

抢占制高点 赢取市场先机

中国重汽销售部成都分公司 举行豪瀚 N 系列产品推介会

■ 本报记者 赵健

邛崃市,古称临邛,又称“天府南来第一州”,是西汉著名才女卓文君的故里。位于成都平原西部,川滇、川藏公路要道,如今在成为“中国最大白酒原酒基地”和四川省唯一以“食品饮料”命名的生产基地的同时,邛崃市交通车用压缩天然气有限公司天然气加气站的建成,邛崃又成为了四川绿色能源基地,将为2020年国家实施的“蓝天计划”的实现提供可靠保障。

10月19日,中国重汽豪瀚N系列产品推介会在邛崃盛大举行。来自邛崃市各大物流公司、成都周边部分大用户共计150余人参与,这也表示中国重汽销售部成都分公司立足自身优势,审时度势,瞄准市场焦点,快速上量,发起抢占制高点,赢取市场先机的冲锋号。

中国重汽成都分公司总经理国玉章介

绍,成都分公司从2008年开始连续占据四川地区重卡销售前三甲,特别是2018年,全体干部职工按照销售部的工作要求,努力拼搏,开拓创新,实现了新的跨越,创造了新的辉煌,截止到9月30日已完成销售回款8389万辆,再次创造了区域历史新高,行业排名第一。

今年下半年以来,受运价下滑等影响,今年公路车市场下滑明显,按照中国重汽新任董事长谭旭光“不争第一就是在混”要求,在打造钢铁网络的同时,依托总部的“亮剑行动”,引导经销商转型,提升销售能力,持续导入LNG牵引车及载货车产品,目前取得阶段性成果。

此次推介会亮相的“豪瀚”N系列新车型,与其他的豪瀚产品不管从外观还是零部件配置方面都有极大差异。豪瀚N系列由中国重汽与意大利著名设计公司合作开发,国际范高颜值具有肌肉美感和个性视觉冲击

力,风阻系数国内最低,大大降低了油耗。MAN技术全气囊驾驶室悬置、国际品质座椅、TGA内饰、自动空调、独立暖风、驻车空调、220V电气接口、智能通、白昼大灯、电调后视镜、电动玻璃升降器、中控门锁、三锁合一等配置能够给用户群体带来感官冲击。全系车型搭载了德国曼技术5升、7升、9升、11升柴油发动机,最大功率可达440马力。同时,还装配德国曼技术天然气13升发动机,其中,公路用牵引车MC11发动机换油周期可达10万公里,MT13燃气发动机换油周期可达5万公里,能够为用户提供可靠的运营保障。为用户对比了柴油车和天然气的燃料成本,天然气车比柴油车节约燃料40%左右。

匹配曼技术生产的MAN系列发动机,具有设计轻巧、功率强大、持久耐用、动力性和经济性超高等优势该系列匹配MC11发动机功率最大可达440PS,MC09发动机可达

380PS,MT13发动机可达430PS,根据车辆运输场景的不同,层次分明,输出爆发。

关键就在整体车型的标准化设计、车架标准化设计,零部件数量和种类较传统产品大量减少,产品的通用化程度可以达到80%。配备自动空调、独立暖风、电调后视镜、电动玻璃升降器等,让驾驶成为一种享受。

此次推介会是中国重汽销售部成都分公司联合省级经销商成都富汽车贸易有限公司共同举行。“中国重汽豪瀚N系列LNG牵引车及载货车产品虽然在今年8月才上市,但已迅速成为市场的拳头产品,380—430马力在市场上是独一无二的,更为重要的是该车950升气罐加满后可行驶1200多公里,相比用柴油车来说,每公里要节省1.10元以上,经济价值十分可观,这也是在当前柴油价格不断上涨,运价下滑的情况下,多数车主选择LNG牵引车及载货车实现盈利的不二选择。”成都富汽贸王富总经理如是说。

法国梅多克八大著名产区葡萄酒媒体见面会在郑州举行

10月23日,法国梅多克行业协会主席Philippe Dambrine先生与梅多克产区的八名代表来到郑州,举办了梅多克葡萄酒媒体见面会。在此次见面会上,主办方邀请了媒体与代表团成员就梅多克葡萄酒、葡萄酒历史、八个葡萄酒产区、葡萄生长土壤和葡萄酒酿造年份进行交流讨论。

现场,媒体和代表团成员共同品鉴了梅多克产品的红酒,并且由梅多克行业协会主席Philippe Dambrine先生和代表团成员为媒体朋友们解答了相关问题。

近年来中国市场发展迅速,出自梅多克产区的红酒在中国市场上有着充分竞争力。



代表团成员详细介绍了梅多克产区的自然环境和红酒特点,并强调了2015年的梅多克红酒的强大魅力。为了更好地了解梅多克八大产区,主办方将其与中国民间故事的八仙进行对比。和中国八仙一样,梅多克由八个产区

组成,历史悠久,几十年来,这些产区经历风风雨雨走到今天。八仙是中国文化的优秀组成部分,八个梅多克葡萄酒产区也是梅多克的光荣与骄傲。八仙过海各显神通,而有着数千公里种植面积的八大梅多克产区,希望与中国消费者分享梅多克的文化。像八仙中的每位神仙一样,每个产区都有自己的特色和实力。

参加活动的媒体朋友们还针对梅多克红酒的经营渠道、产品鉴别、文化元素及中国资本进入法国收购酒庄的影响等方面展开了提问,代表团成员纷纷发表了自己的看法和意见。(董菲 本报记者 李代广)

澳容四周年, 多重利好 造就优质跨境电商

2014年研发出了澳洲第一款涂抹式水光针以来,澳洲护肤品牌澳容(EAORON)持续产品创新,积极变革营销模式。日前,为品牌四周年举办的群星演唱会庆祝活动上,明星单品涂抹式水光针领衔的“EAORON大家族”集体亮相。澳容同时推出两款新品,并宣布品牌迎来全新战略升级。澳容将致力成为更贴近消费需求的跨境电商。

四年打造优质企业

澳容发展的四年,可用“快速”、“稳健”、“创新”来概括。

2014年成立伊始,澳容开始研发创新纯天然、安全高效的功效性时尚护肤美容品。2015年,澳容研发的澳洲第一款涂抹式水光针通过检测获准上市,这使得澳容成为澳大利亚首个医疗美容行业的品牌。2016年登陆澳洲最大连锁药店澳洲大药房,年销售量突破1000万支,创下澳洲美妆单一产品出口量第一的销量,被称为近年来澳大利亚本土市场最受欢迎和关注的护肤品。同年5月18日,通过中国质检总局下属机构中国检验检疫,并将其列入“输华商品溯源系统”和配发认证标志。2016年6月10日,澳容与支付宝达成战略合作。

目前,澳容已经分别与京东全球购、唯品会、天猫国际、网易考拉、小红书等国内主流电商平台达成战略合作协议,以跨境电商之姿强势挺进中国,并在中国的市场发展异军突起。

2018年5月3日,澳容还与中国社交电商平台环球捕手在其位于悉尼总部举行战略合作签约仪式,利用环球捕手信息内容化、流量场景碎片化、推广渠道媒体化的优势,共享中国市场消费升级的红利。

多重利好激活潜力

随着中国对外贸易的开放程度不断加大,以及新零售等创新商业模式兴起,海外商家亦开始转型升级、快速落地,试图激活行业潜力,在中国市场提高自身竞争力。线上品牌依托自身优势领军竞争,线下企业亦不甘落后积极跟进。在营销渠道方面,大胆践行网红+电商的商业模式。

中澳自由贸易协定持续带来利益。作为澳大利亚最大的贸易合作伙伴,中方削减或取消关税,提振了澳大利亚的出口数量。这将为澳大利亚出口商及其供应商带来新的推动力。这些针对澳大利亚产品的关税将逐年递减,直至为零,继续提高中澳自由贸易协定,为澳大利亚产品带来前所未有的竞争优势。

持续创新增长发展动力

未来,澳容将继续利用政策红利、拥抱新的零售业态,提高人货匹配度的同时,带动生产端的升级调整。

全球化妆品市场潜力巨大,机遇无限更充满挑战。2018年是澳容品牌全面升级的一年,在产品研发方面,澳容将坚定不移地以科技立身,强化“澳洲医美极客”的品牌形象;在品牌营销方面,大刀阔斧地走娱乐营销之路,达到品效合一,让产品和品牌实现快速增长。

澳容将继续加大营销方式的数字化创新,计划扩大产能,满足通过互联网放大的市场需求,积极利用新零售商业模式包含的新兴推广方式,来提高人货匹配效率。通过电商平台、直播营销等方式,高速精准对接中国等海外市场和消费者。

(杨光)

关乎企业生命的质量问题绝不容忽视 王开馥、赵富刚现场办公处理紧急问题

10月19日上午十点半,茅台保健酒业公司党委书记、董事长王开馥,党委副书记、副董事长、总经理赵富刚在收到员工反映包材问题后第一时间赶往茅台二厂包装车间,现场查看包装材料出现的问题,了解相关情况,并主持召开现场办公会。

会上,王开馥、赵富刚听取了包装车间、质量管理部、生产管理部、物资供应部相关工作人员的情况汇报。

针对本次出现的原材料供应问题,王开馥、赵富刚提出了严格要求:一是供应商要加强诚信合作,保证原材料质量;对于本次材料供应出现的质量问题造成的各种停工、返工等损失,供应方要全权负责,要以最快的时间提供合格的原材料,尽快投入生产。二是质检部门要加大对供应材料的抽检力度,扩大抽检范围,优化抽检环节。三是生产各相关部门要尽快梳理近期出现的包材问题,物资供应部门要召开专题会议,对各类问题进行汇总,并将问题反馈给供应商,从



● 王开馥

源头上解决原材料质量问题;要加快制定供应商管理办法,强化供应管理工作,加大对供应商的考核力度,如果供应方出现两次以上原材料质量问题,立即终止合作关系,取缔供应资格。

会议强调,质量是企业生命,绝不能马虎,包装材料的质量问题更是不可忽视,相关



● 赵富刚

部门工作人员要本着高度负责的态度,发现问题及时协调处理。公司各部门一定要统一思想,凝聚共识,切实做好生产保障工作。

会议还透露,公司将对前三位积极发现问题、反应问题的员工给予每人500元的奖励,并通报表扬;对本次出现问题的供应方给予通报批评。(姜艳)

北京旅游业专家团实地考察调研安宝乐

■ 本报记者 许强

耳听为虚,眼见为实。10月18日,北京旅游业专家考察团莅临温州,开始为期三天的考察调研温州安宝乐鞋业科技有限公司的活动,活动主旨为“温州行安心行”。专家们亲身体验了安宝乐最新止滑科研成果,对新止滑材料与鞋品的结晶——安宝乐止滑鞋的止滑效果大为感叹,颇感“安心”。

北京旅游行业专家考察团由北京市旅游行业协会副秘书长、北京市旅行社协会秘书长文威,京事航旅行社联盟秘书处干事、北京丰联文化发展有限公司总经理、伍派克信息科技有限公司总经理王海燕,北京市旅游大联盟副秘书长、北京市登山协会副主任、中国旅游集团中旅体育旅行社总经理庞云兵,北京市旅行社协会地接委员会副主任、北京中远国旅总经理庞杰,北京市旅行社组团专业委员会副主任、北京市登山协会副主任、人在旅途文旅集团(北京)总经理、北京千禧旅游网总经理宋建华等专家组成,安宝乐创始人郑国超一路陪行。

19日上午,考察团专家参观了安宝乐公司。

刚进安宝乐公司,庞云兵被安宝乐展示厅的三个不锈钢组装的斜坡吸引,好奇地站上去问:“这个放在这里有什么用处?怎么还是斜着放的?”郑国超解释:“这是我们的体验台,上面倒点水,您在踩上去试试。”

安宝乐公司董事长助理莹莹立刻拿起喷壶,在体验台上喷上清水。庞云兵穿着自己的鞋子上了体验台,左脚下一滑,紧跟着右脚也左脚下一滑,连忙紧紧抓住了体验台不锈钢扶手。



● 考察团专家全部穿上了安宝乐飞织休闲鞋,在温州市楠溪江、雁荡山等旅游景点进行了安宝乐飞织休闲鞋的体验行

随后,庞云兵下了体验台,脱掉右脚的鞋子,穿上安宝乐的家居拖鞋,再一次站上了体验台,一体验,庞云兵很惊讶:“噢!这鞋好,穿这鞋都不会滑下去啊!你看我我自己的鞋子又已经开始下滑了。”

“我们是专业做止滑鞋的,止滑效果当然要立竿见影。上油、上洗洁精给庞总再试试。”郑国超自豪地说。当洗洁精倒在了体验台上,庞云兵二话不说,抬起左脚踏上了体验台,庞云兵左脚穿的是自己的鞋子踩上体验台,而右脚还没有踏上,他快速下滑,庞云兵连忙把右脚踩在了体验台,便稳稳地站住了:“嗨!神奇,这鞋子在这上面像粘住了一样。”

听到庞云兵这么说,宋建华挤了上来,穿上安宝乐止滑鞋说:“我来试试安宝乐的鞋子。”站上倒了洗洁精和油的体验台上,宋建华伸展双手,稳稳地站住了。他说“百闻不如一见,百试不如一用,这鞋我要带走了。”

体验完止滑鞋,专家们坐下来,听取了安宝乐科研的详细汇报。

据郑国超介绍,安宝乐是一家以高性能

止滑材料技术研发及转化为主的创新型科技企业。目前,由中韩日三方专家联合组建的安宝乐研发团队,已成功研发出系列高性能止滑材料,该技术已申请国家专利。同时,安宝乐将研发创新后的第二代止滑材料运用制鞋行业,成功研制出老人止滑鞋、儿童止滑鞋、家居止滑鞋、孕妇止滑鞋、特殊工种止滑鞋等八大系列鞋品,现已逐步上市。

旅游行业是行走最强的行业,旅行安全一直是旅游行业最为关切的重点,每年都有很多人因旅行滑到而导致伤害。为此,安宝乐产生“让旅行者安心行走”的使命感,其科研成果——止滑鞋给了旅行者一种行走安全的喜悦,也引起了中国旅游行业人士的关注。目前,安宝乐正研制三代止滑材料,不久将用于安宝乐止滑鞋工艺上。

会后,考察团专家全部穿上了安宝乐飞织休闲鞋,在温州市楠溪江、雁荡山等旅游景点进行了安宝乐飞织休闲鞋的体验行,亲身感受了安宝乐运动鞋超强的止滑效果,体验后,对安宝乐止滑鞋大为赞叹。

据悉,安宝乐公司研发的第二代特种止滑材料,在防滑系数等指标上,已经超越欧洲防滑指数的2-3倍。

文威秘书长调研安宝乐后认为,安宝乐公司将科研材料用于鞋品制造,真的不错,北京每年旅游流量有1.8亿人,可以成为安宝乐止滑鞋的目标市场。温州正推出十大举措,为创建好全国首个新时代“两个健康”先行区,在全国范围内促进“两个健康”探路开路。希望安宝乐公司继续前行,科技创新,造出更好的科技产品。

▶▶▶ [上接 P1]

在戈壁上掀起 智能革命

改造传统,物的革命带来人的提升

用现代技术对传统行业进行改造,不是传统行业自身由低向高发展的必然结果,而是对当代电子信息新技术的横向移植。引进、吸收和消化新的技术,将对生产、技术、工艺和管理带来了革命式的颠覆和改变。三厂人走的是国内油田没人走的道路,并在这条路上得到了提升。

因为专业所限,国内的高科技公司对油田开发了解并不全面,而油田技术人员,对智能化技术还缺少认识。这场智能化的革命要求全体职工在技术上进行攀登,通过艰苦的知识更新,提升自身能力,实现企业转型升级。

一区采油工程师曹磊,今年31岁。来油田工作已有8年。2015年秋的一天,领导突然找她谈,让她参加西北油田分公司组织的信息化建设人才培养系列培训班。她问领导:我干采油干得好好的,为什么让我转岗?领导回答:正是因为你干采油干得好,才觉得你能干好信息通讯,也就你适合转岗,没余地,不商量。她说自己等于又回到让人煎熬的高考时代,通宵达旦地钻难题,夜不能寐地啃书本,成了那两年生活的常态。2016年7月,采油二厂作为集团公司智能化油田建设的试点单位开始运作,而管理一区所辖的八区是试点中的试点。她担任了这个区的信息管理组组长。

在管理方面,一直从事采油生产的技术人员,要熟悉合同法规,项目运作,还要掌握对新技术的遴选、甄别和施工质量的管理,实现既定的功能目标,这难度并不比直接从事智能油田研发难度小。2013年大学毕业的陈鹏飞,是三厂信息化智能小组的骨干,在大学也是学的石油工程,他说虽然也学过计算机软件编程,但真要履行甲方管理的职责,并前瞻性地对行业的高度思考对智能化的建设,可是个几乎完不成的任务。但是组长李俊说:别指望有谁替你智能化,我们能学多少,掌握多少,能干多少才是三厂真正智能化的实际水平。陈鹏飞从网购教材开始了从基础学习。去年获局油气生产信息化竞赛个人赛一等奖,今年再获局油气生产信息化竞赛个人赛一等奖以及团体赛二等奖。在工作中,他参与无人值守撬装注水泵系统技改项目,获得局技改革新三等奖。尤其是他编写的管理创新成果展示论文《智能油田模式下的并站一体化管理实践》获局一等奖,成为目前三厂并站一体化建设的蓝本。

一个智能化,带来了三厂人知识的更新和岗位的变化。整个三厂全体职工全部转为管理和技术岗位。

创新不止,迈向未来天地宽

采油三厂负责信息技术开发的周全副总工程师是这样展望智能油田3.0的:全面感知、全景生态、自动预警和智能优化。

2013年之前,他还以为智能化不过是“电脑+机械”而已,现在他对智能化有了全景式的视野,成了三厂信息化的领军人物。他带领技术人员在智能技术的前沿攻关。去年三厂成功建设了“10-6并站一体化”示范区,才真正走上了智能化1.0的道路。该并站智能集成了应用参数远程传输、抽油机远程启停、无人机巡检等新技术成果,成为管理比转站、单井、管线协调运行的指挥平台,运行时效提升60%,一年就可节约人工成本69万元。示范区实现了组织机构的扁平化压缩,“管理区管站并井区、计转站管单井、管理区监督过程”的转变,对生产运行管理模式实现了颠覆性的变革。此后,他们按照该智能模块进行复制,以点带面逐步开始了8-3、10-2、TP-1、TP-10、TP-2、TP-11六个站点的并站一体化智能管控建设,从而实现并站一体化的智能全覆盖。

在软件开发领域,尤其是在油气藏描述、采油技术创新方面更是从无到有,实现了质的飞跃。他们创造性地提出了符合缝洞型油藏特征的“332”动态分析法,这个方法就是建模:他们采用深度偏定位,分频定横向,波阻抗反演定纵向,挖掘物探数据的三种方法,改良了从物探的“冷冻电子显微镜技术”,解读酸压曲线,能量指示曲线、注水指示曲线开发数据,创造出了让油藏“发声”的“三线琴”,从而分析单位压降产油量、单位压降耗水量两项参数,寻找到了让效益显形的两个“聚焦点”。

目前,他们正在做的重点项目有三个,一是物图智能诊断,基于实时参数、油藏物性、管杆组合、井斜轨迹等数据,建立具有自学习功能的单井故障诊断模型;二是以“产量、能耗、效益”最优化为目标,建立相应专业的能耗模型;三是依托GIS,建设油气集输、注水、注气、掺稀等专业系统监控,实时感知各层级油气生产运行动态。

现在,他们早已没有了开始时的茫然和被动,而是根据科学规划,一个脚印地向智能化油田迈进。