



北方重工 新型煤炭行业 施工装备 打响品牌

■ 曲明迪

近日,方大集团北方重工再传捷报,为山东新汶矿业集团 10km 煤矿巷道工程设计研发的 EQC6330 全断面掘进机,在地质条件复杂的 1000 米地表下顺利完成 200 米试掘进。这是继 2014 年为淮南矿业集团开发了世界首台煤矿岩巷全断面掘进机后,北方重工全断面掘进机市场应用的又一成功案例,打响了新型煤炭行业施工装备的北方重工品牌。据介绍,EQC6330 煤巷全断面掘进机是北方重工自主研制,具有完全自主知识产权、应用于大埋深、长距离煤矿岩巷施工的大直径全断面掘进机,是我国第一次引领世界煤矿岩巷施工重大技术变革的技术装备。

实际上,该项目的成功实施正是公司整体变化的一个缩影。完成司法重整和混合所有制改革,加入辽宁方大集团实业有限公司启动全面改革 6 个月来,北方重工经历了脱胎换骨的历史性重大变革,正以崭新的面貌开启新的征程。

北方重工历史悠久,在国际、国内重型机械制造行业有着重要地位。但近年来,受制于传统老国企陈旧落后的思想观念、封闭僵化的体制机制、与市场脱节的管理方式等重重阻碍,加之近年来行业市场剧烈波动,北方重工经营发展陷入严重亏损境地,企业背上了巨额债务负担,大批员工面临失业风险。

2019 年 4 月 30 日,按照党中央、国务院关于推进东北振兴和深化国企改革的精神,在辽宁省委、省政府和沈阳市委、市政府的正确领导和大力推动下,北方重工顺利完成司法重整和混合所有制改革,方大集团依法成为企业第一大股东,过去沉重的历史包袱和债务问题也通过重整和混改一举得到彻底解决。作为战略投资者,方大集团为北方重工带来完全市场化的体制机制、雄厚的资本资源优势 and 全新的经营发展理念,通过运营体系的重构、管理制度的梳理、技术研发的升级、市场资源的恢复等一系列措施,推动企业深化改革,增强发展动能。北方重工再次焕发出勃勃生机和活力,成功承办第六届中国国际砂石骨料科技大会、隆重召开海外代理商大会、精彩亮相第十八届中国国际装备制造博览会,先后签订海内外项目订单 10 亿多元。千部员工队伍又点燃了久违的创业激情,公司上下团结一心、众志成城、哈腰实干,誓创北方重工新辉煌的工作氛围正在加速形成。

面对全新的发展契机和广阔的市场舞台,北方重工凭借深厚的技术底蕴和人才储备深挖潜能,以技术创新为发展方向,加大研发力度,特别在煤炭巷道施工领域进行了革命性的创造,针对煤巷掘进锚杆机要从巷道中心打通、设备要求极高的实际,率先将 QMJ4260 矩形煤巷掘进机、QJYC045M 煤巷掘进机等全断面掘进机应用到煤矿巷道施工领域,成功研发出新一代 EQC6330 全断面掘进机,在世界煤炭领域开创了煤巷施工的新装备、新工艺、新时代。

设计理念和方法上的先进性,使得 E-QC6330 全断面掘进机具有传统工法无可比拟的巷道掘进施工适应性,最大施工坡度可达到±10°,最小转弯半径 200m(国内最小),并可满足 40-200MPa 岩石硬度的施工。传统工法下,当围岩硬度超过 80MPa 时,悬臂式综掘机就无法胜任施工了,而全断面掘进机在这种工况下没有任何阻碍,实现了巷道施工工艺革命性的突破。据介绍,全断面煤矿巷道高效掘进机在煤矿开采领域的推广和应用,将会给全国的煤炭企业带来新的技术革命,同时也带来巨大的经济效益和产业利润,将会成为整个煤炭施工领域的下一个发展方向。

EQC6330 全断面掘进机成功开发和市场应用,标志着北方重工盾构机产品紧跟市场需求,研究开发新型煤炭行业施工装备,实施差异化竞争战略迈出了重要步伐。随着北方重工煤巷全断面掘进机市场应用案例的丰富,更加坚定了煤矿行业用户对这类新型产品的认知和信心。面向未来,北方重工将加大对煤矿岩巷掘进机研发投入,开发出更加安全可靠、智能化程度更高的新型产品,引领世界煤巷隧道施工装备领域的前沿科技创新,在煤炭施工领域打响品牌,牢牢占据市场竞争优势地位。

中茶:70年砥砺前行 见证国茶振兴历程

■ 沈美 张欣烁

变迁,风云际会间,一杯浅浅的清茶历经了 70 年的时间洗礼。

从一杯普通日常的饮品到走出国门,成为国际盛事中必不可少的茶饮,中国茶叶有限公司(简称中茶)用执著的拼搏精神与坚定的文化自信将中国茶叶逐步推向海内外,在促进对外合作,加快经济建设的同时,更通过自身品牌的输出将中国的茶文化源源不断地向世界传播。

如今,茶,已经成为世界认识中国的一堂必修课,更成为代表中国软实力、具有特殊意义的文化符号。

半个多世纪以来,中茶产品多次作为国礼飘香海内外,同时,其还在 2014 年 APEC 会议,2017 年“一带一路”国际合作高峰论坛,2017 年金砖会议等国家级会议重要场合中,凭借优质的品质,获得了海内外客户和消费者的认同和信赖,成为中国茶叶的象征,享誉世界。

出口创汇 扶贫助农

中茶作为伴随新中国成长的企业,它的成长历程也是新中国成立后茶叶行业的发展历程。

建国初期,百废待兴,几乎所有产业都面临着从零开始,想要开始做,做好、做标准、做出价值,以当时的条件看,异常艰难。

1949 年 12 月 1 日,中国茶叶公司正式办公。时任农业部副部长、后被尊称为“当代茶圣”的吴觉农同志出任第一任经理。

当时茶产区分散,小农作坊式的销售情况居多,茶叶没有标准,在当时更谈不上品牌,生产和市场环境对于新生的中茶来说严峻异常。

作为新中国成立的第一家茶企,中茶这个“第一”代表着勇敢,更意味着面临巨大的困难和风险。中茶成立之初,一大批先辈奠定了新中国茶产业发展的基础。“当代茶圣”吴觉农出任中茶首任总经理,同时还汇集了黄国光、庄任、冯绍裘、张天福、于宝森、施云清、王郁风、胡浩川、陈应明、方翰周等一大批茶界著名专家。集众人所长,合众人之智,中茶以惊人的发展速度不断飞跃。

六年,中茶交上了一份令人震惊的靓丽成绩单:1950-1955 年中茶投放收购金额共计 3.54 亿元(新币);上缴利润 1.44 亿元。先后组建大行政区的区公司、办事处 5 个省、自治区分公司 26 个,支公司、营业处 34 个,精制加工厂 51 个。与此同时,在 1955 年,中茶茶园面积为 28.87 万公顷,比 1949 年 15.47 万公顷增加 87%;茶叶产量为 10.80 万吨,比 1949 年 4.10 万吨增加 163%;收购(中茶公



司)为 9.75 万吨,比 1950 年 3.35 万吨增加 191%;内销为 5.65 万吨;出口为 3.11 万吨,比 1949 年 0.99 万吨增加 214%。其中对苏联和东欧国家出口 1.46 万吨,占我国出口总量的 47%;对亚非拉美和西方国家出口 1.65 万吨,较 1950 年 0.32 万吨增加 4 倍多。

到了 1990 年,我国茶业一改建国初期生产凋敝、出口萎缩的衰落局面,整个产业呈现出欣欣向荣的发展态势。

如今,面对精准扶贫的重任,中茶再次展现企业担当,其以“公司+供应商+农户”的合作形式大量收购茶叶主产区原料茶,直接带动着当地茶叶经济的发展,为当地茶农创造经济效益。

戮力创新 成就国饮

七十年发展历程中,一代代的中茶精英们,不断推陈出新,创新传承,他们用不断的创新为中茶卓越品质保驾护航,书写着中茶人的自信与骄傲。

1964 年,为提高白茶的茶汤浓度,适应我国港澳市场需求,中茶福建公司以庄任、刘典秋等数位技术骨干组成的专家小组指导下,成功研发新工艺白茶。当时,中茶福建公司在福鼎白琳茶厂正式确定了白茶的新工艺制法。时至今日,随着工艺技术的不断成熟,新工艺白茶的口感与品质被越来越多的人所喜爱。

1973 年,中茶云南公司及旗下昆明茶厂在吸收、借鉴粤港茶叶加工工艺基础上,首次研制成功普洱茶“熟茶”人工渥堆后发酵工艺,实现了普洱茶产业的革命性创新。1978

年,昆明茶厂组织制订普洱熟茶加工工艺并推广全省,这一技术再次推动了中国普洱茶产业发展。

2015 年,中茶安化黑茶项目完成了黑茶匀堆发酵设备样机的研发试制工作,彻底改变了黑茶行业落地发酵的传统工艺,真正实现了黑茶发酵环节的自动化、清洁化,更好地控制菌种中冠突散囊菌数量与质量,使黑茶产品从传统产品向高科技、差异化产品突破,极大程度上提升茶产品的附加值和产品的市场竞争力。

一代匠人,不变匠心。自吴觉农从正史、人才培养、研究、种茶、制茶、茶效、品饮等方面不断实践,推动茶产业发展,再到“茶界泰斗”张天福创制揉茶机改写揉茶历史,中茶人砥砺前行的脚步从不曾停歇,这是一代“茶”人的初心,更是后续“茶”人的坚守。

目前,中茶拥有 4 名享受国务院特殊津贴的特级茶叶大师和 28 位高级专业技术大师,他们在行业和社会中制茶技术过硬、行业贡献卓著、公信力强,极大保障了中茶公司茶叶产品的优良品质。

中茶品牌 飘香世界

从古至今,小小的一杯茶可以寄托各种无法言说的思绪情怀。

苏轼有云,酒困路长惟欲睡,日高人渴漫思茶;陆游有诗,矮纸斜行闲作草,晴窗细乳戏分茶;白居易诗说,商人重利轻别离,前月浮梁买茶去。品茶读诗,感受烟火人生。

作为中华老字号资源库中唯一一家全品类茶叶企业,中茶的理念一直很“接地气”,

欧洲品牌纷纷为中国网购上新品

■ 青木

“双 11”刚过,元旦、春节等购物节日又将接踵而至。欧洲电商企业近年来积极响应中国市场,欲赢得中国日益开放的红利。在年终购物旺季来临之际,《环球时报》驻德国特约记者应亚马逊海外购之邀,看到欧洲品牌纷纷为中国网购上新品。

德国慕尼黑是宝马、西门子等知名公司的总部所在地。亚马逊德国的总部也设在慕尼黑。亚马逊德国是亚马逊全球第二大站点。在记者探访期间,德国亚马逊的员工已经进入“中国时间”,为亚马逊海外购专门挑选了欧洲各种优质产品,并在节日活动中制订折扣。

当天,彩妆品牌 NYX、欧莱雅、多芬三大品牌代表先后亮相,向记者介绍他们为中国市场主推的新产品。随后,亚马逊海外购及亚马逊德

国与多个品牌正式达成“正品保障”协议,为中国消费者带来更多高品质的原装进口正品。

亚马逊中国副总裁李岩川表示,“自 2014 年确立国际品牌战略以来,我们充分利用亚马逊坚实的全球供应商资源和独特的跨境直邮模式,塑造 100% 正品基因,为中国消费者带来具有货源品质保障和专属定制礼遇的海量国际正品选择,助力实现‘一站放心购全球’的美好愿景”。

亚马逊德国总裁拉尔夫·克勒贝尔表示,这是中德经贸关系深化的结果。亚马逊德国以中国式的工作方式,中国的速度,为中国消费者服务,欢迎中国消费者每一个订单。

记者一行还参观了亚马逊位于汉堡的运营中心。亚马逊目前在全球拥有 18 大站点和 175 个运营中心,通过这些站点和运营中心,亚马逊让全球 185 个国家和地区的卖家和买

家得以联通。亚马逊通过高科技提升整个入柜、拣货、包装的时效。中国用户通过亚马逊海外购下单后,无论货品是存储在亚马逊美国、德国、英国还是日本运营中心,都只需一个小时便可完成订单处理并发货。

在联合利华位于汉堡港口新城的大楼里,其代表向记者介绍多款面向中国市场主推的新产品,比如高端洗护品牌花漾星球,其原料采取天然植物纯素材料,无防腐剂无色素。记者了解到,在第二届中国国际进口博览会上,联合利华就精选近 30 个品牌参展。联合利华负责人感叹,“过去一个大品牌进入中国需要两三年,如今一年就有几个新品类或者新品牌进入中国,一些大品牌也会加快推出子品牌和新品牌”。

在探访中,不管是亚马逊还是欧洲品牌,都感谢中国越来越大的开放政策。尤其是今

深耕 43 年的民族品牌实力绽放 波司登斩获“2019 年度中国上市公司杰出品牌奖”

■ 福华

近日,由金融界主办的“2019 中国上市公司创新发展高峰论坛暨‘金智奖’价值评选颁奖盛典”在北京举行。凭借行业卓越代表性及 43 年对产品和研发的执著,波司登集团斩获“2019 年度中国上市公司杰出品牌”重量级奖项。

评选委认为,企业价值方面,深耕 43 年,波司登通过在产品 and 研发的努力,让中国乃至世界用户在“寒冬”中倍感温暖的同时,也体验了到了保暖以外的时尚,同样,波司登在持续努力中也获得了可观的销售业绩和品牌价值。

企业成就方面,波司登已经名声在外,销售覆盖 72 个国家,2 亿人的选择足以证明这一中国品牌在世界的影响和地位。企业贡献方面,波司登系统的战略转型,让其成为引领行业升级的典范,成为参与全球竞争的“中国名片”。

波司登能够获得中国上市公司杰出品牌奖,其实在去年就已有了端倪。从 2018 年 9 月惊艳亮相纽约时装周,10 月携手国际三大知名设计师推出联名系列,并在新浪时尚 2018



风格大赏时装榜荣获“年度最受欢迎羽绒服”,受到国内外明星及消费者青睐和认可。据 2019 年 5 月新华社、中国国际贸易促进委员会举办的“中国品牌日”知名品牌价值排行榜中,波司登以 243.02 亿元的品牌价值、982 的品牌强度位居服装行业第一。

2018 年,波司登正式启动“聚焦主航道、

聚焦主品牌、收缩多元化”的战略转型,进行品牌重塑。随着回归主业并加大在产品研发和制作上的投入,在国内因抢购热潮更是被推上“实力网红榜”。截至 2019 年 2 月 25 日,2018/19 财年营收同比增长 35%以上,波司登羽绒服单品牌零售额首次突破 100 亿。销量成绩亮眼外,波司登的消费者认知亦显著提

它将企业定位于“茶健康生活方式提供者”,将“国饮中茶”作为品牌主张,其将中国茶文化输出和品牌打造作为企业一直以来发展的目标。

中茶拥有新中国第一个茶叶商标“中茶牌”。绿色的“茶”字,表达“对自然与健康的向往和追求”;红色的“中”字象征生机勃勃的中华大地及“金色中华,精品中茶”的产品定位和追求,蕴含了中茶“根植中华大地,奉献自然与健康”的理念。

自 2014 年 APEC 会议开始,中茶先后赞助保障博鳌亚洲论坛、“一带一路”国际合作高峰论坛、金砖国家领导人厦门会晤、上合组织青岛峰会、首届进博会等国家各类大型活动,代表“中国品质”和“中国形象”为全球国家政府首脑提供用茶服务,持续提升中茶在世界的品牌影响力。去年,中茶将品牌建设纳入考核体系,支持各单位加大品牌线上推广,今年与新华社民族品牌工程合作,持续加码品牌影响。

如今,中茶在福建、云南、湖南、广西等省拥有十多个自有加工厂,配备国际先进生产加工技术和设备,专业化程度高,生产标准严格,坚持不落地生产,实现了从茶园到茶杯的全程监控,确保从源头把控产品品质。

70 年来,中茶向中外消费者提供了包括红茶、乌龙茶、花茶、白茶、六堡茶、普洱、黑茶、茶饮料等全品类产品。借助 1400 多家专卖店及 35000 多个零售终端组成的遍布国内外市场的销售网络,打造出畅销海内外的“中茶”核心品牌及“海堤”“蝴蝶”“猴王”“百年木仓”“沙漠之舟”“吉幸”等知名子品牌。

2019 年,中茶公司代表茶行业入选企业标准领跑者联盟,进一步制订完善中茶的企业标准,高于行业标准和国家标准,中茶力求为消费者提供一杯放心茶。

据了解,为加强渠道建设,提升市场竞争力,今年,中茶与歌德盈香成立了中茶网络科技公司,利用专业团队拓展电商渠道,探索茶酒融合,通过线上和线下全渠道布局,打造中国茶叶流通领域的新零售公司。

作为向世界递出的一张中国“名片”,中茶一直向世界展现着中国茶文化的底蕴和内涵以及中国人的坚韧和自强。70 年间,中茶经历了大大小小的改革变迁,从最初中国茶叶公司的建立,到增加进出口业务成为中国茶叶出口公司,再历经改革、合并最后于 2004 年并入中粮集团有限公司,到今年完成混合所有制改革,中茶以不息的热忱和崭新的面貌开启了面向全球市场的一场持久战。

70 年的重任担当,70 年的创新不懈,70 年的砥砺前行,中茶人用双手书写了一个品牌、一个行业发展的壮丽史诗。

年以来,中国促进形成强大国内市场的系列政策落地实施,内需潜力持续释放,为积极扩大进口、优化进口商品结构提供内生动力。与此同时,有利于进口关税和营商的政策也接连出台,与内需形成合力拉动中国进出口贸易的快速增长。中国“买全球”的持续开放步伐也迈得更大。

跨境电商作为中国消费者“买全球”的重要渠道,也积极参与其中。艾媒咨询的数据显示:2018 年中国海淘用户已突破 1 亿,预计 2019 年跨境电商市场交易规模将突破 10 万亿元。

“中国依旧是推动全球经济发展的重要引擎。尤其是近两年一系列有利于进口贸易的关税和市场政策的出台,正加速这个世界经济引擎的运转,由此带来的实质性红利也不断溢出。”亚马逊中国副总裁李岩川认为,“这是新机遇更是新挑战”。

升:2018 年 11 月,据全球前三的市场调研机构益普索数据显示,波司登品牌认知度高达 97%。

在刚刚落下帷幕的天猫双 11 活动中,就整体销量增长而言,波司登天猫旗舰店销售增长较 2018 年增长 58%,活动开始第 7 分钟销售额就已破亿元,当天全网销售额突破 8 亿,全渠道销售额更是突破 10 亿元。在商品层面,今年双 11,波司登天猫店高客单商品(1800 元以上)销售额同比提升 1 倍有余,潮流和奢华人群购买人数同比提升约 70%。表明随着品牌升级,波司登产品在向中高端转型过程中获得消费者的广泛认可。

对于未来品牌规划,波司登集团董事局主席兼总裁高德康先生曾对记者表示:未来波司登还将坚持创新、高举高打,再创品牌辉煌,让中国品牌走向世界、享誉世界。目前,波司登正以大国工匠的标准,推动品牌重塑升级,也将凝聚中国品牌力量,促进中国品牌高质量发展。

据悉,本次评选是根据企业经营表现、财务状况、投资者关系和品牌建设等相关指数数据结合金融界评价指标体系,发现企业价值、评价企业成就、褒奖企业贡献。