

鲁西矿业郭屯煤矿：厉兵秣马战“雨季”

“我是调度员赵永青，矿井突发停电事故，井下所有人员按避灾路线迅速撤离升井……”近日，山东能源鲁西矿业郭屯煤矿举行110KV双回路供电线路停电事故专项应急演练。

该项演练模拟菏泽地区突遇雷雨大风灾害性天气，造成供电电网大面积停电且短时间内不能恢复，矿井110KV双回路供电线路全部失电，严重影响矿井安全。该矿“安全生产调度指挥中心值班调度员赵永青按照“煤矿调度员十项应急处置权”授权，下达全矿停产指令并启动应急救援程序。

险情就是命令，时间就是生命。演习自上午8点开始，该矿迅速成立应急指挥部及抢险救灾、技术专家、系统保障和物资供应、人员撤离、后勤保障5个应急救援小组，全面开展应急救援工作。至9点20分，井下作业人员全部安全升井，矿井双回路供电电源恢复正常。

“本次演练检验了我们应对突发事件的应急处置能力，使应急演练更具实用性和可操作性，为确保矿井安全提供坚实保障。”该矿党委书记、矿长申世豹表示。

据了解，为积极应对和消除雨季极端恶劣天气对矿井安全带来的危害，郭屯煤矿未雨绸缪，防患未然，立足防大汛、抗大灾，超前部署安雨季“三防”综合措施，坚决筑牢雨季“三防”安全堤。

该矿依据矿井实际，详细制定了雨季“三防”应急预案，建立健全雨季“三防”管理责任追究制度，组建应急救援队伍，明确工作重点，紧盯薄弱环节，建立24小时值班制度，全力应对可能出现的突发事件。

据悉，该矿已于3月31日成功举办灾害性天气地面防洪、井下撤人联合应急演练，进一步锻炼井下作业人员逃生自救能力和技巧，提高应急救援队伍应对突发事件的快速反应、应急处置和作战能力，确保大雨不淋井、洪灾不伤人。

据该矿雨季“三防”领导小组副组长、机电副矿长李明亮介绍，在进入雨季前，他们就组织专业技术人员进行全面细致的水情水患风险隐患排查分析；对矿井排水设施检查、维护；对井下、外水仓、大巷沟道进行全面清挖；对地面工厂雨水沟清理，保证有效积存和排水畅通；对地面建筑物、变电所、供电线路、井架等设施的防雷电气装置试验，保证供电线路和设备的安全稳定运行。

郭屯煤矿还健全完善应急物资储备管理机制，实行专人负责，专库专用，实行“帐、卡、物”对口管理，每周检查防汛物资储备情况，足量备好防汛物资。

与此同时，该矿还积极与鄆城县气象、水利、防汛等部门取得联系，建立了“郭屯煤矿”灾害性天气预警和预防机制，及时掌握可能危及矿井安全的暴雨洪水灾害信息和汛情水情，出现险情第一时间快速汇报、高效、有序的救援救灾工作，确保汛期矿井安全。

（王凤斌 刘志强 申玉静）



●专职救护队整装待命

▶▶▶[上接 P1]

行走太行山脉 感受山乡巨变

该镇打造的岸上小镇街区拥有民宿、家庭宾馆288家，其中精品民宿78家。2021年10月，该街区获评首批国家级夜间文化和旅游消费集聚区。2023年3月，获评国家全域旅游示范区。

近年来，温县立足“做精农业，打造特色产业之乡”目标任务，发挥四大怀药原产地优势，把推进怀药产业发展作为推动乡村产业振兴、带动农民致富增收的重要抓手，以温县铁棍山药药旅融合为突破口，不断推动产业升级。目前，怀山药种植面积8万亩，合作社668家，从业人员4万余人。

他们实施龙头企业培育工程，培育国家级龙头企业2家、省级6家、市级6家，建成省级怀药产业集群2个、省级农业产业化联合体5个，开发深加工产品60余个，培育了怀山堂“山药粉”、天香园“铁棍山药挂面”、大咖国际“铁棍山药罐头”等一批优质产品，实现年总产值30亿元。作为太极拳的发源地，温县具有无可比拟的资源优势和产业发展空间。2005年，中国武术协会将焦作市“太极拳地”称号、2007年，中国拳协、中国武协先后命名温县为“中国太极拳发源地”“中国武术太极拳发源地”。

太极拳是中华民族的优秀文化遗产，创编近400年来，以其独特的健身功能和

一家外贸企业走专精特新之路的转型升级故事

■ 魏董华

第133届广交会刚落幕，台州力山机械有限公司负责人缪继云就带着二十多笔意向订单，风尘仆仆地赶回工厂。让他惊喜的是，首次参加广交会，虽然展位只有9平方米，但接到了1000多万美元的意向订单。从贴牌生产到自主研发，再到打响品牌，这家台资钻床生产制造企业的外贸保稳提质高质量发展之路越走越宽。

力山机械位于浙江省台州市路桥区，企业规模不大，一线操作工加上外贸业务人员共40多人。在公司成立的7年里，缪继云不断推动产品转型升级。

台钻是一种小型孔加工机床。在初创阶段，力山机械和许多浙江中小外贸企业一样，走的是贴牌代工的路子。“我20多岁在工厂打工就从从事台钻组装生产，后来行外贸，靠贴牌生意起家。”今年54岁的缪继云说，贴牌生产利润很低，一台成品台钻毛利约100元左右，净利润只有二三十元，出口主动权也掌握在一些大型外贸公司和出口企业手中。

“靠生产低端产品打价格战的时代已经过去”，这几乎成为当下浙江外贸企业的共识。缪继云说，国家提出推动经济实现质的有效提升和量的合理增长，如果不走转型升级的高质量发展之路，企业很快会被淘汰。

增加规模，调整外观结构、提升产品精度……缪继云带着新理念和新产品不断参加国内外各种展会。企业专注于产品转型升级的“量变”慢慢带来销售业绩的“质变”。

受疫情影响，2021年外贸企业订单量随着海运放缓、海外需求下降而减少。生产停下来了，但缪继云和儿子缪绅涛对产品改良的思考没有停止。在不断测试台钻时，他们发现，调速必须动手换皮带，“为什么不能像调收音机一样调调速率呢？”两人一商量，立即开始画草图，接着去银行贷款投入模具开发。

经过三个月的研发，附带变频器、通过按钮来控制转速的“半工业无级变速”很快会被淘汰。

增加规模，调整外观结构、提升产品精度……缪继云带着新理念和新产品不断参加国内外各种展会。企业专注于产品转型升级的“量变”慢慢带来销售业绩的“质变”。

受疫情影响，2021年外贸企业订单量随着海运放缓、海外需求下降而减少。生产停下来了，但缪继云和儿子缪绅涛对产品改良的思考没有停止。在不断测试台钻时，他们发现，调速必须动手换皮带，“为什么不能像调收音机一样调调速率呢？”两人一商量，立即开始画草图，接着去银行贷款投入模具开发。

经过三个月的研发，附带变频器、通过按钮来控制转速的“半工业无级变速”很快会被淘汰。

增加规模，调整外观结构、提升产品精度……缪继云带着新理念和新产品不断参加国内外各种展会。企业专注于产品转型升级的“量变”慢慢带来销售业绩的“质变”。

华蓥山煤层气发电公司：多措并举迎接汛期“大考”

川煤集团华蓥能源华蓥山煤层气发电公司面对即将到来的汛期，一是增强安全意识，压实防汛责任，确保防汛度汛工作责任落实到岗、到人，并以演为练、以练备战，多次开展各类事故应急演练，持续提升一线职工应急处置能力和安全意识；二是组织相关人员进行汛前专项安全隐患检查，对各个电站防

汛重点部位进行重点排查，查出安全隐患及时整改；三是定期完成安全工器具试验、接地电阻测试、防洪水沟的清理，因时维修，为汛期安全生产奠定坚实基础，多措并举迎接汛期“大考”。

图为5月23日，该公司组织人员清除水沟淤泥。 兰茂维 摄

辉县市:宝泉景区三年建成3个“世界之最” 郭亮挂壁公路令人叹为观止

5月21日，联合采访团一行走进新乡辉县市。

第一站来到宝泉、库下景区，几年来，宝泉旅游坚持高站位，求创新的指导思想，坚持大宝泉、国际化的全球视野，坚持可持续发展有回报的必胜信念，一个脚印、一年一个台阶，快速成长为中原最热门生态旅游网红区。

尤其是过去的三年，面对疫情、大水、大变局的时代挑战，宝泉人自强不息、迎难而上，化危为机，投资20亿元，系统打造了“悬崖游览观光、悬崖游乐体验、悬崖宿集度假、悬崖立体交通”四大核心体系，成功实现了空间上、产品上、品牌上的重大转变。

他们3年建成3个“世界之最”，沿沟索索道、“U”型观光电梯和祥云观景台，创造出“宝泉崖下天下独一份”的神奇传说，为山水景区的转型升级探索了新路，为实



●缪继云(右)与儿子缪绅涛(左)在企业生产车间。

现在，浙江省正在实施新一轮外贸主体培育行动计划，不断壮大外贸主体队伍，支持中小微企业做大做强。作为新一代企业的接班人，大学学习国际贸易专业的缪绅涛希望能用所学帮助家里的台钻生意走得更远。

盼了三年的一线广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

增加规模，调整外观结构、提升产品精度……缪继云带着新理念和新产品不断参加国内外各种展会。企业专注于产品转型升级的“量变”慢慢带来销售业绩的“质变”。

东易日盛陈辉：数字化实现家装品牌高质量发展

近日，以“对话世界 共创美好”为主题的2023世界品牌莫干山大会，在浙江德清举行，旨在进一步发挥品牌引领作用，助力中国品牌建设。

大会由新华社通讯社、中国品牌建设促进会联合浙江省人民政府主办。会议期间举办了2023中国品牌建设高峰论坛、世界500强品牌发展论坛、2023浙商全球影响力论坛、首届长三角品牌高质量发展论坛等30余场主题论坛。

作为家装行业具有代表性的企业之一，东易日盛集团董事长陈辉受邀出席大会，与众多国内外知名企业，以及中华老字号、产业新锐、专精特新、“隐形冠军”等世界品牌相聚莫干山，共同探讨建设一流品牌这一历久弥新的话题，并在会上介绍了东易日盛品牌建设的实践经验，分享了东易日盛品牌高质量发展的感悟体会。

东易日盛董事长全案家数，顺应数字化战略趋势，将实体经济与数字化深度融合，引领家装行业转型升级，实现家装高质量发展。通过数字化营销获客系统、数字化销售管理系统、数字化设计系统、智慧交付系统等，打造“家装业务全链条智能运营管理系统，即家装SaaS系统，包含了营销管理、销售报价、订单管理、在线监理APP、客户服务APP、产品管理、风险管理、客服管理、数据管理等等，实现了家装项目的全生命周期管控及业务链、服务链、数据链互联互通一体化的解决方案，解决了传统家装的难点、痛点，为客户提供放心的家装体验。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

速台钻”系列产品出炉了。一位澳洲客商单是看到了产品概念图，就立马下单了样机“试水”。

改良后的新产品首先在国内市场推广。一家国内知名品牌让力山机械为其代工生产，当年企业销售额突破1000万元。“我们也不断学习开拓外贸市场。”2022年，缪绅涛成功接到第一笔来自俄罗斯的订单，销售了50多台机器。转型升级的力山机械在2022年的销售额又翻了一番，突破2000多万元，开始在专精特新企业的路子上走，还拿到了广交会入场券。

当前，浙江省正在实施新一轮外贸主体培育行动计划，不断壮大外贸主体队伍，支持中小微企业做大做强。作为新一代企业的接班人，大学学习国际贸易专业的缪绅涛希望能用所学帮助家里的台钻生意走得更远。

盼了三年的一线广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

增加规模，调整外观结构、提升产品精度……缪继云带着新理念和新产品不断参加国内外各种展会。企业专注于产品转型升级的“量变”慢慢带来销售业绩的“质变”。

东易日盛陈辉：数字化实现家装品牌高质量发展

近日，以“对话世界 共创美好”为主题的2023世界品牌莫干山大会，在浙江德清举行，旨在进一步发挥品牌引领作用，助力中国品牌建设。

大会由新华社通讯社、中国品牌建设促进会联合浙江省人民政府主办。会议期间举办了2023中国品牌建设高峰论坛、世界500强品牌发展论坛、2023浙商全球影响力论坛、首届长三角品牌高质量发展论坛等30余场主题论坛。

作为家装行业具有代表性的企业之一，东易日盛集团董事长陈辉受邀出席大会，与众多国内外知名企业，以及中华老字号、产业新锐、专精特新、“隐形冠军”等世界品牌相聚莫干山，共同探讨建设一流品牌这一历久弥新的话题，并在会上介绍了东易日盛品牌建设的实践经验，分享了东易日盛品牌高质量发展的感悟体会。

东易日盛董事长全案家数，顺应数字化战略趋势，将实体经济与数字化深度融合，引领家装行业转型升级，实现家装高质量发展。通过数字化营销获客系统、数字化销售管理系统、数字化设计系统、智慧交付系统等，打造“家装业务全链条智能运营管理系统，即家装SaaS系统，包含了营销管理、销售报价、订单管理、在线监理APP、客户服务APP、产品管理、风险管理、客服管理、数据管理等等，实现了家装项目的全生命周期管控及业务链、服务链、数据链互联互通一体化的解决方案，解决了传统家装的难点、痛点，为客户提供放心的家装体验。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

速台钻”系列产品出炉了。一位澳洲客商单是看到了产品概念图，就立马下单了样机“试水”。

改良后的新产品首先在国内市场推广。一家国内知名品牌让力山机械为其代工生产，当年企业销售额突破1000万元。“我们也不断学习开拓外贸市场。”2022年，缪绅涛成功接到第一笔来自俄罗斯的订单，销售了50多台机器。转型升级的力山机械在2022年的销售额又翻了一番，突破2000多万元，开始在专精特新企业的路子上走，还拿到了广交会入场券。

当前，浙江省正在实施新一轮外贸主体培育行动计划，不断壮大外贸主体队伍，支持中小微企业做大做强。作为新一代企业的接班人，大学学习国际贸易专业的缪绅涛希望能用所学帮助家里的台钻生意走得更远。

盼了三年的一线广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

增加规模，调整外观结构、提升产品精度……缪继云带着新理念和新产品不断参加国内外各种展会。企业专注于产品转型升级的“量变”慢慢带来销售业绩的“质变”。

东易日盛陈辉：数字化实现家装品牌高质量发展

近日，以“对话世界 共创美好”为主题的2023世界品牌莫干山大会，在浙江德清举行，旨在进一步发挥品牌引领作用，助力中国品牌建设。

大会由新华社通讯社、中国品牌建设促进会联合浙江省人民政府主办。会议期间举办了2023中国品牌建设高峰论坛、世界500强品牌发展论坛、2023浙商全球影响力论坛、首届长三角品牌高质量发展论坛等30余场主题论坛。

作为家装行业具有代表性的企业之一，东易日盛集团董事长陈辉受邀出席大会，与众多国内外知名企业，以及中华老字号、产业新锐、专精特新、“隐形冠军”等世界品牌相聚莫干山，共同探讨建设一流品牌这一历久弥新的话题，并在会上介绍了东易日盛品牌建设的实践经验，分享了东易日盛品牌高质量发展的感悟体会。

东易日盛董事长全案家数，顺应数字化战略趋势，将实体经济与数字化深度融合，引领家装行业转型升级，实现家装高质量发展。通过数字化营销获客系统、数字化销售管理系统、数字化设计系统、智慧交付系统等，打造“家装业务全链条智能运营管理系统，即家装SaaS系统，包含了营销管理、销售报价、订单管理、在线监理APP、客户服务APP、产品管理、风险管理、客服管理、数据管理等等，实现了家装项目的全生命周期管控及业务链、服务链、数据链互联互通一体化的解决方案，解决了传统家装的难点、痛点，为客户提供放心的家装体验。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

速台钻”系列产品出炉了。一位澳洲客商单是看到了产品概念图，就立马下单了样机“试水”。

改良后的新产品首先在国内市场推广。一家国内知名品牌让力山机械为其代工生产，当年企业销售额突破1000万元。“我们也不断学习开拓外贸市场。”2022年，缪绅涛成功接到第一笔来自俄罗斯的订单，销售了50多台机器。转型升级的力山机械在2022年的销售额又翻了一番，突破2000多万元，开始在专精特新企业的路子上走，还拿到了广交会入场券。

当前，浙江省正在实施新一轮外贸主体培育行动计划，不断壮大外贸主体队伍，支持中小微企业做大做强。作为新一代企业的接班人，大学学习国际贸易专业的缪绅涛希望能用所学帮助家里的台钻生意走得更远。

盼了三年的一线广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

增加规模，调整外观结构、提升产品精度……缪继云带着新理念和新产品不断参加国内外各种展会。企业专注于产品转型升级的“量变”慢慢带来销售业绩的“质变”。

东易日盛陈辉：数字化实现家装品牌高质量发展

近日，以“对话世界 共创美好”为主题的2023世界品牌莫干山大会，在浙江德清举行，旨在进一步发挥品牌引领作用，助力中国品牌建设。

大会由新华社通讯社、中国品牌建设促进会联合浙江省人民政府主办。会议期间举办了2023中国品牌建设高峰论坛、世界500强品牌发展论坛、2023浙商全球影响力论坛、首届长三角品牌高质量发展论坛等30余场主题论坛。

作为家装行业具有代表性的企业之一，东易日盛集团董事长陈辉受邀出席大会，与众多国内外知名企业，以及中华老字号、产业新锐、专精特新、“隐形冠军”等世界品牌相聚莫干山，共同探讨建设一流品牌这一历久弥新的话题，并在会上介绍了东易日盛品牌建设的实践经验，分享了东易日盛品牌高质量发展的感悟体会。

东易日盛董事长全案家数，顺应数字化战略趋势，将实体经济与数字化深度融合，引领家装行业转型升级，实现家装高质量发展。通过数字化营销获客系统、数字化销售管理系统、数字化设计系统、智慧交付系统等，打造“家装业务全链条智能运营管理系统，即家装SaaS系统，包含了营销管理、销售报价、订单管理、在线监理APP、客户服务APP、产品管理、风险管理、客服管理、数据管理等等，实现了家装项目的全生命周期管控及业务链、服务链、数据链互联互通一体化的解决方案，解决了传统家装的难点、痛点，为客户提供放心的家装体验。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

2022年，东易日盛入选“新华社民族品牌工程”，实现从“龙头品牌”到“民族品牌”的重大飞跃。东易日盛将积极践行企业责任，勇担民族品牌工程的荣光，探索数字化创新发展，致力于为广大客户带来优质的家装体验，推动家装行业高质量发展，并以实际行动维护民族品牌新形象。

速台钻”系列产品出炉了。一位澳洲客商单是看到了产品概念图，就立马下单了样机“试水”。

改良后的新产品首先在国内市场推广。一家国内知名品牌让力山机械为其代工生产，当年企业销售额突破1000万元。“我们也不断学习开拓外贸市场。”2022年，缪绅涛成功接到第一笔来自俄罗斯的订单，销售了50多台机器。转型升级的力山机械在2022年的销售额又翻了一番，突破2000多万元，开始在专精特新企业的路子上走，还拿到了广交会入场券。

当前，浙江省正在实施新一轮外贸主体培育行动计划，不断壮大外贸主体队伍，支持中小微企业做大做强。作为新一代企业的接班人，大学学习国际贸易专业的缪绅涛希望能用所学帮助家里的台钻生意走得更远。

盼了三年的一线广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

经过三年的线下广交会，父子俩精心准备，重新包装调试，第一次在新品台钻上打上企业拼音“lishan”。缪继云说，虽然在广交会首次亮相的只有一个不起眼的格子间，但新型台钻产品吸引了很多顾客。

参加广交会的成功也让缪继云看到自己产品的不足，越来越多海外客户看重产品的节能环保，未来我们可以将产能降这方面再去研究。”

增加规模，调整外观结构、提升产品精度……缪继云带着新理念和新产品不断参加国内外各种展会。企业专注于产品转型升级的“量变”慢慢带来销售业绩的“质变”。

东易日盛陈辉：数字化实现家装品牌高质量发展

近日，以“对话世界 共创美好”为主题的2023世界品牌莫干山大会，在浙江德清举行，旨在进一步发挥品牌引领作用，助力中国品牌建设。

大会由新华社通讯社、中国品牌建设促进会联合浙江省人民政府主办。会议期间举办了2023中国品牌建设高峰论坛、世界500强品牌发展论坛、2023浙商全球影响力论坛、首届长三角品牌高质量发展论坛等30余场主题论坛。

作为家装行业具有代表性的企业之一，东易日盛集团董事长陈辉受邀出席大会，与众多国内外知名企业，以及中华老字号、产业新锐、专精特新、“隐形冠军”等世界品牌相聚莫干山，共同探讨建设一流品牌这一历久弥新的话题，并在会上介绍了东易日盛品牌建设的实践经验，分享了东易日盛品牌高质量发展的感悟体会。

东易日盛董事长全案家数，顺应数字化战略趋势，将实体经济与数字化深度融合，引领家装行业转型升级，实现家装高质量发展。通过数字化营销获客系统、数字化销售管理系统、数字化设计系统、智慧交付系统等，打造“家装业务全链条智能运营管理系统，即家装SaaS系统，包含了营销管理、销售报价、订单管理、在线监理APP、客户服务