



□ 叶舒雯

不久前成立的南安市装备制造业协会，为“福建省装备制造业重点基地”的建设带来新一轮热潮。在“两个加快”目标的鞭策之下，紧紧把握建设海峡西岸先进制造基地的有利契机，不断加强福建装备制造业的筋骨，已经成为南安、晋江等装备制造业先进地区的共识与自觉行动。

“抱团”成为关键词

外引技术，在鲤城，泉州奇星机械投入巨资引进日本小松技术，新上履

奇瑞混合动力技术成熟 “渐进路线”领唱主旋律

中国十家大型汽车企业联合成立的“新能源汽车产业联盟”T10 (TOPIO)，其成员包括（排名不分先后）：一汽、东风、上汽、长安、北汽、奇瑞、广汽、江淮、重汽和华晨。这十大本土整车企业巨头在国内汽车销售中，占到80%的份额，是我国汽车工业的中流砥柱。尤其在新能源汽车领域，更是起到“风向标”的作用。

T10联盟：新能源汽车应“循序渐进”

不久前“T10联盟”已否定论调甚嚣尘上的“新能源汽车与国际处于同一起跑线”之说，认为我国的新能源汽车研发投入长期不足，高端技术尚有一定差距，产品缺乏充分试验验证等，在新能源汽车的发展上不应过度乐观和盲目跟风。T10根据国情，高瞻远瞩地制定出节能和新能源汽车发展战略目标，即逐步由混合动力过渡到纯电动。提出在相当长一段时间内，传统汽车仍是汽车工业发展的主战场，新能源汽车产业化需要以混合动力汽车为重点的“渐进路线”，而继续狠抓传统汽车节能减排，全面推广混合动力无疑是当务之急。

“节能减排”，奇瑞A5BSG混合动力先声夺人

作为新能源汽车产业联盟的成员，奇瑞也是国内最早研发新能源汽车的车企之一，早在2001年就成立了“清洁能源小组”开始新能源汽车的研发与推进工作。奇瑞一直坚持“三纵三横”的研发布局和技术体系（三纵：混合动力、纯电动和燃料电池；三横：电池、电机、电控），经过多年自主创新与核心技术攻坚，已拥有多款录入国家工信部《节能与新能源汽车示范应用工程推荐车型目录》的新能源汽车车型，并在国内新能源“节能减排”的道路上先声夺人，赢得美誉。尤其在混合动力方面，无论是2008年服务“奥运会”、2009年惊艳“达沃斯”的示范运营，还是2010年出征北京车展、亮相“科博”的产品展示，其代表车型奇瑞A5BSG的精彩表现都是可圈可点。就在国内其他车企还在为“新能源汽车”的概念“暗战正酣”之际，奇瑞已经凭借旗下混合动力汽车掀起了实用新能源的序幕。

而A5BSG (BSG, Belt Driven Starter Generator) 是奇瑞新能源汽车中最具推广性的“低碳先锋”。

企业联盟

泉州制造企业 “大抱团”实现“撑竿跳”

引进设备、自主创新、抱团协作，不同的技术升级路径实则殊途同归：提高市场竞争力、提高企业产值与知名度。当前，不管自主成立技术研发中心，还是抱团成立创新联盟，都已成为企业以科技创新制胜市场的一种自觉与习惯，由此，泉企在不断争夺市场高地的战役中进入良性循环，以先声夺人之势笑傲装备制造业之“江湖”。

创新产品 争锋市场

产品直面市场，是企业科技、装备水平的最直接体现。

作为撬动市场的重要杠杆，产品创新还包括产品品质的提升，佳龙机械就是个中典范。从传统纺织印染手工艺到蜡染，再到现今的纺织印花机械工业，无论产品更新周期的缩短，还是技术工艺的提高，都对企业的研发能力提出了更高要求。现如今，该公司研发的彩蝶系列圆网印花机，各项

性能指标均已接近国际水平，在国内市场占有率达60%以上，使得原先在国内市场占据主导的国外圆网印花机设备，也不得不“退位让贤”。

在企业依赖资源、劳动力发展的路子越走越窄的现今，以市场为导向的产品创新成为破题的关键——不仅换来企业的高效益，更换来产业的跃升乃至区域的发展。

调整结构 循环低碳

结构调整，既能为企业带来发展空间，也能为产业可持续发展赢得“绿色空间”。

不仅产业布局需要调结构，企业发展同样需要调结构。2010年，三星机电公司就将致力于如下结构调整：船舶配件（螺旋桨）的开发、生产，填补我省船舶业在这一领域的空白；将现有的设备和技术，应用于航空、动车组及高科技装备中的伺服机电、

变频电机等自主品牌和自主知识产权的开发、生产。为此，企业预计将至少增加18亿元的销售收入。

节能与环保同样是经济结构调整的重点。国内首家中小型沥青再生设备生产企业铁拓机械走循环经济的发展道路，公司生产沥青再生搅拌设备，既可帮助高速公路的建造节省沥青投入，又可迅速回收成本，经济效益和社会效益皆不可小觑；美国绿色电机龙头——经纶世纪控股集团在石狮狮宝盖工业园投资生产的高效节能电机，比同类传统电机高出16倍，体积却是同类其他传统电机的1/4，直接带来了来自包括奔驰、沃尔沃汽车在内的许多跨国公司龙头企业订单……类似的例子数不胜数。

以科技、创新与低碳为支点，泉企在转变发展方式的助跑道路上，正不断积蓄新的力量，攀越新的高点，实现产业发展的“撑竿跳”。

齐鲁门业品牌联盟成立 十家门企“牵手”抱团发展

17日上午，在第六届青岛国际建博会上木门展馆，齐鲁门业品牌联盟正式启动，青岛良木集团、青岛彬圣木业有限公司、青岛彬城木业有限公司三家岛城名企成为首批入选齐鲁门业品牌联盟的木门企业。自此，齐鲁门业品牌联盟将宣告成立，山东木门将以统一的崭新面孔面对市场，面对竞争，尽显齐鲁木门品牌风范。

中国木材与木制品流通协会木门专委会张国林会长告诉记者，山东木门在全国在整个行业中起着非常重要的作用。当前我们非常广阔的市场给我们木门行业的发展带来一个很好很宽阔的机遇，但我们的消费者对木门，尤其是品牌的木门，认识还不够，或者说我们中在市场上有影响的品牌木门还不多，可以说现在没有一个真正的品牌做到全国家喻户晓，或者我们全行业百分之十的市场占有率，所以给我们的木门企业带来一个很大的发展机遇，此次齐鲁门业品牌联盟的成立，最终将促进木门行业的



首批入选齐鲁门业品牌联盟的木门企业“牵手”。

发展，并对整个木门行业的发展起到推动作用。

据了解，本次齐鲁门业品牌联盟几乎囊括了当前齐鲁地区所有木门名企在内。而随着联盟的建立，齐鲁木门

众品牌将集各家之所长，共打一张牌，发挥拳头优势。以扩大整个山东木门区域品牌影响力，推动山东木门行业快速发展为目的，联盟各企业竞争立场同进退、品牌形象齐推广、市场共开

拓、资源合分享，为山东木门产业集群的快速发展奠定基础，进而开拓山东木门业界合作、发展、共赢的新局面。

(据青岛搜房网家居网)

海峡两岸将成立物联网产业联盟

记者7月12日从业内人士处获悉，中国大陆与台湾地区的企业界正酝酿以产业联盟的形式，携手拓展物联网产业。

据大陆物联网概念企业福建新大陆集团上海子公司市场人士透露，海

峡两岸产业界下月将正式成立一个物联网产业联盟，名为“中华物联网产业联盟”。

该联盟成员主要由两岸电信公司、华为、中兴、大唐等设备商，以及新大陆等物联网概念企业构成。而鸿海、

台积电、联电等台湾地区IT巨头也表达了加入意向。

联盟的长期目标是共同打造两岸产业链，在协助推进大陆“十二五”规划中的物联网战略之外，将合力抢攻美国、欧盟甚至韩国、日本等国际市

场。

目前，大陆的优势在于无线传感网、RFID，而台湾地区则在核心元器件、系统终端领域拥有优势。而且，早在5年前，台湾地区已经有过物联网产业规划。

(王如晨)

科易联盟 与城市共发展

□ 王璞

为了促进各城市的可持续发展，乃至打造富有全球竞争力的中国形象，国家正不断地出台各种政策措施，推动城市与企业提高创新能力、并形成地区及企业的核心竞争力。

由科易网发起的全国技术贸易网络品牌——科易联盟应运而生。

2010年6月，发改委就正式印发了长三角区域规划。根据规划，长三角将形成以上海为核心的“一核九带”空间格局。在此基础上，规划详细阐述了各个城市的产业发展重点，试图破解长三角城市在产业分工与定位上的“同构”困局。其中如：上海，重点发展现代服务业和先进制造业；沿江发展带，包括长江沿岸市县，重点发展装备制造、化工、冶金、物流等产业，并引导这些产业的适度集聚；沿海发展带，包括沿海市县，重点培育和发展临港产业；宁湖杭沿线发展带，包括宁湖杭交通沿线的市县，重点发展高技术、轻纺

家电、旅游休闲、现代物流、生态农业产业等。

这份规划，为长三角地区的城市发展指明了方向：每一座城市都应该是独特的，必须拥有自己的核心竞争力。一座城市的核心竞争力来自城市文化的积淀，也来自不断的创新与进步。

创新是企业、也是城市提升核心竞争力的有效手段。在创新过程中，为了契合城市的功能定位，实现可持续发展目标，每一座城市都必然形成对某些特定信息的需求；而开发和利用这些信息资源，则是满足城市发展最根本的途径。而且随着经济的不断发展，无论是一座城市的发展还是一个企业的发展，都必然越来越依赖信息资源的利用。信息资源作为一种重要的生产要素和无形资产，在经济全球化的浪潮下，已经成为社会发展的核心要素，在全球财富创造中发挥着越来越大的作用。

而于经济全球化浪潮中发展起来的信息服务业，则是信息资源开发与

利用的必然结果。面对来自全球的信息轰炸，对于任何一个政府或者是企业来说，在其中捕捉到有用的信息并开发利用都需要不菲的投入。信息服务专门对信息进行生产、收集、处理、加工、存储、传输、检索和利用，并以独特的策略和内容帮助用户解决发展问题。信息服务业的出现使信息资源得到了更充分、更深入的开发利用，有效节约了社会资源与成本。

由科易网发起的全国技术贸易网络品牌——科易联盟，是为充分发挥“国家科技成果转化综合信息服务平台”的资源优势与科易网自身强大的技术平台优势，整合全国各地科技、人才、资本等资源，繁荣各地技术贸易市场，促进各地招商引资、投资兴业以及经济产业结构进一步优化，并解决企业技术难题，而创建的以科易网为轴心的技术贸易网络群。

加入科易联盟能为城市发展提供：招商引资、投资兴业、产业升级服务；提供高新技术人才的引进与储备服务；繁荣各地技术贸易市场，带动其

他相关产业的发展，逐步形成技术贸易产业链。

目前科易联盟技术贸易网络群已初步建立，首批19家地区分站点正式上线。科易联盟各分站点以技术为核心，为每一座城市搭建起信息资源中心，为城市发展和企业进步提供来自本地及全国的投资、技术项目及技术人才信息；并开发特色增值服务为城市与企业提供信息情报服务。

科易联盟提供的增值服务包括：技术通、科易宝、难题竞价和项目宝。其中“科易宝”旨在利用科易网作为国家科技成果转化综合信息服务平台、拥有国内最新最全的优秀科技成果等相关资源的优势，为地方政府、开发区、科技部门及企业等，提供科技成果、投资商、技术课题、技术专家、技术情报信息等一系列核心信息资源，搭建技术战略与竞争情报资源储备库，最大程度地满足城市招商引资、投资兴业、企业技术创新、技术改造等多方面需求，实现城市及企业可持续发展的目标。

家居品牌 涌现“联盟兵团”

□ 罗小园

“品牌联盟”一词对于家居建材企业来说并不陌生，从最初的冠军联盟，再到后来的如浙商名家具联盟等等。“品牌联盟”可谓是接连上演，且均收获到了不错的效果，使得越来越多的企业加入到联盟的行列中，联盟营销也成为众多企业摆脱市场困境的潮流之策。眼下正值家居建材行业的销售淡季，企业不妨借助“品牌联盟”这一营销潮流之策打一个翻身仗。

联盟营销 是实现双赢之策

企业联盟是一种战略手段、是家居建材企业众多营销战略选择中的一种，构建企业联盟并不仅仅是一种形式上的协调，而是需要从各个方面对联盟进行仔细规划与系统方案执行。对于家居建材企业来说，构建企业联盟可以为企业带来诸多利益。

近年来，企业联盟用它具有绝对优势的品牌宣传与营销力度大大的吸引了消费者和企业涉足。对于企业来说，企业联盟，不但满足了企业的营销需求，也大大地增强了企业在经营上的协调能力；而对于消费者，在收获低价商品的同时还能够收获品牌联盟带来巨大营销的便利，可以说是为企业与消费者带来了一个双赢的局面。

随着越来越多家居建材品牌的出现，且市场中的品牌呈现出多元化的网状联合营销模式，业内人士纷纷表示，联盟营销模式或成为众多企业面对激烈市场竞争夺得销量的潮流趋势，也必将成为未来市场营销的重要发展手段。

联盟营销 待完善之处也不少

营销内容的一致性：联盟营销中品牌目标的不同，必然对联盟具体的活动内容和活动形式产生一定的影响，因而联盟营销中各个品牌活动目标的一致性也是品牌联盟需要解决的首要问题。不管是在产品的促销力度，还是在后期的产品服务售后服务商都是如此。

产品价格仍是销量制约：虽然联盟营销的环节中，家具产品价格有一定程度的降低，但是相对于消费者来说，品牌联盟中各个品牌产品品质较高，因此价格也相对较贵，即使联合促销也不可能与二三线品牌的价格相当，因此对于购买力较弱的消费者选购起来仍然存在一定的局限性。

联盟营销 将加速行业竞争

家具行业联盟军团的涌现让原本不平稳的家具市场又呈现出一分不确定，一些生存举步维艰的企业，也必将遇到更大市场强敌。企业联盟的不断出现也必将加剧市场的竞争，从终端市场就为一些企业带来重创。

有人说企业联盟是企业间的无奈之举，是企业无法生存的下策之路。但是从企业联盟不断出现的趋势中我们可以看出，家具联盟是借助企业与企业之间的联动而带动发展，对于企业来说，是一个加快品牌建设、促进商家的合作以及稳固市场地位的过程。