

专注打造国民品牌 东风纳米成东风智电 转型关键一步

继东风风神、东风 eπ 两大品牌后,东风公司又推出了国民纯电专业品牌东风纳米,这是东风公司在汽车发展整体向智电时代转型升级关键期迈出的关键一步。

做强做优做大“东风”品牌 纳米乘风启程

2023年8月23日成为东风公司以“东方风起”计划为指引,实施科技“跃迁行动”之路上添墨重彩的一笔。当天,一场以“东风纳米”为题的品牌发布会在成都举行,东风纳米品牌专属平台东风量子架构 3 号平台首款车型纳米 01 迎来首秀,这意味着,东风公司旗下“东风”品牌迎来了继东风风神、东风 eπ 两大产品品牌外的第三大产品品牌,“它是东风公司科技跃迁再结硕果,做强做优做大‘东风’品牌的重要一步。”东风汽车集团有限公司副总经理、党委常委陈昊激动地说。

五十四载栉风沐雨,春华秋实,作为汽车行业“国家队”,东风公司在中国汽车发展史上的位置举足轻重,这不仅源于其成立之初的特殊身份与使命,也源于后来东风公司在市场转型大潮中总结经验,思考创新,紧抓机遇,适时推新,在时代大考中“快答题”“答对题”的必然成果。

在擦亮民族汽车品牌的征程上,东风公司于 2009 年推出东风风神品牌,拉开了东风自主乘用车品牌的序幕。2023 年 4 月,东风公司发布旗下以科技与变革为内涵的全新电动系列品牌东风 eπ,全面开启电动化转型发展新篇章。而在众多车企纷纷向新能源领域深入挺进的关键期,东风公司“再添一笔”,8 月 23 日,东风纳米品牌应运而生,它诞生于东风向新能源转型的关键期,它的出现不仅是东风公司进一步尊重市场、适应市场之举,也是东风公司在激烈竞争下突出重围,抢占高地的关键一步。在市场环境你追我赶、优胜劣汰的当下,在消费者购车需求升级的如今,东风人深知,东风纳米“迈对下一步”有多重要。

下一步怎么迈?如何在短时间内立住脚?东风纳米品牌的计划直接且直白:以“极致精神”为用户打造“极致美好”的出行体验,这在品牌名称中亦有所体现,它既寓意东风纳米心系十几亿消费者,也寓意要用极致产品回馈消费者,这也是“打造国民品牌”反复被东风纳米提及的缘故。

四维“极致”打造美好出行体验

对于“国民品牌”,不同的人有不同的阐释与理解,但其中一个观点颇受赞成,即:国民品牌不一定是大众品牌,但它一定是拥有国民价值观的品牌。

为做好国民车,东风纳米选用最直接的方式——直接去问购买者。在品牌相关产品研发问世前,东风纳米用“百位用户共创”“千位工程师制造”“万名用户参与”的方式,与近 400 位用户、2038 位工程师深度共创,31869 位用户参与讨论,过程中规避科技堆砌,专注本质需求,以此确保产品的科学合理性,这些准备为其打造国民品牌打牢“地基”,指明方向,最大程度符合国民价值观。

调查结果显示,民众购买私家车意愿增强,消费者对于车辆质量、驾乘安全、车内空气是否健康、厂商服务能力与数字化能力更为看重。

提出需求、满足需求。东风纳米品牌为自身打造极致空间、极致安全、极致能效、极致智控四大“极致”优势,并在发布会上,基于其专属的东风量子架构 3 号平台进行了解析:量子架构 3 号平台以短前后悬设计实现空间零损耗;承载东风公司央企品质,通过高强度钢、电池毫秒级主动断电为驾乘者安全保驾护航;采用具备高集成、高效率、高精度精度的马赫 E“十合一”电驱系统,全系搭载扁线电机,让耗能低至百公里 11 千瓦时,CLTC 综合效率实现 89%;通过软硬件一体化打造极致智控,让智能座舱、智能驾驶、智能温控、智能电控触手可及。

对于以上特性,东风纳米总经理陈萌进行了进一步解析:“纳米品牌产品把前后悬尽量做短,轴距尽量拉长,做大内部空间”“东风纳米产品使用独门绝技,采用的马赫‘十合一’电驱拥有 50-120kW 大功率,动力强,电减损慢,一周只充一次电”“东风纳米品牌产品配备隐藏式门把手、无框车门,还可以一键秒变双人床,配备抽屉式储物盒”,他用“不玩概念不画饼,没有套路,以诚相待”表达“纳米态度”。

深刻洞察市场需求,东风纳米聚焦更主流、更广泛的国民人群,从家庭出游、市区代步、个人通勤、接送孩子、亲朋社交五大用户场景出发,打造极致出行体验,致力于为他们带来“灵动、精致、朝气”的品牌价值体验。“我们的品牌应用用户需求而生,与用户共创,以极致匠心,创造极致体验。这正是东风纳米的精神,以极致,向美好生活致敬。”陈萌表示。

心怀热爱向极致,行之所至皆美好。东风纳米,是东风公司深刻理解产业趋势、主动把握市场需求作出的战略选择,是东风 2025 年产销 100 万辆新能源汽车的重要力量。以“央企品质、超级架构、越级设计、星级服务”为基石,东风纳米迎风出发,为实现每个人的美好出行梦想而来。

(杨洋)

稻花香蝉联中国民营企业 500 强

9 月 12 日,2023 中国民营企业 500 强峰会暨全国优强民营企业助力山东绿色低碳高质量发展大会在山东济南举行。大会发布了中国民营企业 500 强榜单,稻花香集团连续 14 年上榜,位居 180 位;同时蝉联中国制造业民营企业 500 强榜单,名列 120 位。稻花香集团党委副书记方丽华受邀参会并领奖。

此次峰会以“坚定发展信心、推动高质量发展”为主题,国家有关部委和金融机构领导、专家学者、中国民营企业 500 强和专精特新小微企业代表等约 700 人莅临盛会,共话民营经济发展。

民营经济是社会主义市场经济的重要组成部分,撑起中国经济的“半壁江山”。近年来,面临国际国内多重经济形势、疫情防控常态化、消费场景迭变等多种不确定因素,中国民营企业始终保持昂扬奋发的状态、创新发展的韧性、一往无前的干劲,为我国社会经济稳健发展做出了重要贡献。

作为中国民营经济中坚力量,面对经济新常态,稻花香集团董事长蔡开云坚守实业、聚焦主业,在战略部署、产业升级、技术研发、市场营销、品牌文化建设等方面改革创新,进



一步优化产业、做强主业、赋能品牌,为集团行稳致远打下坚实基础。

以“高质量发展”为主线,稻花香提出奋进“十四五”、决战“双百亿”目标,不断夯实白酒主业发展根基,提升企业核心竞争力;带动现代物流产业发展,构建市场采购贸易产业链和生态圈,辐射区域城市群经济建设;延伸白酒产业链,促进配套产业不断提升,打造了一批国家高新技术企业;推进文旅融合、酒旅

融合,以产业创新助力乡村振兴,共创幸福美好生活。

以科技创新为驱动,稻花香实施产业链质量提升行动,构建“1+1+N”标准化管理模式、“四全”食品安全管控模式,提升品质、严控质量、保障消费安全,稻花香成功摘得湖北省第九届长江质量奖;全国首创麝香型白酒生产工艺,以麝香品类抢占白酒发展新赛道,建设万吨麝香型白酒智能化酿造基地,培育

中国二十冶安徽公司 2023 年“质量月”活动全面启动

在全国第 46 个“质量月”之际,为全面贯彻落实中国二十冶有关“质量月”活动部署,安徽公司紧紧围绕中国二十冶“脚踏实地夯基础 踔厉奋发创品牌”质量月主题,积极响应、快速行动,全面启动“质量月”活动,以系列活动深化质量提升,提高项目质量管理水平,为公司高质量发展奠定质量基础。

编制方案、启动仪式, 吹响质量提升“冲锋号”

凡事预则立,不预则废。为确保“质量月”活动有序落地、有效实施,安徽公司紧紧围绕中国二十冶“质量月”活动方案要求,精心策划、认真制定了安徽公司“质量月”活动方案,对“质量月”系列活动进行全面部署,旨在推动“质量月”活动落实落细落地。

8 月 31 日,安徽公司组织召开了“质量月”启动专题会,吹响了质量提升“冲锋号”,插响了质量行动“出征鼓”。在启动会上,重点解读了中国二十冶及安徽公司“质量月”活动工作重点及具体措施,进一步明确目标、细化任务、落实责任,以保障“质量月”活动在各项

目不打折扣、不降标准落地执行,确保质量管理工作形成上下联动、齐抓共管的强大合力。会上还组织开展了签字仪式,与会人员“质量月”主题横幅上郑重签字,承诺定会时刻牢记质量职责,提高质量意识,严格执行公司的质量管理各项规定和标准。

扎实推进、如火如荼, 奏响以月促年“主旋律”

计划是行动的前提,执行才是行动的真谛。伴随着启动仪式的举行,安徽公司 9 月“质量月”也陆续拉开序幕,各项“质量月”活动如火如荼推进。

积极响应,主动配合。9 月 2 日-3 日,中国二十冶组织开展 2023 年项目管理总结交流会及标杆项目观摩活动,安徽公司东台晶澳项目作为集团极速建造类示范项目,以《极速建造保履约 标准厂房树新碑》为主题做了经验交流,总结分享了极速建造类项目管理实践经验,为破解项目高质量建设瓶颈制约提供方向和指引。9 月 10 日,中国二十冶科技管理部组织开展省部级工程质量奖深度解

读培训及工程观摩活动,安徽公司组织公司技术骨干员工参加,并积极参与质量创优经验交流沟通,重点分享“黄山杯”创奖经验,助力企业通过创优创奖进一步夯实质量基础、做强企业品牌、提升市场竞争力。

扎实推进,强化执行。项目是质量管理主战场。安徽公司紧紧围绕“一切工作到项目,一切业务上平台”工作方针,要求各项目部立足自身实际编订项目部“质量月”活动方案并开展“质量月”启动仪式,推动“质量月”各项活动在各项目落地生根。各项目部严格执行、广泛发动、精心组织,通过开展观看质量管理相关警示片、“质量月”主题横幅签名、制作宣传展板等形式多样的“质量月”启动仪式,进一步提升了全员质量管控意识,营造了“人人关注质量,人人重视质量,人人追求质量”的良好氛围。

质量是企业的立身之本,是企业发展的“金钥匙”。接下来,中国二十冶安徽公司将以本次“质量月”活动为契机,以月促年、形成长效、常抓不懈,坚持工匠精神,打造精品工程,树牢质量强企意识,助推企业健康高质量发展。

(胡丹丹)

第二十二届中国科学家论坛即将开幕

近日,中国科学家论坛组委会发布了《关于召开第二十二届中国科学家论坛的通知》,定于 2023 年 9 月 23-25 日在北京举行会议主题将围绕推进产学研协同创新联合体建设,构建中国式现代化产业生态体系展开交流。届时将邀请国家有关领导人、相关部委领导、科 学家、院士专家出席。同时主办方表示还将相继召开四新峰会、五链耦合峰会、G6 科技合作峰会等相关活动。

中国科学家论坛创办于 2002 年,是由著名科学家、时任全国人大常委会副委员长、中国科协主席周光召院士题写会名并担任论坛创始主席,是推动创新驱动发展和科

技成果转移转化的重要平台。党的二十大和今年全国两会,均突出和强化企业科技创新主体地位,坚持把发展经济的着力点放在实体经济上。在新形势下,中国科学家论坛实现了从“学术交流平台”向“科技赋能平台”的转变,积极构建企业创新联合体,推动科学家精神和企业家精神的深度融合,为我国高质量发展和中国式现代化发展贡献力量。

据了解,本届论坛共设置优秀成果奖、突出单位奖和先锋人物奖三类奖项。其中“金融行业先锋人物”奖被广泛认可为金融领域中最具含金量的奖项之一,被誉为中国金融界的“奥斯卡”。该奖项在全国范围内进

行甄选,每届获奖名额不超过十位。评选过程严格、公正,一般由科学家、工程技术人员、企业家等多方面的专家组成评审委员会,根据一系列客观的标准和评判体系,对候选人进行全面的评估和筛选。这确保了只有最出色、最具影响力的金融专业人士才能获得这一殊荣。获得“金融行业先锋人物”奖的个人,都是在金融领域中享有盛誉的杰出人物,是引领金融创新和变革的先锋,他们的贡献对金融行业的发展带来了深远影响。“金融行业先锋人物”奖不仅代表着对个人卓越成就的认可,也彰显了金融行业的精英们在塑造未来金融发展中所承担的重要角色。

(杨涛)

深耕医美行业廿五载 还求美者桃李容华——记杭州洛娃医疗美容诊所创始人张羽

■ 王杰

1998 年初入美容界至今,25 年的从业经历早已让张羽从小白蛇变成了医美界默默深耕美学与健康的资深老师,并通过不断地学习,张羽也收获了医美咨询师、健康管理师、茶艺师等从业资格,现任杭州洛娃医疗美容诊所有限公司创始人、鸿裕健康管理咨询有限公司 CEO、億美医疗咨询院长、五阶抗衰老管理首席设计、《衰老与疾病》公益讲座发起人、中国美学相学联合设计理念创始人。

早在 17 岁,张羽就在表姐的陪同下第一次踏上变美之路,做了埋线重睑术。毕业后,张羽遵从内心选择,前往西安中医美容科学习中医美容,并成立了自己的第一家医美诊所,致力于解决女性斑与痘的问题,在短时间内快速收获了一批忠实客户。一年内门店面积就扩大到 300 多平,集美容、美发、减肥于一体。然而因为管理经验较浅,经营不善导致收支失衡,张羽意识到自己的能力无法驾驭企业的发展——第一次创业,失败告终。

关闭门店的张羽倍感失落,整整一周足不出户,总结分析自己失败的原因所在:从业经验以及管理能力还不够,需要不断提高自己的综合能力。后来在朋友的介绍下来到杭州,并在毛戈平彩妆学院学习,培养自己的审美意识,为提高自己的能力,还应聘化妆品厂



●杭州洛娃医疗美容诊所有限公司创始人张羽

家讲师,全国各地巡讲,学习吸收他人经验。从业多年,张羽也见过许多医美医疗事故,那些额头溃烂,脸部浮肿的求美者不得不再次手术,只求修复,这是她不愿看到的。为帮助每一位求美者调养健康的身体,塑造动静皆美的外形为目标,让每一位求美者打开自己身体的密码,获取最美的自己,2023 年,张羽坚定医学严谨科学态度,成立了杭州洛娃医疗美容诊所。

“洛娃(Lovia)是一种典型的中西方美学结合的名字,是德国莱茵河流域一个小众的

女性名字,有‘承诺’和‘坚守’的含义,同时‘洛’在中国可以代指洛水,而洛水女神宓妃又是中国有名的美女之一,既有中国古典美学的韵味,同时兼具美感。”洛娃医疗美容诊所所以贴心的服务、专业的技术、独特的审美,让每一位求美者了解自己,在求美之路上不走弯路。

张羽明白,美,让人有了被爱的信心。然而张羽认为,自然之美才是最好的,针对求美者的需求,保留其原本的五官特色进行调整,以打造“妈生脸”为最终目的。“我的人生信条就是——您的健康与美丽,我的职责与使命。”

张羽表示,“审美观念是与时俱进的,医美市场的美容产品也是随时代更替不断更新的。”同时,消费者对于医美服务的需求越来越多元化,不仅仅是外表的改变,而是整体形象、健康状态和个性化需求等方面。“变美并不是弥补某一方面的不足,它一定是一个综合的问题。我并不会盲目附和求美者的要求,而是找出问题根源,为求美者提供综合解决方案。这就是洛娃成立的初衷,也是洛娃与其他医美诊所最大的区别。”张羽相信,随着科技的不断进步,医美技术也会不断革新与突破,洛娃已经实现人工智能的面部分析系统,对人脸进行三维重建和分析,让求美者能提前看到术后更好的自己。

发展新引擎;构建以消费者为中心的营销新体系,全面推进“燎原”战略和“131”战略,精细化运营渠道管理,让服务的触角延伸至市场末梢。

以文化建设为内核,稻花香通过党建引领航、红色铸魂,在战略布局、品牌打造、市场营销、人才培养等多领域厚植红色基因。集团创新实施“五领党建”工作法,举办“活力大讲堂”等活动,走进革命圣地红安、于都召开全国经销商年会,传承红色革命精神,赋能营销变革,凝聚厂商力量,走好新时代长征路,谱写高质量发展新篇章。

据了解,除峰会主会议外,还举行了先进制造业发展、民营企业助力乡村振兴、民营企业助力上合产融合作新生态、中国特色商会创新发展等四场平行专场活动,13 日与会代表还走进济南新旧动能转换起步区参观考察。方丽华参加了峰会及部分平行专场活动,同与会代表沟通交流了关于民营企业高质量发展的战略思考、责任担当以及商会创新发展等问题,并参观考察了泰康人寿山东公司、山东省湖北商会。

(张丽)

一东零部件公司 用质量 敲开国内外客户 的大门

9 月 11 日,笔者在长春一东汽车零部件制造有限责任公司(以下简称一东零部件公司)获悉,由于该公司产品质量稳定,售后服务好,截至 8 月底,不仅为国内排名前十的重卡汽车主机厂配套生产近 25 万套液压举升系统产品,还为一汽解放、陕汽、重汽等主机厂的出口车型配套生产 10 万多套液压举升机构产品,用质量敲开国内外客户的大门。

一东零部件公司是一家专门研制生产重卡汽车液压举升机构系列产品的企业,自 2004 年成立起,就真正把质量看成企业的生命,以高标准制造、高水准生产为发展核心,千方百计地采取措施稳定产品的质量状态。该公司建有完善的质量体系,在行业中率先通过 IATF 16949:2016 标准的质量管理体系、ISO 14001:2015 标准的环境管理体系、OHSAS 18001:2007 标准的职业健康与安全管理体系认证,成为吉林省科技“小巨人”企业和国家级专精特新“小巨人”企业。

在生产过程中,该公司推行精益生产,严格执行工艺纪律,始终把下道工序视为终端客户,即便出现小的质量问题也要进行放大大来处理,不断提升职工的质量意识。该公司建有国家级产品实验室,所有产品出厂前都要经过严格的检测。正因为该公司注重产品质量,且产品质量始终保持稳定的状态,每年都有不少老客户为其增加配套份额,并增加一些新的客户。一汽解放是一东零部件公司的老客户,经过多年的合作,认可、信赖一东零部件公司生产的产品,在国内销售的重卡汽车绝大多数都是使用一东零部件公司的产品。今年,一汽解放还专门指定一东零部件公司生产的液压举升机构产品装配在出口的重卡车型中。此外,指定使用一东零部件公司产品的企业还有重汽、陕汽、青汽等主机厂,重汽汕德卡出口车原本由一家国外独资企业为其供货,后来指定由一东零部件公司为其供货,足以说明一东零部件公司的产品质量优良,售后反映速度快。据悉,2022 年,一东零部件公司为其装车 2.5 万套产品,今年预计装车 7 万套,液压举升机构产品在重汽的配套份额已增长到 70%。“一汽解放等主机厂之所以能指定使用一东零部件公司的产品,最根本的原因是看重了一东零部件公司的产品质量,因为在他们的统计数据里面,一东零部件公司产品的售后 PPM 指标最低,其他的质量指标最好。”中方总经理丁连生说。

从 2022 年 9 月份开始,一东零部件公司为福田戴姆勒公司独家批量供货,截止到 8 月底,已为其配套 5000 套产品。为荷兰达夫生产的液压举升机构产品去年完成出口装车 2 万套,今年前 8 个月已完成 4 万套的装车任务,年底有望达到 6 万套。

一东零部件公司在获得老客户配套份额增长的同时,凭借优质的产品品质已赢得 7 个新客户的认可。东风商用车是一东零部件公司新开发的客户,通过 D600 项目成功进入东风商用车体系,同时,还获得 D760 车型和 D320 车型的产品开发权,计划今年 10 月份可实现批量装车。一东零部件公司为福田重卡 A6 项目配套生产的液压锁产品已供货 1000 套。

该公司在生产传统用车产品的同时,组织研发人员开发新能源和其他转型的新产品,不断用新产品占领新市场。去年 11 月份,一东零部件公司成功进入江淮轻卡体系后,开始为其配套液压尾板产品,今年 9 月初,作为江淮体系内的供应商,一东零部件公司成功进入江淮轻卡在顺丰速运中标的采购项目,并完成第一阶段 21 台液压尾板的交付。锁止机构是一东零部件公司新开发的新能源产品,从今年 7 月份开始为安徽华菱批量供货,并在上海玖行、宁德时代均实现批量验证。

(陈凤海)