

“国二”升“国三”绝非简单的排放标准提升,其实更是一次复杂的产品系统升级。作为柴油机行业的领军企业,全柴动力准备充分,从容应对,其五大平台产品早已做好了技术对接和配套工作,并将一如既往地以产品质量为核心,为农机用户提供高质量的产品和服务,不断提升市场竞争力。

蓄势待发 全柴积极备战“国三”市场

■ 纪渝

环保部1月18日发布通知,农用柴油机排放标准国三升级正式延期。根据通知,分步实施《非道路标准》第三阶段标准:(一)自2015年10月1日起,所有制造和销售的非道路移动机械用柴油机,其排气污染物排放必须符合本标准第三阶段要求。(二)自2016年4月1日起,所有制造、进口和销售的非道路移动机械不得装用不符合《非道路标准》第三阶段要求的柴油机(农用机械除外)。(三)自2016年12月1日起,所有制造、进口和销售的农用机械不得装用不符合《非道路标准》第三阶段要求的柴油机。

“国二”升“国三”绝非简单的排放标准提升,其实更是一次复杂的产品系统升级。此举将开启农业装备智能化、信息化的先河。作为柴油机行业的领军企业,全柴动力面对即将到来的“国三”时代,将会如何应对?又将如何布局农业市场呢?为此,笔者在近日召开的2016年全国农业机械及零部件展览会上对安徽全柴集团有限公司销售总经理於中义进行了独家专访。

运筹帷幄,决胜千里

去年,国内经济下行压力增大,行业竞争加剧,柴油机及其相关产业经历了近十年来最严峻的挑战。面对外界大环境压力,全柴全力以赴,积极应对,取得了不俗的成绩。2015年,全柴集团在全国整个柴油机销售业务中一路高歌猛进,把销售量和市场份额做到了全国前列。

“在规划布局时,全柴做了长远的战略思考,并一直积极致力于柴油机产品技术的研发升级。”於中义介绍道。据悉,早在2014年,全柴就相继完成了“国四”、“国五”柴油机的技术研发以及测试。特别是“国四”柴油机产品在2015年销售火爆,销售量达到了15万台。针对非道路“国三”产品的销售战略规划,全柴也做了很好的布局,技术研发位居全国前列。

现阶段,全柴推出的“国三”全系列产品从20马力一直到280马力,完全可以满足非道路配套动力的需求。另外,全柴在工业车辆领域也取得了较好的进展,2015年销售量达到了4万多台。在发动机业务板块的整体布局上,全柴全系列产品在整个动力各个板块均有良好的表现。

准备充足,从容应对

据全柴销售总经理於中义介绍,今年郑州农机春季展,全柴五大平台的多款产品集体亮相,集中展示了全柴作为自主品牌柴油机企业近年来的发展、变化与进步。这五大平台分别是:B平台、C平台、D平台、G平台和M平台。其中,B、C、D、M系列非道路“国



三”柴油机沿用成熟的产品平台,发动机零部件及整机具有较好的结构继承性。采用知名的电控燃油系统及核心零部件使产品具有较高的可靠性,缸内预热技术保证发动机在-25℃的低温环境下可以顺利启动。4M系列平台产品可以从120马力做到180马力,充分满足4缸机的拖拉机和4缸机的收获机械产品的需求。以上几款产品的技术路线都是采用国际先进的技术路线以及进口和国产的高压共轨系统,充分满足农业装备市场的全系列的动力需求的同时,也可以完全

满足非道路“国三”目前的技术和可靠性和使用要求。

另外,G系列平台产品是采用国外发动机先进设计理念和国外先进的四气门技术,结合国内用户使用特点,可广泛应用于农业装备、工程机械等领域。G系列平台中有一款是六缸机产品,可以配套大马力拖拉机,马力段可以达到170马力。“G系列产品在市场上的需求非常旺盛。这些产品在前期的市场推广中取得了良好的效果,并与国内主流企业取得了全面的的技术对接和配套,整个

对接过程非常顺利。”於中义满怀信心地说。

做好售后 提升软实力

在激烈的市场经济的条件下,优质的售后服务是赢得市场的保障,带来良好的口碑,从而带来更多的消费者,在营销理念中,谁能得到更多消费者的信赖,谁就是胜者,优质的售后服务是树立企业品牌和传播企业形象的重要途径,也是企业赢得市场的关键。

全柴就是这样一直秉承“用心服务、真情感动、用心沟通、满意服务”的宗旨,以“周到、快捷”的贴心服务为用户排忧解难,赢得了众多用户的心。进入“国三”时代,“国三”产品的保养和维修方式与“国二”产品截然不同。於中义告诉记者,在进入国三阶段后全柴做了全面地规划:

一、专业化培训。2015年全柴对整个系列的产品在终端市场的服务体系做了全面培训,目前正在给所有终端经销商进行第二轮培训。

二、专家坐席指导。针对农装产品服务及时性要求高、季节性强的特点,在人员配备方面,全柴已经对于处于核心位置的关键技术人员进行了全面的技术培训,并在在呼叫中心系统里设置专家坐席。全柴配备了15名“国三”产品的专家,这些专家主要排除和解决市场用户特殊故障,终端的专家席可以及时为用户解决维修和保养中的疑难问题。

三、配件供应足。“国三”全系列产品的配件目前已经在全国的多家全柴配件中心库投放到位,充分满足“国三”产品市场推广和服务配件的需求。

最后,全柴销售总经理於中义还告诉记者,全柴从2015年的3月份就开始关注棉花采摘机、马铃薯收获机等蓝海配套领域。对于甘蔗机,全柴已经开发出一款10L排量的发动机,“国三”升级版也已经开发完毕,效果良好,2016年,全柴将与国内主流甘蔗机生产企业完成配套;对于棉花采摘机,目前全柴10L排量的发动机产品,完全可以满足采摘机目前中小型的产品需求。这些产品均已经达到“国三”排放标准,同时具备“国四”升级的能力,特别是一款4气门的产品可以同时满足采棉机和马铃薯收割机的配套需求。

全柴在新常态下不断实现突破,一跃成为我国柴油机销售榜首,这并非偶然。笔者认为,正是全柴依靠多年的配套经验,不断提升技术实力和服务,并依靠超前的思路和积极的运作取得的。国三时代即将到来,相信全柴动力会一如既往地以产品质量为核心,为农机用户提供高质量的产品和服务,不断提升市场竞争力,打造百年企业,为我国农业机械化的发展做出应有的贡献。

新品速递



●4月15日,在位于安徽合肥的中科大校园,机器人“佳佳”(左)在接受媒体记者拍照。

新华社记者 刘军喜摄

我国首台“特有体验交互机器人”问世

■ 吴长锋 杨保国

4月15日,我国首台“特有体验交互机器人”测试样机在中国科学技术大学亮相。记者现场看到,这台名叫“佳佳”的机器人不但形象美丽端庄,而且初步具备了人机对话理解,面部微表情、口型与身体动作匹配,以及大范围动态环境自主定位导航和云服务等功能。

中国科大“可佳”机器人团队联合国内合作伙伴,经过3年多的努力,研制出“佳佳”特有体验交互机器人测试样机。“中国特色的机器人仿人形象是这次发布的重点内容之一。”中国科大机器人研究中心主任陈小平教授说,团队的研究表明,人机交互体验涉及形象、功能和品格3个层面,形象是用户的第一体验。机器人形象有仿人和卡通两大类,要产生特有体验,面临诸多挑战。因为形象不仅要与其功能匹配,还要符合机器人的品格定义。

陈小平介绍,“佳佳”是中国科大“可佳”机器人家族中的一个新成员系列,其研究重点在于人机交互中的“特有体验”,即只有机器“人”而非其他电子产品才能带来的体验。“在传统的功能性体验之外,我们首次提出并探索了机器人品格定义,以及机器人形象与其品格和功能的协调一致问题。”

“机器人品格定义是人机关系的核心,而对此方面的研究仍处于起步阶段。”陈小平说,他们初步定义机器人的品格由“善良”“勤恳”和“智慧”构成。遵守这个品格对机器人研发具有重要意义,是恰当的人—机器人关系的根本保障。例如,一个“善良”的机器人,即使拥有过人的知识和能力,甚至具有“自我意识”,也不会故意危害人类。而以往以“机器人三原则”为代表的人—机器人关系的常识性理解,已不能满足当前机器人研发的实际需要,有必要展开科学层面的深入探索。

华升泵阀新增专利

近日,合肥华升泵阀股份有限公司收到中华人民共和国国家知识产权局发出的三份发明专利授权通知书。该公司申报的“一种串并联离心泵 ZL201410150717.4”,以及与合肥工业大学联合申报的“喷水推进泵 ZL201310462631.0、一种镍基合金及其制备方法 ZL201410605000.4”均获得发明专利授权。

三项发明均为针对泵结构开发、金属材料及工艺研究和工程应用的创新成果。其中,一种串并联离心泵的发明、一种具备有流道串并联切换能力的串并联离心泵喷水推进泵发明,属于泵领域,包括了泵体以及布置于泵体泵腔处的泵轴组件;一种镍基合金及其制备方法的发明,属于材料领域,涉及一种镍基合金。

截至目前,该公司共拥有专利授权67项,其中发明专利18项,实用新型49项。

(闻北)

亨通光电通过苏州质量强市试点考核验收

■ 兰潮

4月13日,国家质检总局质量管理司、江苏省质监局质量处带领由产品质量、工程质量、服务质量等方面专家组成的考核验收组,对苏州市创建“全国质量强市示范城市”工作进行验收,苏州市及吴江区相关领导陪同验收组对亨通通信产业集团江苏亨通光电股份有限公司(以下简称亨通光电)质量强企工作进行了验收。亨通光电董事长钱建林、总经理尹纪成、技术总监薛梦驰等参加了考核验收会。

验收期间,考核验收组听取了亨通光电总经理尹纪成关于“质量强企促发展,

创新驱动促转型”的汇报。验收组对亨通质量强企工作的成绩予以高度肯定,并对亨通自主研发光纤预制棒打破国外垄断表示震撼,认为亨通高度重视质量工作,进一步突出了质量工作的战略地位,在产品质量、工程质量、服务质量、质量创新、转型升级、“三化建设”、迈向国际化等方面都取得了骄人的成绩。并对亨通研发超低损耗光纤提出宝贵建议,亨通光电将以此为契机,找准质量工作与发展的结合点,深化“三化建设”促质量发展,提升质量工作对社会的贡献度,助推亨通质量水平再上新台阶。

亨通光电2009年开始导入卓越绩效管

理模式,大力推进工厂智能化、管理信息化、制造精益化的“三化融合企业”建设,全面提升产品质量,提升企业核心竞争力。企业先后获得全球卓越管理绩效奖—世界级、中国出口质量安全示范企业、苏州市市长质量奖等荣誉。2015年,亨通光电一举夺得省质量奖状元,成功入围中国质量领域最高荣誉“中国质量奖”提名。

企业的发展必须紧跟时代需要,紧紧围绕创新驱动、促进业务转型。目前,亨通光电紧紧围绕“生产研发型企业向创新创造型企业转型、产品供应商向全价值链集成服务商转型、制造型企业向平台服务型企

业转型、本土企业向国际化企业转型”的四大转型发

展战略,创新运营模式,转变发展方式,不断提升产业发展层次。

据悉,2014年初,苏州以高分通过全国质量强市示范城市省级预验收。以创建“全国质量强市示范城市”为契机,苏州将推进质量发展和促进经济结构调整与优化升级、营造良好市场环境、构建社会信用体系、建设生态文明等工作有机结合,细化落实质量强市工作职责和目标任务,强化质量宣传教育,加强质量工作奖惩,产品质量稳步提升、工程质量全面改善、服务质量不断提高、环境质量持续优化、经济运行质质齐升,创造性地开展质量工作,形成了具有苏州特色的质量工作模式。

青岛重工勇夺首季开门红

■ 程吉

2016年一季度青岛重工在国内经济的新常态下,延续了去年逆势增长的好势头,勇夺首季开门红。今年首季青岛重工生产3215辆,同比增长32.47%;销售3720辆,同比增长111.12%;产品出口量849辆,同比增长497.89%;产品出口创汇5024万美元,同比增长618.74%。

一季度,面对国内外严峻的经济形势,青岛重工与众多企业一样面临着巨大的市场压力。青岛重工总经理王瑛波强调,今年是“十三五”规划的开局之年,是在新常态下实现新发展的关键之年,实现首季开门红意义重大。为此,青岛重工积极贯彻集团第一、第二次会议的战略部署,紧紧围绕青岛重工的各项工作任务目标,并以“创新驱动,转方式,调结构,创品

牌,增效益,实现青岛重工新发展”为经营指导思想,扎实开展“改革创新升级年”活动,围绕全年奋斗目标,在全公司部署了八方面的工作任务:一、以人为本,深化干部人事制度改革,优化人力资源结构,激发各级人员的工作热情;二、实施营销创新,开拓国际、国内两个市场,打造三大经销网络;三、开展Q16计划,实现质量品牌升级;四、拓宽产品线,加大高附加值产品开发力度;五、总体策划、重细节、抓落实,提升工艺工作,实现产品过程控制新突破;六、加强基础管理,推进降本增效,提高企业运行质量;七、加强生产管理,提升产品交付能力;八、加强企业文化建设,提升企业社会形象。

为了生产经营任务,青岛重工全公司形成了一盘棋的良好局面,各系统干部职工同心协力,攻坚克难,顽强拼搏,围绕全年工

作任务,有的放矢地稳步推进质量提升、市场开拓、工艺创新等各项重点工作的开展。公司各生产部门拼搏实干,为每一批订单任务而努力大干。公司工程车部完成了渣土车、半挂车订单,接连创出月度生产新高;济南分公司圆满完成了渣土车等生产订单,赢得用户的好评;环卫车部在积极开拓市场的同时,开发市场需要的环卫车新品;军品特装部在开发孕育新产品的同时,积极走访服务用户采集市场信息……

青岛重工一季度全面推进实施了主题为“抓两端、控中间”的Q16质量提升计划,从产品生产前期采取相应的质量预防性措施,到生产中强化进货检验和过程检验,最后是产品售后质量问题反馈和质量改进,全过程三阶段多措施监控、提升产品实物质量和管理效能。通过分段实施“Q16质量提升计划”,为2016

年青岛重工实现产品结构更进一步优化、高精尖产品不断研发、精益化管理持续推进,产销量效益稳步提升提供了质量保障。

一季度,为在市场的新常态下,实现产品销售逆势增长,青岛重工大力实施营销创新,积极开拓国内外两个市场,通过公司全系列产品经销商培训等活动,努力打造国内经销商、国内出口经销商和国外经销商三大网络,已取得初步成效。首先创新营销模式,按照“通盘规划、合理布局;分工明确、资源共享;规范管理、利益共享”的原则,优化、整合、健全营销网络,规范管理、形成合力、提升能力,积极构建青岛重工营销网络平台。发挥各销售板块优势,大力推行联合销售,加大高附加值产品的销售力度,实现产品结构的优化。同时,积极开拓国际、国内两个市场,努力打造国内经销商、国内出口经销商和国外经销商三大网络,重点

发展集自卸车、环卫车、建筑车、物流类等产品销售于一体的经销商,强化公司经销商网络建设。另外,积极发挥青岛城市的港口优势,进一步扩大产品出口。今年一季度产品出口量849辆,同比增长497.89%;产品出口创汇5024万美元,同比增长618.74%。

一季度,企业在做好新产品开发的同时,还通过加强和提升工艺工作,促进“改革创新升级年”活动推进的内在动力,努力实现产品过程控制的新突破。他们深入推进工艺技术的系统化管理,分阶段、分品种基本实现重点产品从设计到产品推向市场前过程控制的无缝链接;通过加强工艺装备管理,为提升关键产品质量、提高生产效率保驾护航;通过建立工艺问题跟踪机制,加强工艺纪律执行情况的检查、监督,持续改进,实现典型产品、主要产品工艺纪律执行率超过90%。