着力打造“慧客厅”的“慧客厅”。

提升服务便利化,建设“慧政客厅” 马鞍山经开区政务服务大厅开辟“慧政客厅”专区,配备自助电脑、填单范本机,查询一体机、公共打印机等设备,利用大屏播放宣讲政策课件。“慧政客厅”配有专门引导人员,为群众现场提供全程网办指导、咨询解答等服务。设置“办不成事”反映窗口,在做好兜底服务的同时广泛听取意见建议,为行政审批改革提供更有针对性的目标。

惠企政策精准化,打造“慧企客厅” 马鞍山经开区持续推进智慧园区建设,建立企业服务集市网上平台,线上建立政策发布“一张网”,归集各类惠企政策。

营商环境“清新空气”是这样涵养出来的

■ 赵德斌

今年以来,安徽省庐江县庐城镇以开展党史学习教育为契机,将学习党史与推动工作相结合,思企业之所思,急企业之所需,解企业之难处,不断打造营商环境新高地,最大限度激发市场主体活力和社会创造力,推动党史学习教育走心、走实、走深。

服务企业有了“店小二”

笔者在庐城镇采访中发现,该镇党员干部为推动企业发展当好“店小二”,用心“持续推动营商环境优化,换来企业看得见、摸得着的融入变化,用实际行动激发了营商环境的“清新空气”。

初夏时节,走进庐城工业园区,映入眼帘的是一条宽阔的马路,一排排整齐的厂房,工地上车辆穿梭,厂房内机器轰鸣,一派热闹繁忙的景象。

“评价庐城镇的营商环境我有发言权,因为我们受益者。”安徽天宇磁业股份有限公司总经理张玉才的话发自肺腑。据介绍,该公司是2007年进入庐城工业园区的高新技术企业,以生产磁性材料、磁性产品为主,企业年产值已逾7000万元。

张玉才告诉记者,在庐城镇企业办的帮助下,前不久,天宇磁业新组建的高性能磁体铁氧体“N48H”高新科技研发创新中心认定为庐江产业创新团队,获得创业30万元的资金支持。

“在整个过程中,企业办的工作人员就像‘服务员’,做到随叫随到,服务周到,说到做到,前后只用了一个月时间,所有手续都办了。”张玉才说,公司

苦学知识的见证。

在制模班学习了一个月后,王宝宝迎来了对他的第一次考核。师傅把最难的一个零件拿出来跟他说:“这个件是最难的,如果你把它干好了就说明你已经出徒了。”

“当时我才98斤,抱着22斤的零件和40斤的模具手都在抖,但我想证明自己。”

凭借日积月累打磨出来的实践经验,王宝宝成功通过了考核。第一次独立做出制模的成就感给了王宝宝继续学习的信心,之后更加严格要求自己,刻苦钻研,经常把技术人员问的“不耐烦”,这种勤学好问的品质是他之后成为单位骨干的重要因素。

“凭借日积月累打磨出来的实践经验,王宝宝成功通过了考核。第一次独立做出制模的成就感给了王宝宝继续学习的信心,之后更加严格要求自己,刻苦钻研,经常把技术人员问的“不耐烦”,这种勤学好问的品质是他之后成为单位骨干的重要因素。”

车间主任常说:“你现在可是咱车间的骨干,要发挥带头作用,带领大家好好干,提高产品质量。”

新冠疫情期间王宝宝放弃假期主动刻入班,作为生产任务重、技术问题多、隔离中的他在群里焦急在心上,只好一次次隔离一边从手机上了解班组生产情况,质量问题 and 制定解决措施。隔离结束,他马不停蹄回到单位,负责消毒、订饭、测温等工作,并且第一时间向党组织递交了入党申请书。

“是党教的别野在后面,关键时刻跟我上”,疫情之下,医生张文宏的发言,让王宝宝立志要成为一名在国家有难时奋勇当先的共产党员。

2019年装备产品任务重,制模又是



他的“较真儿”才让他成为班组里唯一一个对每个工艺、每张图纸都了然于胸的人。

2018年,年仅22岁的王宝宝勇挑重任担任制模班班长,成为北重集团有史以来最年轻的班长之一。

车间主任常说:“你现在可是咱车间的骨干,要发挥带头作用,带领大家好好干,提高产品质量。”

新冠疫情期间王宝宝放弃假期主动刻入班,作为生产任务重、技术问题多、隔离中的他在群里焦急在心上,只好一次次隔离一边从手机上了解班组生产情况,质量问题 and 制定解决措施。隔离结束,他马不停蹄回到单位,负责消毒、订饭、测温等工作,并且第一时间向党组织递交了入党申请书。

“是党教的别野在后面,关键时刻跟我上”,疫情之下,医生张文宏的发言,让王宝宝立志要成为一名在国家有难时奋勇当先的共产党员。

2019年装备产品任务重,制模又是

整个工序的龙头,王宝宝为了尽快生产,用一天时间把产品34套制作工艺研究了个遍,总结出新产品制模操作方法,加快了产出进度。为保证产品质量,减少蜡件出现气泡、鼓包等现象,他根据每日的数据分析,结合实际操作研究设备,看指标,摆问题,查原因,定措施,最终实现产品零失误。

经过无数次的设备调试、无数次的改进完善,以王宝宝名字命名的制模工序“王宝宝制模法”最终形成。功夫不负有心人,王宝宝在事业部组织的制模工技能比赛中两次获得第一名,在技能比武中获得技能、理论双第一,2018年、2019年,2020年分别荣获公司、包头市、自治区优秀共产党员称号。

2021年,王宝宝获评“全国优秀共青团员”。

面对荣誉,王宝宝说:“优秀团员赋予我的不仅是一种荣誉,也是保障生产、促进企业发展的重任,更是为履行强军首责做出贡献的职责。”



开展“五查五严”专项行动 加大管线隐患治理力度

自“五查五严”专项行动开展以来,河南油田采油一厂江河采油管理区进一步加大优化注水管线隐患治理工作力度,既保证了安全生产,又节省了成本费用。

为从根本上彻底消除房边F7-16注水管线频繁穿孔的安全隐患问题,优化利用7-16井转注集后的原注水管线路,就近连接至F7-16井,既消除了安全隐患,还节省新换管线700米,减少投资20万元。因为员工白灵正在切换管线流程。

王秉 摄影报道

建专家顾问团队,制定个性化扶持政策,采取“一件事一次办”改革,围绕减环节、减时间、减成本,全面深化“一网通办”方式,实现精准服务、精确扶持。安徽亿源物流有限公司总经理李业斌对此深有体会。

坐落在庐城镇柳村业的粮油是省级重点龙头企业,也是庐江最大的粮油龙头企业之一。业斌这样说道:“得益于庐城镇良好的营商环境,我们公司这两年生产规模不断扩大,经济效益稳步提升。”

今年初,业斌系统准备申请材料,但是一直没有时间去相关部门了解具体流程。庐城镇挂包干部第一时间帮助企业拿到了项目挂包备案所需材料清单和备案申请表。“庐城镇政策好,干部务实,服务贴心,保障了我们的工作效率和进度。”业斌统筹不辍。

“我们遇到许多事情,庐城镇这些‘她家人’想得比我自己还周到。”李业斌竖起了大拇指,称这样的营商环境,让他们吃下了“定心丸”,也放心介绍朋友来投资发展。

像天宇磁业、皖茂计量、业粮稻一样有归属感的企业,在庐城镇还有很多。

“清新空气”须臾不能缺少

业斌说,“好的营商环境就像‘清新空气’,须臾不能缺少。”吴青深知其中三昧。吴青表示,接下来,该镇将进一步深化党史学习教育,党员干部以“店小二”的姿态和作风积极作为,靠前服务,花更多时间和精力关心企业发展,打造庐城镇营商环境“升级版”,让庐城镇真正成为要素集聚的“磁场”,企业发展的“沃土”,投资兴业的“宝地”,为镇域经济高质量发展注入强劲动力。”

洞悉市场需求 宇通发布高端公交宇威全系产品

“128号选手!” “在!”

“请跟我来这边准备比赛。”

5月26日,在第六届(2021)“宇通杯”全国公交驾驶员节能技能大赛总决赛的候考室里,数十位参赛选手摩拳擦掌,等待上场角逐公交驾驶员节能标兵、节能能手和节能明星等奖誉。

参加这次比赛的公交车驾驶员们不仅要熟知行业法律法规,还要具备良好的新能源公交车节能驾驶技巧。S弯、单边桥、限门高、路边起伏路、半坡起步、海湾东站、连续障碍路、起伏路面……多角度、全方位的比赛内容,全面检验了驾驶员的技术水平。

征战赛场,还需要一件趁手的“兵器”。据了解,在本届“宇通杯”担纲节能用车重任的正是宇威高端智能网联纯电动公交车,涵盖10.5米和12米两种车型。这也是“宇通杯”首次选用宇威。高水平的总决赛,对比赛车辆的操控性、稳定性等指标都有很高的严控要求,而宇威凭借全面突出的表现,赢得了各路驾控精英的一致好评。

高端公交宇威全系产品发布

城市公共交通承载着人类对美好生活的向往。它的每一次进化升级,都是人类社会进步的标志。如今,迅猛发展的智能化升级,公共出行产业也不例外。中国土木工程学会城市轨道交通分会副秘书长、上海久事城市交通集团公司副总工程师蔡复炎表示:“面对日益严峻的环境、交

通、安全等问题,发展智能网联汽车已是大势所趋。”

作为服务公众出行领域的领军企业,宇通客车长期、合理地投入资源进行技术研发与创新,保证旗下产品得以顺应不断变化的市场需求。于5月27日正式发布的宇通高端公交宇威全系产品,就是宇通面对未来行业发展趋势以及市场机遇而精心研发的精品。包含宇威低地板公交车、宇威低入口公交车、宇威二级踏步公交车、宇威双层及燃料电池公交车在内的宇威全系产品,将成为智慧公交旗舰和都市形象担当,开启公共交通绿色智能新时代。

宇通客车国内营销总监孙希顺表示,宇通推出的高端公交宇威全系产品,力求用更好的产品,为更多城市带来更人性、更时尚、更安全、更舒适、更环保、更智能的出行体验。随着“第六系”宇通杯”的持续推进,宇威造型高端智能网

立足发挥轨枕技术和装备优势,闻令而动,积极拓展高端轨道交通材料制造的基础上,依托轨枕技术研发中心,加大增材制造产品及客户的开发,建立了良好的行业口碑。

4月初,北京一家精密设备制造公司经客户介绍,来河钢研究院定制合金模具等零部件。了解客户的具体要求,成功赢得了客户的“芳心”,不仅如此,通过与客户进一步深度合作,提升了产品的创新能力,开拓了长效合作渠道。

长城汽车泰国罗勇工厂正式投产 首款车哈弗 H6HEV 即将上市

6月9日,长城汽车泰国罗勇工厂正式投产暨首台哈弗H6HEV下线仪式在罗勇工厂隆重举行。作为继俄罗斯图拉工厂后长城汽车第二家海外全工艺整车制造厂,罗勇工厂的投产既是长城汽车在东盟市场进行快速进阶阶段的重要标志,更是长城汽车迈向汽车全球智能制造时的重要里程碑。

仪式现场,中国驻泰使团经济商务参赞李立平,泰国工业部部长Suriya Jongsangsubhan,泰国工业部副部长Suriya Jongsangsubhan,东盟经济走廊部长Dr.KanitSangsabhan 秘书长分别向长城汽车泰国罗勇工厂落成投产暨首台整车下线仪式致辞。大家对中国长城汽车在泰国市场的快速发展与贡献给予充分肯定,同时对长城汽车未来加快推进泰国汽车行业的革新与迭代表示信心。

张佳明总裁表示:“罗勇工厂的投产和下线仪式,意味着我们正式进入了东盟市场的产品推广和销售准备,也意味着长城汽车的全球化战略发展正在高速、稳健向前推进。”

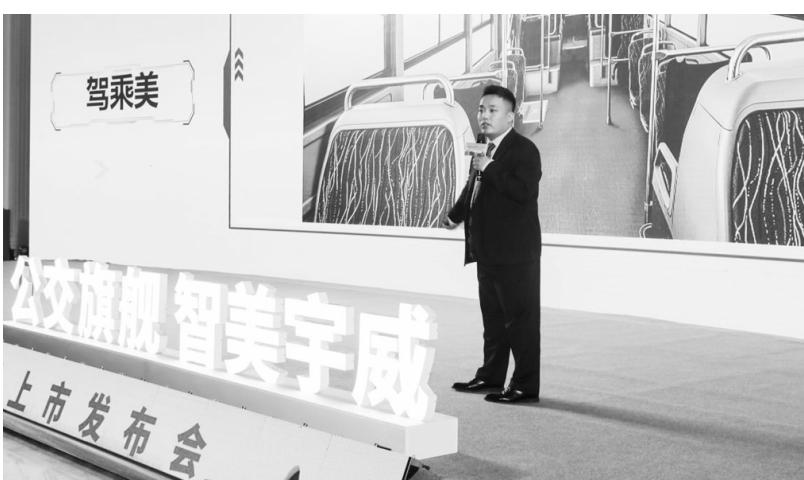
王士辉副总裁对首款下线的哈弗H6HEV进行了亮点解读,并对其独特的设计理念进行了完美诠释。王士辉副总裁表示:“通过我们近乎严苛的测评,无论从外观、智联、操控等各方面,H6HEV的表现都让大家非常满意,我们有足够

的信心让用户爱上这台车。”李光宇副总裁表示:“我们将先进技术引入工厂,与当地零部件生产商合作研发新产品,同时创造新的就业机会,分享专业的汽车生产技术知识,加速当地人才储备和培养,进而带动泰国汽车产业向高质量发展。”

中国驻泰使团王立平参赞、泰国工业部经济走廊部长Dr.KanitSangsabhan 秘书长分别向长城汽车泰国罗勇工厂落成投产暨首台整车下线仪式致辞。大家对中国长城汽车在泰国市场的快速发展与贡献给予充分肯定,同时对长城汽车未来加快推进泰国汽车行业的革新与迭代表示信心。

近日,长城汽车在泰国市场推出新零售概念,相继在曼谷开设两家新零售超级体验店,通过大数据等先进技术手段,为用户提供数据化管理服务,车辆控制和指挥系统、信息推送、信息搜索、服务预订等服务,在产品品质、技术和安全方面具备顶级水准。哈弗H6HEV配备了12项一级自动驾驶技术,智能语音交互、智能芯片、远程OTA等多项智能化产品,新车于6月15日在泰国市场开启预售,6月28日在当地正式上市,为泰国用户带来更多驾驶乐趣。

罗勇工厂秉持智能、安全、环保的理念,具备冲压、焊接、涂装、总装完整的造



联公交车将会迅速火遍全国。”

“三美”“三智”助力城市公交形象焕新

宇威全系产品的“高端”体现在何处?据宇通客车产品部产品经理张同秋介绍,当代城市的发展正呈现出新面貌,这就需要一系列能代表城市形象的新型公交车来诠释城市文明的新内涵。宇威高端公交宇威全系产品,助力城市公共出行系统打造“三美”和“三智”。

其中,“三美”为视觉美、驾乘美、陪伴美;“三智”则为智生产、智平台、智生态。

具体而言,在视觉美方面,宇威全系产品拥有时尚的外观,无论是大灯,还是侧窗等均进行先河,且采用了科技感十足的设计语言,可实现“一辆车三座”一座城的视觉效果;在驾乘美方面,

一次性试制成功。由于该订单要求产品表面精度在30至50微米之间,后期加工成为完美交付打印的关键。技术人员自主研发清洗装置,保证了支撑件完美切割精度,并通过手工打磨,保证了表面精度。

4月末,该中心将两件成品产品交付后,满足了客户具体的质量要求,成功赢得了客户的“芳心”,不仅如此,通过与客户进一步深度合作,提升了产品的创新能力,开拓了长效合作渠道。

车工艺,可实现混合动力汽车(HEV)、插电式混合动力汽车(PHEV)和纯电动汽车(BEV)三种新能源汽车与传统燃油车型共线生产。工厂广泛采用智能机器人和计算机控制系统等先进智能制造装备,以提高生产效率。如,47台FANUC机器人在焊接领域展现出自身的发挥着重要作用,能够确保车身焊线的适用性,同时机器人协同工作,将车身的每个部分配送至工作站,实现组装流程的顺畅和高效;底盘涂装技术应用,使底盘生产能够支持多车型生产,确保生产的灵活和高效;涂装车间经过13道工序,从车身到每个部件,均配备最佳涂层质量,再到每个零件送到装配线进行最终质量检验,先进装备和智能技术,应用于涂装的每一道工序,确保产品的外观精致与耐用。

作为首款在罗勇工厂下线的车型,哈弗H6HEV经过世界级生产、测试和认证,在产品品质、技术和安全方面具备顶级水准。哈弗H6HEV配备了12项一级自动驾驶技术,智能语音交互、智能芯片、远程OTA等多项智能化产品,新车于6月15日在泰国市场开启预售,6月28日在当地正式上市,为泰国用户带来更多驾驶乐趣。

罗勇工厂秉持智能、安全、环保的理念,具备冲压、焊接、涂装、总装完整的造

车工艺,可实现混合动力汽车(HEV)、插电式混合动力汽车(PHEV)和纯电动汽车(BEV)三种新能源汽车与传统燃油车型共线生产。工厂广泛采用智能机器人和计算机控制系统等先进智能制造装备,以提高生产效率。如,47台FANUC机器人在焊接领域展现出自身的发挥着重要作用,能够确保车身焊线的适用性,同时机器人协同工作,将车身的每个部分配送至工作站,实现组装流程的顺畅和高效;底盘涂装技术应用,使底盘生产能够支持多车型生产,确保生产的灵活和高效;涂装车间经过13道工序,从车身到每个部件,均配备最佳涂层质量,再到每个零件送到装配线进行最终质量检验,先进装备和智能技术,应用于涂装的每一道工序,确保产品的外观精致与耐用。

近日,长城汽车在泰国市场推出新零售概念,相继在曼谷开设两家新零售超级体验店,通过大数据等先进技术手段,为用户提供数据化管理服务,车辆控制和指挥系统、信息推送、信息搜索、服务预订等服务,在产品品质、技术和安全方面具备顶级水准。哈弗H6HEV配备了12项一级自动驾驶技术,智能语音交互、智能芯片、远程OTA等多项智能化产品,新车于6月15日在泰国市场开启预售,6月28日在当地正式上市,为泰国用户带来更多驾驶乐趣。

罗勇工厂秉持智能、安全、环保的理念,具备冲压、焊接、涂装、总装完整的造

车工艺,可实现混合动力汽车(HEV)、插电式混合动力汽车(PHEV)和纯电动汽车(BEV)三种新能源汽车与传统燃油车型共线生产。工厂广泛采用智能机器人和计算机控制系统等先进智能制造装备,以提高生产效率。如,47台FANUC机器人在焊接领域展现出自身的发挥着重要作用,能够确保车身焊线的适用性,同时机器人协同工作,将车身的每个部分配送至工作站,实现组装流程的顺畅和高效;底盘涂装技术应用,使底盘生产能够支持多车型生产,确保生产的灵活和高效;涂装车间经过13道工序,从车身到每个部件,均配备最佳涂层质量,再到每个零件送到装配线进行最终质量检验,先进装备和智能技术,应用于涂装的每一道工序,确保产品的外观精致与耐用。

作为首款在罗勇工厂下线的车型,哈弗H6HEV经过世界级生产、测试和认证,在产品品质、技术和安全方面具备顶级水准。哈弗H6HEV配备了12项一级自动驾驶技术,智能语音交互、智能芯片、远程OTA等多项智能化产品,新车于6月15日在泰国市场开启预售,6月28日在当地正式上市,为泰国用户带来更多驾驶乐趣。

罗勇工厂秉持智能、安全、环保的理念,具备冲压、焊接、涂装、总装完整的造

车工艺,可实现混合动力汽车(HEV)、插电式混合动力汽车(PHEV)和纯电动汽车(BEV)三种新能源汽车与传统燃油车型共线生产。工厂广泛采用智能机器人和计算机控制系统等先进智能制造装备,以提高生产效率。如,47台FANUC机器人在焊接领域展现出自身的发挥着重要作用,能够确保车身焊线的适用性,同时机器人协同工作,将车身的每个部分配送至工作站,实现组装流程的顺畅和高效;底盘涂装技术应用,使底盘生产能够支持多车型生产,确保生产的灵活和高效;涂装车间经过13道工序,从车身到每个部件,均配备最佳涂层质量,再到每个零件送到装配线进行最终质量检验,先进装备和智能技术,应用于涂装的每一道工序,确保产品的外观精致与耐用。

作为首款在罗勇工厂下线的车型,哈弗H6HEV经过世界级生产、测试和认证,在产品品质、技术和安全方面具备顶级水准。哈弗H6HEV配备了12项一级自动驾驶技术,智能语音交互、智能芯片、远程OTA等多项智能化产品,新车于6月15日在泰国市场开启预售,6月28日在当地正式上市,为泰国用户带来更多驾驶乐趣。

太太乐 527 爱妻节：由造节打造 IP 品牌有了新玩法

太太乐 527 爱妻节是太太乐 2017 年开始打造的品牌节日,旨在呼吁和号召男性们:爱妻从做一顿饭开始。

太太乐注意到,现在年轻消费群体中,老公下厨享受已成日事,即使厨艺不精,他也愿意使出浑身解数,用烹饪来展示对妻子的爱。那么,如何将年轻厨房、生活与爱之间的互动价值,通过年轻人看重的情感诉求前置到营销首位,太太乐在主题上做出功夫。

今年爱妻节主题以“爱的味道,让她尝到”“做顿饭!亲爱的”为主,开展一系列活动。旨在助力每一位老公轻松轻松 get 一手好厨艺,让他们持续被爱,用烹饪来展示对妻子的爱。那么,如何将年轻厨房、生活与爱之间的互动价值,通过年轻人看重的情感诉求前置到营销首位,太太乐在主题上做出功夫。

今年太太乐 527 爱妻节紧扣年轻群体主流标签——二次元萌团选秀,并将二次元萌团选秀、6 款宠物型男齐齐上阵,传递爱她为她“晒”的主题,通过不同阶段不同方式的传播,掀起声浪。80+品牌跨界联动,78 位 KOL 倾情发声,网络声势势如破竹。

这种玩法,不仅产品、流行文化、烹饪场景、营销创意于一体的品牌营销方式,顺应年轻消费者的审美习惯,更自带潮流话题度,紧密结合抖音全民任务挑战赛等多种年轻化玩法,增强互动感,让用户逐渐从观望者进阶为参与者,强化用户黏性,推进节 IP 化的发展进程。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。



太太乐 527 爱妻节：由造节打造 IP 品牌有了新玩法

太太乐 527 爱妻节是太太乐 2017 年开始打造的品牌节日,旨在呼吁和号召男性们:爱妻从做一顿饭开始。

太太乐注意到,现在年轻消费群体中,老公下厨享受已成日事,即使厨艺不精,他也愿意使出浑身解数,用烹饪来展示对妻子的爱。那么,如何将年轻厨房、生活与爱之间的互动价值,通过年轻人看重的情感诉求前置到营销首位,太太乐在主题上做出功夫。

今年爱妻节主题以“爱的味道,让她尝到”“做顿饭!亲爱的”为主,开展一系列活动。旨在助力每一位老公轻松轻松 get 一手好厨艺,让他们持续被爱,用烹饪来展示对妻子的爱。那么,如何将年轻厨房、生活与爱之间的互动价值,通过年轻人看重的情感诉求前置到营销首位,太太乐在主题上做出功夫。

今年太太乐 527 爱妻节紧扣年轻群体主流标签——二次元萌团选秀,并将二次元萌团选秀、6 款宠物型男齐齐上阵,传递爱她为她“晒”的主题,通过不同阶段不同方式的传播,掀起声浪。80+品牌跨界联动,78 位 KOL 倾情发声,网络声势势如破竹。

这种玩法,不仅产品、流行文化、烹饪场景、营销创意于一体的品牌营销方式,顺应年轻消费者的审美习惯,更自带潮流话题度,紧密结合抖音全民任务挑战赛等多种年轻化玩法,增强互动感,让用户逐渐从观望者进阶为参与者,强化用户黏性,推进节 IP 化的发展进程。

五年创新与坚持,太太乐 527 爱妻节已形成规模化效应,演变为品牌自造节 IP。深厚的市场基础和品牌效应,精准的情感洞察与创意玩法,让节日内容深层次绑定用户需求,形成一种情感共振。