

重庆两江新区通过全国仪器仪表产业知名品牌创建示范区验收

8月18日、19日两天,国家质检总局、重庆市质监局组织全国知名专家对重庆两江新区筹建的“全国仪器仪表产业知名品牌创建示范区”项目进行现场验收。验收组听取了示范区实施情况汇报,实地考察了仪器仪表骨干企业和质量公共服务平台,审阅了相关资料,经质询和讨论,该项目以896分的优异成绩通过验收。该示范区通过后,将对调整两江新区仪器仪表产业结构,促进产业快速聚集,带动区域经济的持续增长具有促进作用。

据悉,全国仪器仪表产业三大基地分别为上海、西安和重庆,而重庆两江新区的仪器仪表产业规模、集聚度居全国之首,是国内规模最大、产品门类最全、系统集成能力最强的综合型自动化仪表研发与制造基地,被科技部火炬中心列为全国试点产业集群,主要有中国四联集团、川仪、霍尼韦尔全球技术研发中心、前卫仪表、横河川仪、伟岸测器、耐德工业等数十家仪器仪表生产企业。以重庆市计量质量检测研究院、重庆市科学技术研究院和电力工程研究院为依托,拥有18家国家和省级技术机构,服务功能齐全。

大连服博会搭建国家级服装纺织行业信息平台

2016中国(大连)国际服装纺织品博览会,将由国家商务部、工信部、中纺联共同搭建“大连发布”服装纺织行业信息平台,深度拓展信息发布的渠道和内涵,以引领时尚新趋势。大连市政府24日在沈阳举行发布会,透露出上述信息。

大连服博会是国家级的服装纺织专业品牌博览会,是国际品牌对接中国市场的窗口,在业内被认为是时尚创意与流行趋势发布的高端舞台。

将于9月举办的2016大连服博会,展会规模会提升到一个全新的高度。据组委会统计,参展品牌总数由上届的454个上升至706个,其中国际参展品牌由上届的154个上升至305个;参展国家和地区由上届的13个上升至21个。目前已确认的国际专业买家有来自意大利、缅甸、中国澳门、韩国等120多名。

值得一提的是,本届服博会搭建的国家级“大连发布”,具体发布内容包括中国纺织服装行业指数研究发布、中国服装行业经济运行数据发布、中国服装行业产业集群发展状况发布、中国服装行业“百强企业”运行发展分析、2017-2018中国流行色彩趋势研究发布、2017-2018中国流行面料流行趋势研究发布等六项。

中国服装设计师协会年度大会、中国纺织品进出口商会年度大会、高峰论坛,依然是引领行业发展的风向标。“大连杯”国际青年服装设计大赛,参赛地区由中日韩三国扩大至欧美亚10多个国家和地区,将大幅提升其国际影响力。

经过20多年的发展与积累,中国(大连)国际服装纺织品博览会实现了自身的华丽蜕变,现已成为促进服装纺织产业发展的国际化、品牌化、专业化舞台,影响力和美誉度日益提升。打造永不落幕的服博会,是大连一直的追求。(沈殿成)

“破冰而出,水与争锋” 祁连冰川开启国际化品牌征程

■ 本报记者 王海亮

8月22日,“破冰而出,‘水’与争锋”——祁连冰川天然矿泉水上市发布会在兰州举行。在甘肃省市各级领导和来自全国的上百家媒体见证下,祁连冰川开启了国际化的品牌征程。一系列重大举措的发布,彰显了祁连冰川欲打造国际化矿泉水品牌的决心与霸气。

此前,甘肃酒泉市市长都伟曾表示,“祁连冰川作为甘肃省的知名品牌走向世界,不仅是展现了企业的风采,更是酒泉乃至甘肃人民的骄傲。酒泉不仅是丝绸之路文化产业带的重要组成部分,而且是河西走廊文化生态区的重点区域,独特的历史和地理位置造就了酒泉独特的文化,而祁连冰川是丝绸之路最为璀璨的明珠。对于千万中国企业家来说,登陆纳斯达克大屏幕不仅提高了品牌知名度,带来巨大商业机会,更象征着走向世界。”

祁连冰川矿泉水有限公司CEO麻永兴表示,将会更用心做好产品,更努力发展创新。祁连冰川之所以有今天的成就和规模,其中有太多艰辛和挫折,麻永兴先生正是这次创业中的见证者和实践者,他讲述了企业发展历程,从一个打造民族品牌走向世界、初衷到目标一个接着一个实现,从一个零污染的自然健康生活理念到打造人们的尊享生活,从一个名不见经传的小团队到现在占



2012年8月,国家质检总局批准重庆两江新区筹建“全国仪器仪表产业知名品牌创建示范区”,这是仪器仪表产业唯一的一个“全国知名品牌创建示范区”,也是重庆市第一个国家级知名品牌创建示范区。

通过数年的知名品牌创建示范区创建工作,两江新区内拥有核心技术、自主知识产权和较强国际竞争力的知名品牌迅速增加,品牌产品质量水平稳步提升,区域经济发展成效显著。区内仪器仪表产业主导产品零部件合格率达到99.8%;整机合格率达到99.7%;产品返修率控制在0.3%;产品质量损失率控制在0.2%以内。仪器仪表品牌建设取得进展,拥有一批名牌产品,包括重庆

名牌产品8个、中国驰名商标4件、重庆著名商标4件、出口知名产品4个。主要知名品牌有:重庆川仪、前卫卫罗姆、伟岸测器、中智联等,品牌产品产值占整个行业工业总产值的62%。

专家组查看了相关证实性材料,实地考察了重庆川仪自动化股份有限公司、重庆工业自动化仪表研究所、重庆市计量和质量检测研究院,各位专家与区内相关企业负责人、相关部门负责人以及管委会领导,进行了深入询问交流。通过验收预备会、工作交流会、实地考察、专家合议、情况反馈等考核步骤,专家组一致认为,重庆两江新区承担的“全国仪器仪表产业知名品牌创建示范区”创建工作符合国家质检总局“指导意见”和验收细则的要求,达到了创建的预期目的,具有明显的示范作用。

专家组肯定了重庆两江新区仪器仪表产业品牌建设五个方面的突出成效,一是区域品牌溢出效应明显;二是产品门类齐全、知名品牌企业云集;三是质量水平稳步提升;四是区域品牌建设机制不断完善;五是营造了区域品牌建设氛围。专家组进一步总

结了两江新区四个方面的特点和示范作用,一是开创区域品牌建设新格局,打造立体工作体系;二是依托科技创新,持续推动区域品牌发展;三是整合服务平台、充分发挥示范区各类服务平台在质量和品牌创建中的作用;四是依托优势企业辐射带动作用,推动产业聚集向集群品牌升级。同时,专家组提出了进一步加强品牌宣传、拓展国际市场等下一步发展建议。

据悉,该品牌示范区创建规划的总体方向为,打造国际知名仪器仪表产业基地和世界一流产业化园区。为此,两江新区下一步还将创新质量发展机制,加强质量共性技术研究,提升质量发展能力,健全公共服务体系,以仪器仪表品牌示范作用,提升两江新区核心竞争力通过示范区的建设,整合有利资源,调整仪器仪表产业结构,促进产业快速聚集,形成特色,实现仪器仪表产业生产总值和利税的快速增长,并带动整个区域经济的持续增长。

两江新区管委会副主任李光荣、相关部门负责人、10家仪器仪表骨干企业代表参加了验收活动。(张雅兰)

空中玫瑰 绽放靓丽青春 ——记河套酒业 2015 年天车工技能竞赛冠军杨宇



■ 李小兵

在号称“中国北方第一窖”的河套酒业原酒二车间里,有着这样一群美丽的女性,她们驾驭着长20多米,宽5米多,重约25吨左右的大型天车,在高10米的空中来回穿梭,担负着以前人力酿酒过程中最耗费体力的挖窖、运送原料的工作。大家都亲切地称呼她们为“空姐”,获得2015年天车工技能竞赛冠军的杨宇便是这支娘子军中的一员。

2012年10月,刚刚大学毕业的杨宇便应聘到河套酒业工作,成为原酒车间的天车操作员。杨宇天生便钟爱于机械物件,经过短短的18天便顺利通过了实习考验,成为了一名正式的天车工。2015年,在公司举办的天车工技能竞赛中,杨宇不但理论知识名列前茅,而且娴熟、精湛的实践操作也得到了考官们的一致认可,一举摘得了2015年

度公司天车工技能竞赛的桂冠。这年她才刚刚26岁。

天车是在固定的轨道上运行,看似简单,其实想完全掌控好并不是那么容易的事情,当抓斗从三米多的窖池进去,然后装满物料在空中上下左右,或快或慢地穿梭运行,要越过重重阻碍,避过道道沟坎,然后才能顺利抵达目标,不仅要有很好的操控力,更需要眼明手快,胆大心细。这些都还好说,原酒车间夏天的高温,冬天的雾气都是对天车工体力、毅力最严峻的考验,杨宇却从来没有将这些困难放在心上,每天都是笑呵呵的,让很多老师傅都佩服不已。

杨宇短短三年的时间就能从众多的天车工中脱颖而出,获得2015年天车工技能竞赛的第一名,不仅仅是因为她天生钟爱机械设备,更重要的是她对于工作的认真,用心和善于思考。在刚开始和师傅学习开天车

的时候,她的虚心好学就得到了师傅的肯定和赞扬。在成为一名合格的天车工以后,她更是对于天车运行中的各个细节都进行研究,每个班组的快慢,每项工作需要多少个步骤,完成一项工作需要多少时间她都心中有数。像根据天车和窖池的距离不同,运行时间需要多少分钟她都能精确到秒。每次完成一项操作后,杨宇不用看表都能估摸出大概过了多长时间。

和杨宇同宿舍的工友对她的印象是,“感觉她什么都懂,什么都会干。尤其她家里装修房子的水、电改造都是自己弄的。”杨宇还是一个非常细心的女孩子,一般女生宿舍零零碎碎的小东西非常多,摆放的也很凌乱,但是杨宇却把自己的东西都整理的井井有条,什么东西在什么位置心里都很清楚。在家里,她也是一个非常懂事和孝顺的女儿。由于父亲常年在外打工,家里50多亩的土地,平时就靠她母亲一个人打理。每到周六日和节假日,杨宇都会尽快赶回家里帮助母亲料理庄稼,她不仅娴熟各种农活儿,而且还能熟练操作拖拉机、收割机、播种机这些大型农用机械,让同寝室的舍友羡慕不已。

杨宇最大的爱好就是打篮球,与她一同到公司体育馆锻炼的舍友对她的空中跳投很是佩服。初中的时候,由于杨宇在篮球上的天赋,杭锦后旗职教中心的篮球教练非常希望她能够专门学习篮球,但是杨宇最后还是选择去读大学,但是篮球也一直成为她业余时间最喜欢的运动。杨宇说,准确地操控天车上的吊钩,就像投篮一样,只有不断地琢磨,练习,用心去体会,才能够随心所欲地实现精准投篮。

杨宇,这个美丽的九零后女孩,犹如一朵艳丽的玫瑰,在空中激情绽放,她用自己的朴实、认真和执着书写着靓丽的诗篇。



间内力拔头筹,脱颖而出。”

祁连冰川如此高调地入市,正是源于其对品质的自信。“水源决定水质,水质决定生命质量”的观点已经被世界广泛认可。“中国居民日常饮水分级指南图”以水源地为标准,将日常饮用水分为四级,包括高海拔冰川矿泉水、天然矿泉水、江河湖泊水及自来水。祁连冰川天然矿泉水等高海拔冰川矿泉水因地处高海拔冰川,水源珍稀且无污染,矿物质含量丰富均衡,满足优质饮水的品质需求,被列为一级健康好水。祁连冰川历经数千年的过滤和矿化,富含多种对人体有益的矿物元素,与人体体液属性吻合的天然弱碱性。

矿泉水行业流传着这样一句话:“得水源者得天下。”十年前,甘肃开盛集团的王焕臣董事长就与祁连冰川结下了不解之缘。在王

焕臣的心中,祁连冰川不仅是丝绸之路上的稀世好水源,更是“利国利民利人心”的好项目。未来,他表示要将祁连冰川打造成矿泉水产业基地,争取每年为甘肃创造将近百亿的工业产值和几十亿的税收。祁连冰川以“打造中国的高端珍稀饮用水品牌,为亿万人送去最有质感的天然健康饮用水”为己任,立志于将祁连冰川世界级的水源推向世界。

发布会接近尾声,省市领导、祁连冰川的投资人还有各方代表一起走上舞台,拿来自远古冰川的圣水一起缓缓注入启动台,随潺潺水流的一点点流入,祁连冰川组成的冰山破“冰”而出,从远古冰川的无人踏足到西北荒漠的寥无人烟,再到如今“一带一路”的新丝绸之路,那里将记录着大国崛起的风姿,也将孕育出冰川圣水在新丝绸之路上的盛事繁荣。

1.6 万亿“大礼” 能否解救东北经济?

中国国家发展和改革委员会22日印发《推进东北地区等老工业基地振兴三年滚动实施方案(2016-2018年)》,分年度明确了今后拟在东北开工的127个重大项目,涉及交通(含铁路、高速公路、机场、轨道交通)、能源、水利、工业、农业等多个领域,总投资将达1.6万亿元人民币。官方称,这些项目对振兴东北有“全局性重要影响”。

此外,《方案》还围绕完善体制机制、推进结构调整、鼓励创新创业、保障和改善民生四大核心任务部署了137项重点工作,包括制定和组织实施东北地区国有企业改革方案,在东北地区改组组建一批国有企业投资公司和运营公司,开展“中国制造2025”城市试点示范,组织实施东北振兴重大创新工程等。

对遭遇重重挑战的“共和国长子”而言,这两大举措一个是“强心针”,一个是“中药”。

眼下东北地区经济形势始现向好势头,但下行压力仍然不小。除吉林省外,黑龙江、辽宁两省上半年GDP同比增速均低于全国,辽宁经济甚至出现负增长。

在此情况下,加大投资力度是稳定经济增长的必然选择。官方此番决定上马一批大型基础设施项目,近可刺激需求,创造新的增长点,远可弥补长期以来的短板和“欠账”,改善投资兴业环境,增强发展后劲,将有助于擦亮“锈带”地区经济。

不过,要真正使东北地区摆脱困境,实现高层设定的“到2020年经济保持中高速增长,再用10年走进全国现代化建设前列”目标,治“内伤”比打“强心针”更重要。

东北地区有两大痼疾。一是“营养不良”,产业结构单一,经济高度依赖资源产业和重工业,现代服务业发展落后;所有制结构单一,央企、国企占绝对主导地位但活力不足,民营经济力量弱小。二是“失血过多”,人才外流严重,人力资源匮乏,人的思想观念跟不上市场经济的发展。

这些沉痾非投资“输血”所能去除,唯切实推进供给侧结构性改革,形成“造血”机制,才能根治。

国家信息中心发展研究部战略规划研究室主任高辉清接受中新社记者采访时称,要让东北经济走上正轨,必须“先破后立”,在谨慎稳妥设计方案的前提下,加快“破”的速度,切实推进改革特别是国企改革,同时痛下决心推动结构调整升级,使东北经济获得长远发展动力。

此次《方案》将着力完善体制机制列为四大核心任务之首,提出要加快完善政府管理体制,深化国企改革,促进民营经济发展,官方从根本上解决东北发展问题的决心于此可见一斑。

这只是个开始。国家发改委称,下一步将研究出台更有针对性、更有力的措施,支持东北地区“通过改革开放重振雄风”。若一系列“大手笔”落实到位,东北地区重新恢复活力可期。(李晚喻)

海信大屏全面超三星 中国品牌突破“恐韩恐高”

彩电行业品牌竞争格局洗牌后,一扫“恐韩恐高”的市场怪圈,国产自主品牌在高端产品上的逆袭频频佳绩。

据中怡康数据显示,海信智能电视的高端产品已出现全面超过三星的态势。6月以来,海信连续6周在55寸以上尺寸段大屏电视中额占有率超过了三星。8月的第一周,大屏额占有率更是超三星126.5%,海信自主ULED显示技术产品销售额更是达到三星高端产品的125%以上。

众所周知,大屏占有率代表品牌未来,含金量远高于行业市场总占有率。而高端产品对品牌力的拉升也将带动全产品线可持续发展,从海信的“大板战略”中可见一斑。

长期以来,在彩电行业的差异化格局中韩系以工艺外观取胜,日系以画质显示为傲。但,当海信相继以ULED突破LCD显示技术难关,以Hi-View PRO打破画质芯片技术的外系垄断后,国产品牌自主研发带来的行业崛起势如破竹。

2015年以来,日韩系市场占有率逐月下滑。与之相反,国产品牌海信、TCL等在55寸及以上所有关键尺寸段均有上佳表现,尤其是海信在各尺寸段占比始终位列前三。

据海信北京市场总监于先生给记者分析,智能电视普及为国产品牌的逆袭开启了新机遇。消费者对智能电视内容的需求,令外系品牌市场不复以往,自主品牌凭借本土内容运营优势已成功超车。

多数品牌选择以渠道和尺寸相匹配的形式来挤占外系市场,如海信85寸以下大屏电视中以ULED为主,85寸以上超大屏市场则以性价比更高的激光电视来占领。据7月份数据显示,海信激光电视已占据85英寸以上超大屏市场49.64%的市场份额。

海信上海市场总监刘女士表示,外系品牌如夏普甚至开始低价冲击国内市场,尤其是在日系品牌认同感较强的华东地区,走量不走价成了巩固市场的主要策略。大屏趋势下的高端逆袭,是民族品牌技术自主的崛起,更是大国智造的崛起。

海信在国际体育赛事营销的爆发,为品牌带来了曝光,拉大了与竞品优势差距的同时,更是在品牌教育的市场认同上,缩减了与外系品牌的距离。

如今,海信已在国内和南非全面超过三星,国产品牌的“大板战略”正在全球市场稳步推进。(吴明)