

山推：六步推质量

■ 李婷

为全面提高质量管理水平和产品质量,推进员工质量改善活动,1月15日,山东省山推工程机械股份有限公司召开2013年质量工作暨第十届QC和质量信得过班组发表大会。山推党委副书记、纪委书记孙学科,山推副总经理李殿和等领导出席大会,此外共有来自山推各部门、各事业部及外协厂家代表等共280余人参加会议。

2012年,山推SQS系统在各事业部全面展开,各事业部积极推进,分别进行了工厂级和事业部的QC和质量信得过班组发布会,全年共完成QC课题671项,在质量改善方面取得了较好成绩。经过各单位的初评推荐,包括各事业部、子公司及供应商代表在内的41个QC课题和16个质量信得过班组参加本次发表大会,分7个会场进行,在山推总部大楼109会议室进行了颁奖典礼。

李殿和副总经理在大会上提出对2013年山推质量工作总体要求,2013年作为“质量提升年”,要大力推进SQS落地生根,全面开展6X活动。

会上,曹永信副总经理对2013年的质量工作计划进行了解读。2013年的质量工作将围绕六个方面展开,一是继续在公司内推进SQS系统。二是全力推进山推质量6X活动即降低主机早期故障6项措施,包括全面质量控制能力提升;建立员工技能成长系统;外部质量全面把握;特殊过程持续改善;液压系统故障降低;成立山推供应商交流协会,实现与山推同步发展六项内容。三是继续深入推进卓越绩效管理模

式,开展自评工作。四、继续推进主机外观质量和清洁度的攻关活动。五是建立国家级实验室。六是进一步提高供应商质量保证能力。

此次大会共评选出30个获奖QC成果、12个优秀质量信得过班组、6个优秀攻关小组和12个优秀不合格隐患发现提案。

长城电工印度办事处成立揭牌

■ 汪北

2013年1月18日,甘肃兰州长城电工在印度新得里古尔岗国家媒体中心35号楼3楼举行长城电工印度办事处开业庆典仪式。此举标志着长城电工海外市场开拓工作迈入了实质性的步伐。

长城电工天水二一三电器有限公司副总经理、销售公司总经理何建文代表长城电工致辞,并同嘉宾PANKAJ先生为长城电工印度办事处揭牌。庆典仪式由长城电工印度办事处经理狄国兵主持。

DEEPAKSHI DISPLAY DEVICE的PANKAJ先生及松下电焊机、东方电子有限公司、首钢国际工程技术有限公司、中国首钢国际贸易工程公司、平高集团有限公司、焦作市迈科冶金机械有限公司等参加展会的领导参加了长城电工印度办事处开业庆典仪式。SUN ELECTRONI等印度客人发来贺电表示祝贺。

攀钢机电分公司强化现场安全管控

■ 伍靖平

“如图所示,部分现场临时配电箱门锁有损坏,存在安全隐患,本周内必须整改完毕。”1月23日,四川攀钢工程公司机电分公司生产经营周例会用幻灯片,直观地展示施工现场存在的安全隐患。

该公司进一步完善现场安全分级管控体系,按照“等同管理”的原则,加大分包项目、劳务用工的现场安全教育和管控力度,做到“项目外委,管控不外委,责任不外委”,督促落实安全考核及管理责任追究制度,严控各级管理人员履责到位。在施工现场安全管理方面,该公司加大检查力度,重点检查施工中的高空、临边、交叉作业,严格监控重点工程中大型机械设备、钢结构吊装作业和电气施工调试作业,从施工方案

的制定、审批到现场安全措施

同捷科技与成飞集成重组求“双赢”

为拓宽模具业务营销,重组合并后两公司将在汽车设计、样车研制、模具研发制造、汽车技术研发、新能源汽车等多方面强强联手。

1月13日,停牌近三个月的成飞集成发布公告,公布酝酿已久的重组预案。预案中显示成飞集成拟支付不超过4340万元现金收购中科远东等21家企业以及雷雨成等36名自然人合计持有的同捷科技7%股权;同时拟向上述股东发行不超过3985.24万股收购同捷科技80.86%股权,发行价格12.58元/股。其意在拓宽模具业务营销。

同捷科技,作为一家优质的拟上市后备企业,向资本市场迈进一直是企业发展的重要目标。但面对现在证监会排队等待上市的企业已多达880多家,已呈现严重的堰塞湖现象。同捷科技及时响应证监会鼓励中小企业尝试多种融资渠道的政策号召,另辟蹊径,力求通过重组的方式来进入资本市场,在进行资源优化配置的同时,通过另一种战略途径实现自身更快、更好的发展目标。

此次成飞集成与同捷科技的重组预案也透露一个重要的讯息,经过内部资产重组后的同捷科技及其子公司将纳入成飞集成,主要从事汽车设计、样车试制及汽车模具制



造业务。国际模协秘书长罗百辉认为,此举可快速提升同捷科技的模具业务的产品的质量和档次,拓宽公司模具业务的营销网络,同时也能增强同捷原有汽车设计业务及样车试制业务的设计开发品质、规模及竞争力。

而成飞集成将新增汽车设计及样车试制业务等一系列产业链前端业务,更早介入客户的整车新产品设计开发项目中,为其现有的模具业务及未来多元化扩张发展形成一个良好的平台。两公司合并后将在汽车设计、样车研制、模具研发制造、汽车技术研发、新能源汽车等多方面具备优势。双方可



以实现资源共享,强强联合,优势互补,形成品牌效应的叠加,得到更广阔的市场认可,综合竞争力显著增强。此次重组是一次强强

联合的合作。此举同时宣示中国将诞生一家具备核心技术优势及自主知识产权的汽车整车设计航母型企业。

品牌背景

同捷科技是国内自主品牌汽车设计公司,专注于向客户提供专业的汽车设计工程服务。业务主要包括汽车研发设计、样车制造以及汽车试验等专业技术服务,现公司业务范围亦延伸至汽车工装制造领域。成飞集成是国内知名的汽车模具制造

龙源电力2014年风电装机量有望达全球第一

■ 闻柏

近日,龙源电力总经理谢长军在公司成立二十周年新闻发布会上表示,不出意外,龙源电力2014年将超越西班牙Iberdrola Renovables公司,成为全球最大风电运营商。据了解,2012年末龙源电力总部刚刚落户于安徽省合肥市。

2012年底,龙源电力云南龙潭风电场#37风机投产发电,标志着龙源电力风电装机容量迈入千万千瓦时代,而根据丹麦BTM咨询公司数据,截止到2011年底西班牙Iberdrola Renovables装机规模为1300万千瓦。谢长军指出,龙源电力的目

标并不仅仅是装机容量全球第一,而是风电净资产收益率也成为全球第一。

谢长军说,2012年龙源电力因限电导致损失13亿元,主要原因是电网结构问题。去年下半年,龙源电力限电趋势明显好转,预计今年限电损失将有所减小。然而,多哈会议召开后,预计今年风电项目CDM收益将会大幅下降,这将冲抵因限电而减少的损失。根据龙源电力目标,预计到2015年,公司风电装机规模将达到1800万千瓦,其中100万千瓦为海上装机,100万千瓦为海外装机。目前看来,完成海外装机目标将存在一定挑战。

谢长军还表示,由于龙源电力旗下生

物质发电项目亏损,公司有意择机转让旗下生物质发电项目。他说,生物质发电面临两大难题,一是秸秆收集困难,二是发电设备大多从国外引进,造价过高。因此龙源电力在“十二五”期间将不再发展生物质发电项目,并择机转让相关项目。公司网站显示,目前龙源电力生物质发电装机容量达到14.4万千瓦。

1月26日,中国风能协会理事长贺德馨在“2013中国风能新春茶话会”上表示,经过初步统计,2012年中国风电并网总量达到6083万千瓦,发电量达到1004亿千瓦时,其中新增装机容量仍会达到1400万千瓦左右。

“品牌应向对的方向走”——普田电器董事长山德罗·加图索访谈录

■ 吴卫

山德罗·加图索先生来自意大利Elica集团,现任浙江普田电器有限公司董事长兼总经理。他与笔者的对话是在平和的气氛中开始的。

合作的理由

笔者:为什么在欧洲占40%市场份额的Elica,来中国与普田合资?

加图索先生:是的,Elica在全球的油烟机市场上稳居第一位,并且是一个上市公司。在开拓中国市场时Elica有两个选择,一个是合资,一个是独资。

因为,购买企业就是在购买其历史,购买其客户渠道,如果双方没感觉,将来会很难沟通合作。所以Elica当时想,还是要自己干,成立中国分公司。但后来随着与合作伙伴的不断深入沟通,发现比较投缘,双方都感觉满意。而且我们选择的不是不知名的公司,而是在中国市场上有一定知名度,并且能和我们互补的公司。最终我们决定选择合资。

对中国市场的感受

笔者:你对中国油烟机市场有怎样的认识?有什么切身感受?

加图索先生:中国是世界油烟机的第一大市场,因此我们的团队一致认为一定要进入中国市场。同时,虽然在中国市场竞争对手众多,但最强的竞争对手的市场份额也还没占到50%以上,表明机会还是有的。中国市场很重要,尽管竞争激烈、困难重重,但我们一致相信,只要有信心就可以做好。通过市场调研,我们发现:中国消费者对产品质量、清洁等很关注,同时对价格也很敏感。这种发现就要求我们紧跟中国客户的需求调整产品策略。

对Elica品牌在中国市场的推广

笔者:您对Elica品牌在中国市场的推广有何想法?

加图索先生:我们的意大利Elica品牌产品,肯定要进入中国市场,但不会很快。经过市场调研和相关分析后,我们不是加快脚步,而是放慢了脚步。因为,我们的策略是,定位品牌向对的方向走。Elica产品本身,的定位是高端,在中国市场上我们并不想只销售进口产品,但也要保证本地生产的产品符合高端品牌在消费者心目中的期望值。我不反对外国品牌在中国生产,



©浙江普田电器有限公司董事长兼总经理山德罗·加图索

但我认为生产出的产品质量一定要和直接进口的产品品质一样。按照我们的经验,建立一个品牌需要许多年的时间,但要失去一个品牌,只要一秒钟就够了。而且,我们不想欺骗消费者,像达芬奇家具那样欺骗消费者的行为,我们坚决不做。Elica公司,已经有40年的良好形象,在产品品质上保证不会让消费者失望。

关于设计理念

笔者:意大利以创意、设计而著名,怎样把设计用到油烟机上,引领中国设计潮流?

加图索先生:生活是艺术的,产品也应该是艺术的,并通过设计师很好地体现在产品的外观和功能上。意大利的设计,引导中国市场应该不难。而中国也是艺术强国,对艺术也有独特见解,所以中国与意大利的设计结合不是难事。吸油烟机,在外形上卖的不该是简单的产品,而应该是艺术品。当然,产品不是简单的艺术品,只是好看还不够,也要实用。中国的吸油烟机因为功率大,所以消费者很重视产品噪音问题,针对这一点,我们要好好研究。这是中国消费者的需求,我们要了解并帮助他们解决。我们重视创新,不仅仅是外形上艺术化的创新,也包含技术、功能上的创新。

加强员工培训

笔者:企业合资合作后,对留下的员工如何安排?

加图索先生:合资后对员工组织架构的安排很重要。当然员工的改变是有的,但不是简单地更换服装,而是对员工进行培训、提升,让每个人都有在企业学习、提升和发展的空间。欢迎并鼓励每个员工对企业提出意见和建议,我们需要每一位员工真诚与热情地投入。

笔者:那么具体的培训计划是什么,用什么教材来培训?

加图索先生:培训一直都在进行,但系统化的培训计划正在制定中,而且是针对员工从事的具体工作来定制的。在职培训发生在每一天的相互交流中。新质量总监到位后,在工作中都有进行培训以推行其质量管理的理念;在技术方面意大利总部派人培训过,且我们用的设计软件和总部也是一样的;针对语言交流方面,公司也安排员工进行了英语学习;制造方面是我们培训的重点,也都有根据工种的不同进行分批次培训。

据介绍,普田合资后有一些变化,变化体现在高层人员上,招收其他员工上变化不大。对新引进的中高层人员,要求要有外语背景。变化更大的

搭建电子商务平台 郑州通安建材开启五金品牌新时代

■ 何达

电子商务发展迅速的今天,郑州通安建材有限公司意识到只有转变思维,突破传统的营销策略才能打开一个新天的地,于是他们积极筹措搭建自己的电商平台,寻找竞争外的细分市场。企业亦由此开启五金品牌新时代。

郑州通安建材认为只有回到需求原点,与客户拉近距离,才能让客户更直观地看到产品的品质,这样才能使自己的企业在行业中做大做强。在市场竞争激励的今天,电子商务领域中建材五金行业的兴起,加之在中原经济区电子商务示范城市的背景下,筹措搭建自己的电商平台开拓新市场,就变成郑州通安经营的一个新的核心。

通安建材生产基地于1992年建立,坐落在中国古城邯郸永年,主要从事建筑、土建主体产品,及外墙外保温装饰

品等。公司坚持以市场为导向,坚持以人为本,成就客户,不断研制开发新原料、新工艺、新产品,产品广泛应用于建筑建材、外墙保温等领域。2006年郑州通安建材有限公司的成立,在一定程度上为开启中部市场打下了坚实的基础,公司计划未来在河南省开设20家店铺,全国200家,将通安建材逐步推向全国各地。秉承“诚信是金、质量第一”的服务理念,与浙江中天、歌山、河南一建等达成长期的战略合作伙伴关系。

在采访中,公司负责人刘先生告诉我们是,因为五金建材行业的种类繁多,需求也是千变万化,因为五金行业内没有统一的国家标准,为了迎合市场需要,就会开发出许多五花八门的产品,但是真正达到规模,质量有保障并实施品牌化管理的还是很少。郑州通安建材有限公司因为有自己的大型生产基地,是直销经营,省略了中间经销商的利润,直接将优惠给客户,最大程度地保证了客户的既得利益。为了打开这个品牌的产业链,在河南计划铺设20家店面的同时,公司将品牌定位、品牌文化、品牌诉求以及产品的推广等各方面,同时铺展开来。

世界首台 1000MVA/1000kV 级有载调压电力变压器在西电研制成功

■ 方芳

日前,陕西中国西电为皖电东送淮南至上海特高压交流输电示范工程自主设计研发的国内首台1000MVA/1000kV有载调压电力变压器全部顺利通过出厂试验,这标志着世界首台1000MVA/1000kV级有载调压电力变压器在中国西电研制成功。

该产品是目前单柱容量最大、电压等级最高的有载调压自耦变压器。具有结构新颖、损耗低、局部放电量小、绝缘可靠、性能先进等优点,产品的综合性能指标已达到国际先进水平。该产品的成功研制,对于我国1000kV交流特高压输电变电工程的发展、提高线路运行的安全可靠性能具有重要的意义。同时为中国西电变压器板块企业更加全面地掌握特高压电力变压器的核心技术、提高特高压变压器规模化生产制造能力、稳定特高压变压器的生产质量,提升企业的创新能力和核心竞争力创造了条件,并为扩大特高压变压器市场的占有份额奠定了坚实的基础。