

成都希望食品 当选国标试点企业

屈咏梅

近日,第二批《食品冷链物流追溯管理要求》国标试点企业授牌仪式在武汉举行。据悉,此标准由中物联冷链委、上海市标准化研究院等单位共同组织起草,由国标委2012年12月1日发布实施。成都希望食品有限公司(以下简称“希望食品”)、天津狮桥国际物流有限公司等18家企业入选。其中,成都希望食品作为食品行业中的佼佼者,当之无愧地被选为第二批试点的企业。

国标试点势在必行

中物联冷链委和冷链委秘书长秦玉鸣在授牌仪式上讲到:“冷链物流服务标准试点工作应按照‘政府推动,部门联合,企业为主,有序实施’的模式从四个方面进行推进。本次申报的企业类型为终端连锁餐饮、连锁零售,还有为之服务的第三方冷链物流企业,这样是为了解决第一批试点企业餐饮企业较少的问题,让试点工作更具有代表性和典型意义。”

秦玉鸣指出,国标试点的目的不仅是为造就一批具有更高效益的冷链物流企业,更重要的是强化标准在整个冷链物流行业的规范引导作用,全面带动并提高我国冷链产业的标准化水平。在试点过程中,各试点企业应慎重确定各个部门的职能和职权范围,搞好各机构的衔接,使工作不脱节、不重复,提高工作效率。

秦玉鸣认为,试点的目的很明确,“要以试点为契机,加强包装、流通加工、运输、仓储、配送、装卸及信息管理各环节,促进冷链物流行业管理规范化,提高冷链物流效率,降低冷链物流成本,提升服务质量。”

冷链管理体系得到广泛认可

据了解,冷链物流泛指冷藏冷冻类食品在生产、贮藏运输、销售到消费前的各个环节中始终处于规定的低温环境下,以保证食品质量,减少食品损耗的一项系统工程。冷链物流的要求比较高,相应的管理和资金方面的投入也比普通的常温物流要大。

《食品冷链物流追溯管理要求》旨在推广国家标准的



实施应用,进一步了解标准的科学性和实用性,树立行业服务标杆,促进冷链物流行业的健康发展。试点企业的选取较为严苛,从企业从业人员、管理制度、设施设备、实施过程中的温度控制、信息记录和记录的可追溯等几个方面提出了多项重要技术指标。

近年来,新希望集团对物流运输管理系统全面升级,而成都希望食品打造的冷链管理体系,在行业中得到广泛认可。从工厂到销售终端,运输过程中确保全程温度可

控。对产品仓储、运输等各环节过程实时监控,确保食品的新鲜和安全,实现了管理过程透明化。

冷链作为提升和保证食品品质的重要环节,不仅是促进产品销量提升的主要驱动因素,也是体现食品企业实力的一道新的高门槛。成都希望食品的相关负责人表示,在接下来一年的国标试点过程中,将对整个冷链物流进行更严格的监控和把关,力争在明年试点结束后,能升级为国标示范企业。

加快眉山洪雅旅游国际化步伐 法国卢浮宫酒店集团入驻瓦屋山

王清 彭渝善



4月8日,法国卢浮宫酒店集团与眉山市洪雅县人民政府签订了投资协议,正式决定投资30亿元,打造法国卢浮宫国际艺术村落项目,为洪雅打造国际休闲度假体验旅游目的地画了浓墨重彩的一笔。

该项目位于洪雅县瓦屋山镇,包括复兴村片区、张村片区。项目重点依托瓦屋山得天独厚的生态环境,充分运用羌风楚韵文化底蕴,在雄伟的瓦屋山下,秀丽的雅女湖畔,打造薰衣草香养基地、国际自驾车露营地、红酒文化体验基地、文化主题酒店群落、文化主题乐园

为主的新型人文旅居小镇,打造“四态合一”业态的国际旅游度假区。

据了解,洪雅县地处四川盆地西南,距成都126公里,乐雅高速、遂洪高速贯穿全境,与峨眉山——乐山大佛景区、碧峰峡、周公山等景区相邻,是川西南黄金旅游环线一个重要节点,其森林覆盖率达75%,空气中负氧离子含量丰富,拥有国家森林公园瓦屋山、省级旅游度假区七里坪、四川十大特色旅游名镇柳江古镇、省级风景名胜景区槽渔滩等景区,独特的区位和生态资源已使其成为四川乃至全国旅游的一张靓丽名片。

“互联网+” 四川国企在行动

沈建华

在2015年全国两会上,李克强总理提出:站在互联网+的风口上顺势而为,会使中国经济飞起来。互联网+最近很火,它对于企业来说是机遇还是泡沫?四川的国企对此有何反应和行动?

概念解读

李克强总理提出“站在‘互联网+’的风口上顺势而为”,这浓缩的一句,引出了三个互联网领域中的热门词汇——互联网、风口、顺势。这是一场互联网思维的变革,是以数字化、智能化和个性化为先导,加速推进“互联网+”,推动第三次工业革命的机遇。而李克强的“互联网+”概念,正是指利用互联网的技术、工具、应用,将传统行业,升级创造新的业态。

其实,在生活中,“互联网+”并不是什么新鲜事物。简单地来说,“互联网+”就是“互联网+xx传统行业=互联网xx行业”;互联网+通信=即时通讯;互联网+传统集市=淘宝;互联网+传统银行=支付宝。

“互联网+”的核心是背后的“+”,传统企业与互联网的融合,结合互联网的优势,对传统企业来说,是一次换代升级的机遇。

以长虹集团为例。从2014年开始,长虹集团就实施了智能战略转型,推动企业积极融入互联网,发布了CHiQ电视、冰箱等众多智能产品。而前段时间发布的CHiQ二代电视意味着长虹加强了朝向“互联网+智能化”的转型步伐。CHiQ二代电视不再只是“硬件”血拼,而是独创了“M+双芯”智联技术,将软件融入硬件之中,让电视配置可升级。

长虹“软件融入硬件”的家电智能路线,与互联网企业“硬件+软件+内容”的核心思维一致,是长虹对于行业以及家电产业未来发展的互联网式思考。这不仅抓住了“互联网+”浪潮中的机遇,同时也为传统家电企业的转型升级探索了新路。

长虹转型升级之路

在互联网企业里,售卖的不仅仅是产品,更重要的是“用户体验”,而传统企业则始终是以产品为中心。传统企业的互联网+,就是要加上互联网企业的那套“用户体

验”,给用户“硬件、软件、内容”多方面产品提升。

长虹的互联网+,并不是直接照搬小米等互联网公司那一套,而是注入了一个叫做“更”字的基因:更强调用户,更强调效率、更强调技术创新和产品迭代。2014年,长虹陆续发布了支撑“让想象发生”的品牌新主张落地的CHiQ电视、冰箱、空调,迅速引发“CHiQ浪潮”。2015年,长虹进一步融入互联网,坚持“以人为中心”的思路,让用户参与到产品定义,为消费者提供越来越舒适、越来越聪明、越来越时尚的产品。我们可以预见,今后的长虹,提供的不仅仅是产品和售后服务,还以智能小区为切入点,推动“平台+终端+应用+服务”的业务模式,实施智慧物业、智慧医疗、智慧娱乐、智慧教育等业务的整合。

所以传统企业的移动互联网转型,是传统企业依靠互联网的平台搭建一种新的生态模式,是传统企业升级换代的机会。

业界到学界,他们眼中的“互联网+”

马化腾:“互联网+”战略就是利用互联网的平台,利用信息通信技术,把互联网和包括传统行业在内的各行各业结合起来,在新的领域创造一种新的生态。

北京大学博士、高级工程师、超图软件先进技术实验室主任黄蓉:“互联网+”提出的背景与思路,有点类似美国的工业互联网理念。“互联网+”是希望用国内相对优质与国际领先的互联网力量去加速国内相对落后的制造业的效率、品质、创新、合作与营销能力的升级,以信息流带动物流,也会与一带一路整体战略相结合,推展整体产业的国际影响力。



●2015春季长虹CHiQ二代产品发布会



新媒体研究专家石本秀:在长虹公司内部,用“新三坐标”战略解读了时下最流行的“互联网+”,即智能化、网络化、协同化。

一是终端产品的智能化,拓展新型智能终端,推出一系列智能产品,如基于家庭互联网的全新CHiQ电视、CHiQ冰箱和CHiQ空调,这便是长虹智能化战略的重要成果。

二是网络化,就是要将终端产品与网络进行连接,网络化与云端连接,加强网络对终端产品的价值提升,强化长虹云服务和大数据处理平台的建设,构建数据分析能力,挖掘数据的价值,构建基于数据的商业模式。

三是协同化,人与设备以及与服务之间的一种智能协同,形成系统解决方案,发展智慧家庭、智慧社区和智慧城市等业务。

这些显然与许多企业“互联网+”“传统企业”的简单加法有着本质不同,不是套用互联网工具,而是将互联网思维融入企业战略及各个环节,进而让互联网成为企业自身的核心技术优势,从而构筑基于企业自身战略目标“传统企业+互联网”新型商业模式。

长虹选择了一个更加适合自己的“互联网+”战略。在长虹的战略蓝图上,隐约可以感到互联网时代终端的消费闭环——用户、移动端、云、CHiQ始终在一个闭环上。在让用户享受到更简单、便捷的智能体验的同时,这个消费闭环创造了一种“终端+数据+内容+服务”的全新商业模式,让长虹从终端企业转变成为一个大数据企业,一个基于智慧小区下的智慧家庭的产品和服务提供商。

在“互联网+”时代,互联网已经不再是一个行业了,它跳出了一个行业范畴,随着国家“互联网+”战略的启动,互联网是国民经济的引擎。正如李克强总理在今年的全国两会上提到的“站在互联网+的风口上顺势而为,会使中国经济飞起来。”

康泰管业争做 生态建材行业领头羊

王启明

成立于1999年的康泰管业从发展初期至今一直以产品品质为发展根本,先后获得多项质量认证及品牌荣誉:成立第二年即通过ISO9001:2000国际质量体系认证,并先后被国家建材局等授予“中国十大品牌”、“质量过硬放心品牌”等称号,在发展初级就以过硬的品质和优质的服务快速获得市场认可;在发展中,康泰深耕绿色环保建材领域,2002年5月康泰牌系列产品被中国工程建设标准化协会评为“绿色环保建材产品”,这也是康泰在生态建材行业踏出的重要第一步。通过数十年的探索与积淀,产品品质已经成为了康泰的口碑保障,先后多次被国家质量监督检验检疫总局评定为“国家质量免检产品”,并在2014年6月荣获中国蛟龙号载人深潜事业首选合作产品。

伴随着市场的认可和诸多荣誉,康泰也从四川康乐塑胶制品有限公司的前身一跃成为在全国拥有4个生产基地和数十家子公司的行业龙头企业。十六年如一日,一路勤恳踏实,稳打稳扎地走来,如今的康泰已成为一座集专业研发,制造销售为一体的大型塑胶建材王国,坐拥注塑,塑钢门窗装配等专用生产设备1000余台,员工4700余名,集团总资产近20亿元,年产能80万吨以上。

2014年里,康泰塑胶更是取得了令业内瞩目的成绩,由康泰管业自主研发的MPE、MPVE环保排污系列产品如一对稳健的翅膀给康泰管业的成长带来了可观的飞跃。而万众期待,前后筹备了十二年的载人潜水器蛟龙号选用的管材正是康泰管业的产品。蛟龙号的成功下潜是中国海洋科考事业的巨大成功,是中国塑胶建材业的骄傲,也是从创立之初便致力于实业兴邦的康泰管业的骄傲!

一路走来,纷至沓来的荣誉并没有模糊康泰管业对于未来发展的凝注,康泰管业奉行企业的发展要立足于对技术对质量对服务的精益求精,对环境保护的责任意识。

技术是企业发展的基石

要在激烈的市场竞争中始终立于不败之地,技术是最必须具备的实力。康泰管业将技术创新定于企业发展的基石,成立技术研发中心,引进国内外先进人才,并与四川大学、中科院成都分院等科研院所以及相关的大型设备厂家和模具厂家合作。专注专业,潜心攻关,开发推出了空壁螺旋管、双中空节能降噪管、芯层发泡隔音降噪管、PVC-M高抗冲环保给水管、耐温耐侯杀菌PE直饮水管等系列新产品,先后获得专利100多项。被认定为“中国塑料管道工程技术研究开发中心、CNAS国家认定实验室、国家高新技术企业、四川省省级企业技术研发中心”等。

产品如人品

秉承着“产品如人品”的质量理念,康泰亦坚持着“围绕全球顾客,不断改善,追求产品零缺陷”的质量方针,全面推行实施“首问责任制”全面覆盖ISO9001、ISO14001、OHSAS18001三体系,实施全员、全面质量管理,以自动化生产线、规范化现场管理,严格把控质检体系确保从原料进厂到产品出厂的优质质量保障。

五心服务

在当今的商业社会里,产品本身并不能成为在竞争中取胜的唯一一面。其包含的附加值已经日趋重要。其中占很大比重的就是服务。泰集团用百分之百的服务,满足百分之一的不足,始终坚持“客户的要求就是我们的标准,客户的需求就是我们要做的”服务理念,全面推行实施“首问责任制”及“一站式服务”管理,建立“产品精心、质量放心、服务用心、态度温心、回访真心”的“五心管家”全程服务系统,当您有服务需求时,1000公里以内12小时到达;1000公里以外24小时到达,实现客户、用户放心合作,全程无忧。

作为一个国内生态建材行业的大型企业,康泰从未把自己定位为一个地区一个国家的塑胶生产者。地球是完整的,世界是一体的,我们每个人的工作生活都与周边环境息息相关,康泰管业一直以“康泰建材,生态未来”为品牌定位,倡导“环保、关爱、科技”的品牌内涵,践行“市场第一,合作共赢,务实勤俭,以人,以诚,以效”的核心价值观,生产着对环境影响最小、节能节材、环保型的建筑材料。2013年康泰明确了以“成为生态建材行业领导者企业”为愿景,以“为每个家庭提供安全、环保的建材”为己任,康泰在2015年度必能赢得更大的成功,致力于成长为生态建材行业领导者企业!

宏达集团东非和坦桑尼亚项目开工在即

陈永明

四川宏达集团投资约30亿美元的坦桑尼亚姆姆处外马及林岗嘎煤电一体化项目,已进入钢厂和电厂的设计准备、工艺路线选择及大型设备采购阶段,正在为项目开工做最后筹备,项目正式全面开工建设在即。

这个项目是宏达集团响应国家“走出去”战略号召,全面实施二次创业和国际化发展的重点项目,但它又不只是一个简单的企业投资行为。该项目是东非和坦桑尼亚建国历史上最大的全球招标项目,项目全面竣工后可实现年销售收入20亿美元,年用工总人数将达4000人,将拉动坦桑尼亚GDP 25%的增长,对坦桑尼亚经济社会发展和新世纪国家振兴战略具有深远而重大意义。

宏达集团董事长刘沧龙反复强调,这个项目不仅具有经济意义,更具有政治和外交意义,事关中坦传统友谊,事关中国企业的国际品牌形象,要求全力确保项目顺利开工,高效建设,只能做好,不能失败。

早在2000年前后,刘沧龙就有了走进非洲,投资非洲的想法。他进而提出民营企业要跨越家族制,多元化、国际化“三关”,这样才能建成百年老店,实现基业长青。2006年东非四国考察正好是一个认识非洲、了解非洲的难得机会。2006年8月15日至17日,刘沧龙随时任中央统战部副部长、全国工商联党组书记、第一副主席胡德平率领的全国工商联高访团应邀访问东非四国。在投资交流座谈会上刘沧龙主席在座谈中坚定地表示,将在回国后马上部署到坦桑尼亚商务考察,寻求合作商机。非洲考察回来后,刘沧龙于2006年9月4日专门召开以国际化发展战略为议题的集团董事会,决定以投资非洲,立足坦桑尼亚为切入点和突破口的国际化发展战略。