打好发动机生产装配的硬仗

——江南工业集团发动机生产装配纪实

■ 程慧慧 陈戈

放弃双休日和高温假休息，每天工作达到10个小时以上，经常上连班、加晚班。这就是江南工业集团三分厂034车间发动机生产突击队近期的工作状态。他们要在34天内完成一批L系列产品发动机生产装配任务，相当于正常作业时间的两个月工作量。

上半年受生产线改造和烘箱改进影响，生产一直处于半停滞状态，直至7月22日才正式开始批量生产。面对该批产品生产时间紧、任务重的情况，三分厂提前进行安排布置，组织员工进行产前再培训。同时，开展小批量预生产工作，对出现的问题进行完善。16名员工中有7名新员工，分厂安排技术人员到现场进行跟踪指导。034车间迅速成立生产突击队，根据打磨清洗、固药分胶、产品装配三道工序，将16名队员分为三个突击小组。此次发动机生产突击战正式打响。

打磨清洗突击小组主要负责该产品壳体的打磨和清洗工作。小组成员肖军和郑巧玲，每天用丙酮对壳体进行清洗，面对刺鼻的气味，工作起来一干就是六、七个小时，没有任何怨言。该小组组长杨建红与胡学军负责打磨工作，打磨过程中会产生许多灰尘，就算带上口罩，也可以闻到灰尘的味道。在打磨时，每完成三件产品后，1毫米粗的打磨钢丝就会出现变形，影响作业效率。经验丰富的胡学军和技术员胡良益商量决定联系工艺技术研究所和生产管理部，将磨头由四孔改为三孔，将孔洞尺寸从1.2毫米更换为4毫米，采用多根钢丝拧成一股绳进行打磨，解决了钢丝变形的问题。

固药分胶突击小组主要承担选药、固药、分胶、抽真空等任务。4人中有3人是刚进厂的员工。该小组组长、装配技师申庆军不仅要干好自己的活，还要手把手教好新员工。分胶是技术要求很高的工序，每件燃烧室要倒入的胶体多一克少一克都不行。申庆军依靠丰富的经验，采取了“前期快流、后期慢滴”的手法，胶体倒入基本上都能“一步到位”，圆满完成了分胶作业。插药是将药柱插入燃烧室花盘，在插入过程中，刚开始接触药柱的新员工会出现头晕不适应的情况。他们积极克服困难，从不叫苦叫累，努力适应工作节奏，还通过采取喝茶的方法来减轻不适，很快消除了症状。

产品装配突击小组负责发动机部件对接整体装配工作。该突击小组组长、班组质量员谭桂华，大家称她为装配线上的“花木兰”。她每天要与男同事一起完成装箱、拧螺定装置、拧喷管螺纹等工序，有时手臂都累得使不上劲。从小在农村长大的小组成员陈铁峰，吃大苦、耐大劳成为了他的标签。每天，他将产品抬上抬下，一会送到工作台，一会拿去检测间。近期工作量激增，他累得连腰都不能弯，但是依然一边吃牙坚守在岗，一边连勉了十天膏药来缓解腰疼。

就这样，发动机突击队员们发扬敢打硬仗、吃苦耐劳、乐于奉献的优良传统，全力以赴将生产进度往前赶，最终，克服了重重困难，保质保量及时完成了任务，为江南工业集团后续产品总装预留了宝贵的时间。

使命召唤战戈壁 江麓保障铸军魂

江麓集团保障队全力添彩“国际军事比赛 -2021”

■ 马若宁 蒋毅

“86A步战车出击！中国队‘苏沃洛夫突击’单车赛取得开门红”、“单车赛中国两连胜”、“‘苏沃洛夫突击’86A步战车助力中国队三战三捷！”……一条条振奋人心的消息从新疆库尔勒“国际军事比赛-2021”苏沃洛夫突击项目的赛场传来。江麓战车助力中国队刷新历史纪录，再次夺得“苏沃洛夫突击”赛总成绩第一，这是该战车4度助力中国队获得该比赛项目第一名！中国兵器江麓集团生产的86A步战车作为“苏沃洛夫突击”项目中除俄罗斯外，中国、白俄罗斯、委内瑞拉三个国家的使用车辆，得到了广大参赛选手的一致好评。

在优异成绩的背后，有一群人值得我们致敬，他们默默坚守岗位为赛事全程保驾护航。“中方的装备保障人员非常专业，精湛的技术给他们留下了深刻的印象，让他们驾驭战车驰骋赛场更加自信。”外国参赛选手接受解放军报记者采访时说道。由江麓集团牵头，8个单位参加，共38人组建了服务保障队，全体队员克服困难、全力以赴、不辱使命，顺利完成参赛装备的技术保障服务工作。

● 江麓集团公司参赛装备助力中国队再夺“苏沃洛夫突击”项目总成绩第一，保障队员在战车旁开心合影。

● 江麓集团公司保障队员正在为装备保障维护中。

立足于“早课”密织保障工作体系

“国际军事比赛-2021”服务保障工作事关重大，它向全世界展示了中国军备武器的保障水平。对于江麓集团来说，它不仅是一项重大的政治任务，更是党史学习教育成果的实践阵地。

后勤不“后”，保障先行。公司保障队以“最高标准、最严要求、最周密的措施”为宗旨，自2021年3月开始，就启动了相关保障工作。公司精心组织，从各车间抽调精兵强将，组建了由装配钳工、电焊工、驾驶员、电器装配工等人员构成的参赛改车项保障队。半年多时间以来，他们辗转于安徽、山西、新疆等各部队驻地对参赛车辆进行加改装、检修和故障排查等多项工作，优质高效地成了特种车辆的加改装工作，确保了车辆及时赶入部队集训。同时，公司还对装备保障任务进行了认真策划、周密部署，成立了比赛保障组织机构，形成了目标明确、责任到人、措施具体、保障有力的工作机制。针对不同国家装备差异，制定了《装备保障工作计划》、《装备技术整治方案》、《装备技术整治细则》和《装备验收标准》。透过“赛场”看“战场”，兵马未动粮草先行，江麓集团保障队“早课别”，为开展有条不紊的服务保障工作打下坚实基础。

立足于“使命”克服保障艰苦环境

“苏沃洛夫突击”比赛场地位于新疆库尔勒戈壁滩内，风沙肆虐、极度缺水、环境温度高达40℃，在恶劣的环境下如何顺利开展保障任务成了保障队要克服的首要困难。

合理分工共商对策。公司装备保障部部长助理、党员叶陆辉担起领队重任，负责策划和组织协调，在他的带领下全队上下士气高昂，保障工作有条不紊。六分厂604车间副主任、党员蒋毅站岗一线，对保障现场的工作进行统筹安排和指挥。军事装备，有着精密的零件和构造，在保障检修方面则由高工廖德软提供技术支持并制定维修方案。“要修的修，该换的换，全力保障装备正常运转，”高工李正勇边记录维修边说道，同时他还要协调后方来保证零件的供应。

打好“保胃战”。高温天气、恶劣环境、水土不服，加之时间紧任务重、压力山大，部分保障队员出现中暑脱水、食欲不振、胃痛腹泻等问题。不吃饭没力气、身体抱恙怎么进行服务保障呢？随即，保障队立刻准备好防暑药物及盐水，并通过延长午休时间，增加夜间工作时间等办法，最大程度保证身体和精神状态。为做好成员们的基本饮食保障工作，保障队积极与赛事管理方协调联系，确保水源、蛋白质、维生素等营养的供应。

织好“防疫网”。国际疫情形势依然严峻，尤其是在疫情反弹期间，比赛有着严格的防疫安排。在环境温度40℃，车内温度60℃的高温酷暑下，队员们身穿防护服，为外军参赛部队提供装备保障服务。为降低感染风险，队员们在保障过程中不能脱掉防护服，上厕所都极为受限，队员们只能减少饮水、穿纸尿裤坚持10余小时，直到训练和比赛完成。

升级“维修间”。需求在哪，服务到哪。保障队对部队的需求“有求必应”，针对参赛部队对装备接触时间短、操作不熟悉等问题，提供“一对一”式反复培训；针对训练中出现的装备问题，提供“保姆式”检修服务。“维修间”就是“休息间”，保障队员们24小时都和装备在一起，吃住全在维修车间。外军高度赞扬我军“装备可靠，保障有力”。

立足于“担当”披坚执锐勇敢逆行

“呼叫保障队外军排故队员，收到请回答，收到请回答。”

“外军排故队员收到，指挥中心请讲。”

“委内瑞拉代表队训练区域内一台训练车发生故障，速去排查。”

“报告指挥中心，排故队员已全员派出，无待命人员！”

在8月14日的训练过程中，委内瑞拉代表队一台训练车在训练时出现故障。此时负责在外军隔离区内保障工作的张鼎峰、汤湘晖已在外军另一训练点进行排故工作，无法及时赶回。指挥中心的电话一个接一个的响起。由于训练场地的使用时间有着严格的规定，委内瑞拉代表队主官要求这台车必须尽快排除故障恢复训练，否则将向赛事组委会提出严正交涉。

疫情当道，所有看似简单的问题都披上了一层无法预估的“外衣”。赛事组委会对防疫要求有严格的规定，人员无法随意调动，所有进出隔离区的人都有着严格的防疫要求。如若无法及时解决委内瑞拉代表队的车辆问题，上报赛事组委会这势必会带来严重的后果，情况万分紧急。

就在大家一筹莫展的时刻，一声“我愿率队前往隔离区”打破僵局。戴浩川挺身而出，主动要求前往隔离区进行排故。在经过防疫培训后带着部队的保障队员一起身着防护服前往故障车辆停放点，他们环绕车辆，进行初步的判断分析，然后迅速开始检测排查故障。戴浩川发现委内瑞拉代表队车辆的故障是由于燃油管路进气导致的短路，发现问题解决问题，他立即采取行动。最终以最短的时间将故障排除，赢得了与时间的“攻坚战”。正所谓，“绿衣披甲逆风行，越是艰险越向前”。

随着“国际军事比赛-2021”的闭幕，保障队员终于迎来他们第一次“休息”。因为疫情防控需要，队员们还要接受7天的隔离才能回来，家中亲人的思念、同事朋友的盼望，在此刻都被无限放大。服务保障队员说：“比赛结果的完美呈现，就是我们保障队员最大的慰藉！”比赛紧迫时刻，队员们挺身而出担起了保障队员的职责；保障队攻坚克难担起了江麓出征队的职责；江麓集团上下一心担起了人民兵工战士的职责。“功成不必在我，功成必定有我”，所有人挑起了身上的担子，完美的保障了赛事的有序进行。保障队舍我其谁、奋勇争先是公司履行强军首责、推动高质量发展的缩影，公司也将继续加强装备服务保障，为全面建成世界一流军队提供强大的装备保障支撑，在新的起点上推动装备保障工作再上新台阶。

马钢炼焦总厂切实做好“雨季三防”工作

■ 李开庆

进入秋季以来，突发性暴雨、连日大雨等极端天气很是频繁，马钢炼焦总厂能源分厂安全生产面临一定困难，为消除影响安全生产的不利因素，该分厂积极采取预防措施，多措并举，为雨季安全生产保驾护航。

高度重视，切实加强“雨季三防”工作。该分厂高度重视雨季防汛、防排水、防雷电工作，实行主要领导值班以及高配岗位生产骨干值班制度，确保24小时管理在线，全面负责“雨季三防”工作，严格落实安全责任。

持续强化宣传教育工作，增强安全意识。该分厂持续加大“雨季三防”安全生产工作的宣传力度，广泛宣传、普及“雨季三防”工作的重大意义、基本应急措施，持续强化员工的培训教育，全力提高各级人员对“雨季三防”工作的思想认识和自救意识。

增加巡检频次，确保有问题早发现、早整改、早预防。针对重点区域、关键环节持续加强管理力度，增加巡检频次，尤其是大雨过后必须对配电场所、防洪沟渠、设备区域进行细致的检查，确保雨季期间防洪沟渠通畅、设备全面覆盖，保障日常发电、保供工作顺利进行。

早落实、早准备、早部署，不打无准备之仗。时刻关注天气预报，随时掌握雨情、汛情以及台风变幻情况，做好“三防”物资设备装备的储备工作，切实做到“五落实”、“五到位”，确保平安度汛。

深耕医学影像领域助力精准医疗

■ 高璐

随着医学数字影像系统日渐成熟、医用显示器显示质量对整个医学数字影像系统的有效性和准确性有着直接和重要的影响。

记者近日的采访对象，是在医学影像显示研究领域卓有建树的权威专家。他埋首于医学影像显示技术研发与创新领域，取得了诸多原创性研究成果，为推动医学影像显示技术朝精准化、稳定化、智能化的创新发展作出了卓越的贡献，他就是南京凯影总经理王文伟先生。

相对于普通显示器，医用显示器要求具有更高的亮度、对比度、分辨率、灰阶度，精准度及稳定性和一致性。王文伟深刻认识到该领域的技术瓶颈和现有市场产品的缺陷，因此他带领团队针对现代医疗影像对显示终端色彩精准性的超高要求，苦心探索多年，经过反复实验和理论推敲，最终成功研发出“环境光自适应的显示器”等专利，极具开创性地通过宽色域和色彩重建等独有技术，成功地将彩色影高亮度阵列250万点，这与市面同类产品偏离<5水准相比，产品色彩精准性达到国际领先水平。基于该系列创新研发技术，凯影医学显示器画面亮度更加均匀，色阶之间过渡更加自然平滑，极大地降低了外部环境光线对观看效果的影响，大大增强了视觉感官真实对比度，从而为手术过程中医生诊断提供了科学的影像依据，提高诊疗效率和准确性。

作为国内医学影像领域领军专家，王文伟带领团队从研发创新、产品设计到市场拓展，实现了全流程贯通，也使得凯影产品的专家智慧和技术优势更好地在行业里得以展现和发挥。在图像处理、数字处理与交互等技术方面积累了丰富的专业经验之后，他带领团队又成功研发出“可一键调阶片的医用显示器”等专利，形成了智慧阅片室、远程会诊、数字化手术室等系统解决方案，在精准诊断、基于影像的治疗方案和疗效评估领域做出了实质性的贡献。

其中，基于该系列技术研发出的凯影超大屏幕智能并轨影像会诊中心系统采用全球最先进的医用液晶显示器设计技术，提供了极致的显示体验，整个显示器亮度区间都符合DICOM标准，凭借超越AAPM推荐的12bit灰阶度以及彩色灰阶自适应技术，有效实现同一台显示器可同时正确显示彩色医学影像和灰阶医学影像。凭借卓越的性能和国际领先技术，凯影产品已经走向世界，专业显示产品广泛应用于医疗、军工行业，并且延伸到欧洲、东南亚等国际市场。

深耕中国医学影像领域十余载，王文伟战绩斐然。如今他研发的多项专利和耶影技术已经得到了全行业的高度认可，并在整个医学影像诊断领域广泛应用。他不仅是凯影成功路身国际领先科技公司行列的优秀领导者，同时也为推动中国医学影像领域的转型升级、步入良性高速发展通道作出了突出贡献。

国庆前夕，中国石化扬子公司炼油厂组织安全隐患排查，对安全管理、生产技术、消防、设备等进行不同层面和专业隐患排查，各单位根据装置小波动、小异常、小事件组织“三小”专项安全劳动竞赛，固委开展“青年环保管查行动”，鼓励青年员工对装置的“跑、滴、漏”进行督查，将问题表单化，及时发现的20余条问题责任到人，限期整改，确保国庆节日期间安稳生产。 图为9月22日该厂员工排查设备隐患。 **周晓琪 李树鹏** 摄影报道

深夜，查出毛辫子断股隐患！

■ 王秉

“这毛辫子不垂直，跟往常的不太一样！”9月11日晚上11时46分，河南油田采油一厂江河采油管理区外操班夜巡工马春生，巡井至K6-19井，突然站在原地不动，一个劲地仰着头，眼睛顺着防爆手电筒光往驴头上瞄，足足过去五分多钟，脖子都仰酸了，还没有瞄出名堂来。在这一过程中，他在心里一直犯嘀咕：“会不会是毛辫子断股了？”为了弄个水落石出，他干脆把抽油机停在下死点，再一次把灯光打过去，靠近了仔细一瞧，果然发现毛辫子上部青面“发毛”和“分叉”。这时，他更坚定了自己的判断，一定是毛辫子断股了，并且还维持不到第二天天亮。他立即把这一情况上报给外操班长和管理区调度室。

不一会儿，闻讯赶来的维修班人员和马春生一起，利用升降车，不到40分钟，更换了毛辫子，日产2.2吨的K6-19井抽油机又恢复正常生产。

“还是老马判断的准！毛瞿子断了2股，其他4股受力不均，说断就断，坚持不到天亮！”

“如果听之任之，要么拉弯光杆，要么全部断脱，最终会砸坏井口流程，砸坏采集仪，光一个采集仪就两、三千块钱！”

“现在油田深入开展‘五查五严’专项行动，上了多年夜班的老马，这一次避免了一起设备安全大事故，要立大功了！”

面对同事们不绝的点赞，马春生却腼腆地说，“这是我应该干的工作，不值得表扬！”

“以用户为中心”长安汽车以四大举措构建新服务平台

■ 赵琼

日前，在长安汽车科技生态大会主论坛上，长安汽车董事长朱华荣围绕“新汽车新生态”发表了主旨演讲，将长安汽车对未来的思考、发展蓝图以及战略行动做了分享。作为科技生态大会的组成部分，2021长安汽车科技生态大会用户论坛同期举行。

“以用户为中心”的新服务是长安汽车实现“新汽车新生态”战略目标的重要支撑。记者了解到，长安汽车携手合作伙伴，共同聚焦用户需求，为用户提供美好出行的新体验，将以四大举措“新服务体系、新伙伴关系、新技术赋能、新产业合作”确保新服务平台的构建。

超越用户期待的新服务

在用户论坛上，长安汽车副总裁余成龙介绍了近年来长安汽车在用户服务方面所做的努力。

一是开展“一号工程”。2020年6月11日，朱华荣召集长安公司所有高管发布了“一号工程”，将用户服务作为第一工程、第一能力、第一要务，集全公司、全员之力，围绕用户“买卖用修服”全生命周期打造业内领先的用户服务能力，为用户提供更有温度的愉悦体验。

二是践行五大承诺。早在2019年，长安汽车就发布了“知音伙伴服务计划”，向用户作出了价格透明、时间标准、品质保障、快速响应、服务专业的五大承诺。2020年6月，这五大承诺已经升级为2.0版本。

三是搭建万人体验官团队，深度倾听用户意见。截至目前，长安汽车已拥有10717名用户体验官，组建了14个体验官微信群，长安公司高管团队及各级员工与用户保持密切沟通，积极倾听用户体验官的意见和建议。

四是围绕用户“买卖用修服”全生命周期体系化驱动，使用户体验不断向好。长安汽车根据用户体验官以及近3年所有长安用户的数万条信息，逐条进行复盘分析，分类、分场景式地形成244个涵盖用户“买卖用修服”全生命周期的服务体验代码库。值得一提的是，这项举措在汽车行业是首创。

得益于长安汽车在用户服务方面的努力，收效显著。从近期用户反馈的数据来看，用户抱怨比以往下降了一半以上，用户直接评价满意度(SSI/CSI)大幅提升至98%以上；一些体验官、用户还主动反馈长安汽车的服务体验越来越好了。从行业评价结果来看，中国消费者协会发布的用户满意度排名中，长安汽车在所有汽车品牌中排名第一；行业权威机构J.D.Power发布的用户满意度排名中，长安汽车排名持续快速提升。

在用户眼中，长安汽车对客户非常贴心，“宠粉”力度有目共睹，不仅根据用户喜好与用户共同策划举办诸多系列活动，还有粉丝盛典、生日关怀等，让用户感觉到自己不只是长安汽车的用户，更是长安汽车的“家人”。

如何更好地解决用户购车、用车、养车过程中的“痛点”，打造新零售时代汽车服务的新标杆？长安汽车认为，用户是新服务的定义者，企业将深度挖掘用户需求，围绕汽车原点，打造“人车生活”的新服务生态体系，一切以用户为中心，构建起“买卖用修服”全生命周期服务。今后，长安汽车将通过新服务平台，打造有温度、差异化、超越用户期待的新服务。

开创全新服务平台

记者了解到，长安汽车将携手全球合作伙伴，紧紧围绕用户全场景需求，用开放无忧赋能，让广大用户在新服务平台上，享受更加愉悦的新体验。余成龙也对新服务平台做了详细讲解。

首先，长安汽车是新服务平台的“提供者”。长安汽车依托庞大的用户群体，打通全场景的用户触点，借助成体系的云网平台和软硬件设施基础，提供一个可供“端、用户端、第三方进行共创的平台。在这个平台上，长安汽车将通过新商业模式、服务模式，甚至是产品形态都可以被定义和实现，长安汽车提供必要的标准、流程、体系支撑以便于平台的运行，为所有用户服务赋能。

其次，用户是新服务平台的“主导者”和“获益者”。新服务平台的主角是用户，用户需求是新服务平台的指挥棒。长安致力于让用户真正参与到“人车生活”全场景的创建中，用户可以借助长安搭建的平台，将自己的想法和创意转化成产品或服务，产品或服务所产生的增值归用户所有。长安乐于看到、并将引导和支持用户在这个平台上创造价值、获得价值、自我实现。

再者，长安汽车协同全球合作伙伴，是新服务平台的“价值赋能者”。长安汽车将以更加开放的姿态，协同全球合作伙伴共同为新服务生态平台赋能，让更智能的技术运用、更多元的生态能力注入新服务平台，共同为用户构建未来出行新服务、新体验。

为了确保新服务平台的顺利构建，长安汽车将通过“新服务体系、新伙伴关系、新技术赋能、新产业合作”四大举措，助力构建新服务平台，为用户带来新体验。

举措一，以“新服务体系”打造专业便捷、主动省心、个性精细的新服务体验。要持续加码、消除用户体验痛点；要做实做细，让用户体验向前向上；体系推动，确保举措执行落地。举措二，以“新伙伴关系”打造高频互动、暖心关怀、价值共创的新伙伴体验。举措三，以“新技术赋能”创造智慧创新、出行放心、呵护贴心的新场景体验。将结合应用大数据，区块链在线支付5G网络、自动驾驶等一系列新技术，给用户带来更加智慧便捷的服务，让技术为美好的明天赋能。举措四，以“新产业合作”为新服务平台实现赋能。以更加开放合作的姿态，携手全球优质

合作伙伴、战略合作伙伴、供应链合作伙伴、经销商合作伙伴、服务商合作伙伴等，共同聚焦用户需求，以新技术、新生态为新服务平台赋能，共同为用户提供美好出行的新服务、新体验。

秉承以用户为中心的赤诚之心

根据中国汽车工业协会的分析，我国新车销量增长将逐渐放缓，这意味着汽车行业从增量时代进入了存量时代。面对变化，企业需要考虑的是怎样以存量带动增量。

在用户论坛上，J.D.Power中国区数字化零售咨询事业部总经理谢妍认为，突破点要落到服务上，从增量时代的体验管理拓展到存量时代用户关系的建立上。“在存量时代，品牌与用户之间的维系，将从过去单纯的服务与被服务的关系，突破到一种前所未有的长期伙伴关系。因此，未来的服务体验将会逐渐以无形化、轻量化、便捷化的方式存在。”她说。

J.D.Power将这个新的消费时代称之为“共情力消费时代”。在共情力消费时代，企业要更多地站在用户的视角思考问题。J.D.Power的数据显示，2021年，在开始选购车辆时，已经想好自己想要的品牌和车型的用户比例增加到了74.8%；而2020年，这个数字只有68.3%。可以看出，用户选择品牌更加聚焦和集中化。

在这种聚焦的偏好下，中国消费者的购买决策速度变得越来越快，并且从原来线下、认识的、熟人之间的点对点传播，正在向线上、不认识的、所有人的网式共情转移。在共情力消费时代，催生了从“我需要”到“我想要”的新消费逻辑的转变。品牌将通过共情的通道，与用户之间产生共创的内容，共同演绎一个从“我”到“我们”的新生态。

在存量时代，新技术的变革导致服务形式发生变化。只有那些注重客户服务、敢于拥抱变化、善于抓住机遇，以客为尊的企业，才会收获信任，赢得未来。

对于体验官和用户对长安汽车产品、用户服务、体制机制和能力建设的建议，余成龙表示，长安汽车会在平时沟通和交流中逐一记录下来，给予研究和落地。对于新服务平台，他表示，长安汽车将持之以恒地进行场景化建设、倾听意见，以及建立长周期互动平台，做到更加全面的覆盖，使长安汽车未来的服务更加具备温度、智能化和可持续发展。

机器人装备企业创新经营模式赢市场

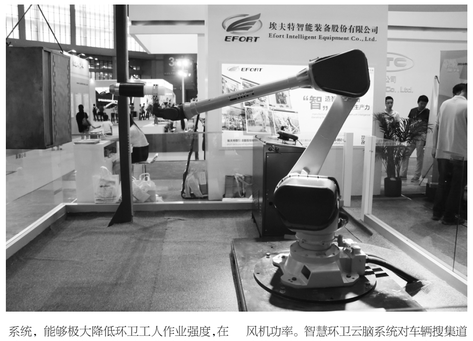
■ 徐斌

埃夫特智能装备公司生产的工业机器人质量好、水平高，深受用户欢迎。有的用户又难以单独购置。针对于此，埃夫特采取让客户一起付费、一起使用来破解这一难题。

“我们在江西赣州南康区投资建设了一家使用喷涂机器人的智能共享工厂，为当地几十家家具企业提供油漆喷涂服务。”近日在位于芜湖市旁江区的埃夫特总部，公司董事长许礼进介绍道。

作为国产工业机器人龙头制造商，埃夫特生产的喷涂机器人，能够帮助家具企业提升喷涂作业效率。考虑到人工成本日渐上升，以及油漆喷涂可能对作业人员健康造成的危害，喷涂机器人的市场前景被更加看好。但是家具制造行业的一大特点是大企业少，而绝大多数中小企业买不起也用不起智能机器人。

江西赣州南康区号称“中国实木家居之都”，2020年家具产业总产值逾2000亿元。“在当地家具企业中推广喷涂机器人时，我们想到，如果大量对喷涂机器人有使用需求的客户受制于规模小而买不起、用不起，埃夫特何不自己建个共享喷涂工厂，为企业客户集中提供喷涂服务。”许礼进说。于是，埃夫特在南康的共享喷涂中心一期、二期先后于去年9月、今年7月投入使用，喷涂加工费年收入已达2400万元。



从卖产品到卖服务，模式创新让埃夫特一举破解了喷涂机器人商业化应用难题，使技术创新的成果得以快速落地。大量中小家具企业不必购买便可使用喷涂机器人，节约了人工。集中喷涂的规模效应则进一步降低了喷涂机器人自身的使用成本。同时，变分散为集中，也有利于对喷涂作业的污染治理和环保监管，实现了经济与环境的双重效益。

相距埃夫特不过几分钟车程的酷哇机器人公司，是国内自动驾驶赛道的头部企业，专注于城市复杂场景下自动驾驶和智能网联技术的研发及应用。同样是通过模式创新，酷哇成为商业化落地最快的自动驾驶企业之一。

酷哇的做法是将自动驾驶与市政环卫等城市运营服务结合起来。传统环卫行业属于劳动密集型行业，运营效率低下，管理模式粗放，且近年来“招工难”问题日益凸显。“我们率先将自动驾驶技术应用于环卫作业车辆，研发自动驾驶环卫车和智慧环卫云脑系统，能够极大降低环卫工人作业强度，在减少用工数量的同时提升作业质量。”酷哇行政总监陈雅娟介绍。

人们在酷哇车辆运行画面中看到，自动驾驶环卫车可感知识别路沿、动态道路信息及地面垃圾，主动调整作业车速、扫盘转速、风机功率。智慧环卫云脑系统对车辆搜集道路数据进行分析处理，可优化作业路径和任务分配。依托自动驾驶环卫车和智慧环卫云脑系统，酷哇已成功在长沙、成都、芜湖、湖州、亳州、天津等10多个城市落地智慧环卫项目，累计获得市场订单超过10亿元。

江汽集团1-8月销量同比增长23.2%

据安徽江淮汽车集团股份有限公司（以下简称“江汽集团”）8日发布的《安徽江淮汽车集团股份有限公司2021年8月产、销快报》数据显示，2021年8月，江汽集团销量为3.04万辆，1-8月累计销售35.5万辆，同比增长23.2%。

商用车聚力向上。江淮商用车8月销售1.3万辆，1-8月累计销售19.5万辆，与2020年销量基本持平。其中，轻型货车1-8月累计销售14.4万辆，同比增长2.8%；中型货车1-8月累计增长21.5%。

乘用车智启未来。江淮乘用车8月销售1.7万辆，同比增长33.4%，1-8月累计销售16.0万辆，同比增长72.7%。其中，纯电动乘用车8月销售0.8万辆，同比增长88.6%，1-8月累计销售7.6万辆，同比增长196.4%。SUV 8月销量达1.4万辆，同比增长73.4%；1-8月累计销售11.9万辆，同比大幅增长156.6%；MPV1-8月累计销售2.4万辆，同比增长12.9%。

国际市场持续向好。从出口来看，江汽集团在国际市场的表现持续向好。8月销量达到0.6万辆，同比增长133.0%，1-8月累计销售近4.7万辆，同比大幅增长142.8%。

尤其值得一提的是，哈萨克斯坦市场的增长显著。哈萨克斯坦是中国“一带一路”经济带联通中欧的重要窗口，也是江汽集团的重点市场。多年来，江汽集团持续加速对哈萨克斯坦市场的开发，为哈萨克斯坦汽车工业发展提供了重要的动力。江汽集团现有销售网络遍布哈萨克斯坦14个州、3个直辖市，产、销位居中国品牌第一、全球品牌前十，江汽集团哈萨克斯坦工厂逐步成为哈萨克斯坦第一大汽车厂，当前工厂经营正步入高质量增长阶段，国际市场认可度不断提升。

（据国资委网站）

老字号内联升创新传统技艺圈粉年轻人

■ 橙子

在今年服贸会上，老字号内联升的展台前挤满了时尚的年轻人；拍照、试鞋、网上下单。当传统制作技艺插上创新翅膀，让这个始建于公元1853年的老字号史力圈粉年轻人。近日，北京内联升鞋业有限公司常务副总经理程旭接受媒体采访时表示，服贸会为老字号搭建了展示和交流的平台，推动老字号的展示、传播、创新。

今年内联升带来一款“大云棉鞋”。如果追溯历史，这款棉鞋的样式和制作技艺差不多有600年历史。程旭说，最近内联升正在与故宫合作还原明靴制作，“这款大云棉鞋的制作工艺是接近于朝靴的。”他介绍，目前这种制作工艺已经濒临失传，“现在会这种工艺的师傅，已经不足10位。”

从之前的京交会到现在的服贸会，内联升都会带着匠心之作的产品和技艺参展。程旭认为，服贸会为内联升这类老字号提供了非常好的展示和交流的平台。今年的第一个感受就是参展的老字号的规模和数量远远超过以往。“服贸会把很多老字号集中在一起，大家有什么新想法、创新点子，可以互相交流、学习。”

程旭说，近几年零售市场变化很快，从传统以单纯售卖为主的实物交易方式，已经转变到现在以体验式经济为主的消费方式。这几年参会时，内联升非遗技艺传承人都会现场展示“千层底”的制作技艺，观众非常感兴趣。“今年我们展台前经常围满了年轻人，大家现场试鞋、拍照，然后网上直接下单。大家都认为内联升的产品最来越丰富，款式越来越多，尤其是随着这两年汉服热，内联升的汉服鞋也崭露了这块市场的空白。”

据程旭介绍，本届服贸会上，内联升除了在老字号专区参加展演展卖，还参加了西城区商务局组织的推介会，来参会的很多驻外使领馆的官员对内联升的布鞋表现出浓厚兴趣。此外在北京第二外国语学院和中国服务贸易研究院主办的中国服务贸易论坛上，内联升与第二外国语学院达成老字号品牌的国际化传播战略合作，助力老字号品牌的国际化和海外传播。

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
地址：红星路二段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室
独家代理机构：成都媒体公共事业广告代理有限公司
律师提示：本刊仅为供需双方提供信息平台，所有信息均为刊登者自行提供。客户负责错误信息相关手续和证照，本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

注销公告

四川正河商贸有限责任公司，（注册号：51010020004272），经公司股东会决议决定注销公司并成立清算组，请公司债权债务人向公司在四川省内国税局公司清算组申报债权债务，逾期视同无债权处理，特此公告。

1.晶城汇停车场备案通知书，备案号：10434，停车场备案通知书编号：2021-0000-2，晶城汇广场8号地下停车场备案凭证，备案号：10514，停车场备案通知书及附表凭证号：

节前安全隐患排查

成都市勘达管理咨询有限公司清查公章（编号：5101060027321），财务章（编号：5101060027533），法人章（编号：5101095231590）作一次，即作废。

注销公告

成都比廉电子器件有限公司（注册号：510150000387870）经股东决定注销公司。请债权债务人在见报之日起45日内到本公司申报债权债务，特此公告。

1.公司员工李丰农业开发有限责任公司财务专用章编号：511521000197 遗失作废

2.重庆县琵琶镇隆策村民委员会代表：915101000097439553U，票号：9263011 空白票5份，增值税专用发票发票代码：5100194130，票号：0250100-0250 1512 空白票5份遗失作废

3.四川璧毅云网络科技有限公司公章（编号：5115010508024）遗失作废

4.金牛区有莱通电子产品商店营业执照（注册号：510106600855234）、税务证书（纳税证编号：51500000088228）、财务专用章（编号：51500000088229）、法人章（编号：51500000088230）遗失作废

减资公告

成都昊开文化传播有限公司成华一社会信用代码91510116MA68MG1R2Q 经股东会决议决定将注册资本由人民币500万元减少至20万元，请债权债务人在本公告见报之日起45日内向本公司申报债权债务。

成都熙卿广告有限公司（注册号：510105000306149）经股东会决议决定注销公司，请债权债务人在本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。

2.成都信证企业服务有限公司（注册号：510100000158836）经股东会决定注销公司，请债权债务人在本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。

公 示

由我公司承建的“木里县2020年高标准农田建设项目（一标段）”，已按施工合同完成工程内容，因已完成与各施工作业面施工程清算，即向社会各界公示，公示期为15天，自2021年9月24日—2021年10月8日，若对工程有异议，请于2021年10月8日前向四川圆瑞建设工程有限责任公司反映。超过反映期，我公司则不接收任何费用的申诉。

联系电话：刘晓龙 17387777776

四川圆瑞建设工程有限责任公司

2021年9月27日

遗失公告

四川省工商局：2003年07月24日颁发的注册号为：5100000000260400的四川成都智策到有限责任公司营业执照正本、副本不慎遗失，声明作废。特此公告。

2021年9月27日

四川腾飞动达建工程有限公司营业执照副本、本证副本编号：2-7-1，统一社会信用代码：91510105MA6CQ241XP）遗失，声明作废。

成都鸣凤菜华商务有限责任公司遗失公章一枚，编号：5101056095886，声明作废。

成都市三圣贸易与母婴商贸鹰头儿子王信然出生医学证明，编号：TS1038318B，声明作废。

成都鸣角艳民吧，网络文化经营许可证正本（编号：5101992003063）遗失作废。

注销公告

成都市建鑫亚沙公设备有限公司法人章（统一社会信用代码91510100MACRQB319）经股东会决议决定解散公司注册资本，由人民币1000万元减少至3万元，请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求。

成都民间文化艺术研究院（注册号：51500000088000）经股东会决议决定减少公司注册资本为人民币1000万元减少至3万元，请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求。

遗失公告

四川省工商局：2003年07月24日颁发的注册号为：5100000000260400的四川成都智策到有限责任公司营业执照正本、副本不慎遗失，声明作废。特此公告。

2021年9月27日

四川腾飞动达建工程有限公司营业执照副本、本证副本编号：2-7-1，统一社会信用代码：91510105MA6CQ241XP）遗失，声明作废。

成都市郫都区杜康作食品经营许可证副本编号：JY15010240008156，遗失作废。

刘丁丁遗失二代身份证，号码：522728198908076318 遗失作废

中国银行保险监督管理委员会四川监管局
关于颁发 中华人民共和国金融许可证的公告

该机构经中国银行保险监督管理委员会四川监管局批准，颁发（中华人民共和国金融许可证），现予以公告：

中国银行股份有限公司成都分行

机构编码：B0003S251010055

业务范围：**许可该机构经中国银行保险监督管理委员会依照有关法律、行政法规和其他规定批准的业务，经营范围以批准文件所列为准。**

许可证流水号：01004893

批准成立日期：2003年05月29日

住所：**四川省成都市青羊区文翰路139号1栋1层附3号,附4号**

发证机关：**中国银行保险监督管理委员会四川监管局**

发证日期：**2021年09月24日**

以上信息可在中国银行保险监督管理委员会网站（www.cbrc.gov.cn）查询

成都铁路线工字检遗失高压操作证，编号：JY5101092031577，声明作废。

青羊区录声茶园（注册号：510105600296688）营业执照正副本遗失作废

郫都区美味坊都调味品经营部食品经营许可证副本编号：JY15010240008156，