蒙邦食品：打造内蒙古特产全国连锁第一品牌

赤峰市蒙邦食品有限公司是一家专注草原特色产品开发、生产和销售的公司。公司以弘扬草原文化和“蒙邦”文化为己任，以整合内蒙古特色产品资源，塑造民族品牌来实现百年发展伟业。近日，我们采访到到了该公司总经理张永贵，他介绍到了企业的一些发展情况。

记者：张总，请你介绍一下蒙邦二字的具体含义。

张永贵：涵养原本，匡扶家邦，到了蒙邦二字，仿佛深含了家国情怀，仿佛融汇着故土风物，历史长河泯灭了曾经的爱恨情仇，百代王朝只剩寥寥旧迹，不同的是天下更大了，塞外、中原、关外、江南，已然成为一家邦，用五千年的沧桑，造就绝世风韵，宛如一幅久藏的画卷，融进人间一切甜与苦。在草原上闪烁着熠熠的灵光，还未启封心中就已泛起一缕壮志情怀，战事逐渐远去了，盛世又呈现在了眼前，何妨找一个青草河边，撑一顶蒙古大帐，面对一群义重如山的当世豪杰挥尘谈笑，口中只需有自然纯香的美味、名曰蒙邦特色食品。

记者：请你谈谈企业的发展规划？

张永贵：蒙邦牌奶酪、奶贝、奶皮、奶茶、奶油等奶食品均严格按照国家最新最高标准生产，产品不含防腐剂，深受广大消费者的青睐；目前蒙邦奶食品已经成为内蒙古赤峰市固态奶食品第一品牌，得到了业内人士的普遍赞誉，被称为最具蒙古特色的奶食品，蒙邦奶食品已经走出草原，走向全国。公司将蒙邦特产“自营店、加盟店、店中店”的营销理念与蒙邦特色文化有机结合，首创一站式内蒙特产连锁品牌。蒙邦特产连锁店均汇集内蒙古名优特色产品，聚合内蒙古强势品牌，整店输出，全程服务。强势打造内蒙古特产全国连锁第一品牌。并代理销售内蒙古名优特色产品和潜力特色产品，面向蒙邦特产连锁店统一配货和全国销售。

随着市场的发展，蒙邦公司逐渐探索出一条具有地方特色的企业发展之路。从资源整合、市场开拓上大力着手，实施品牌战略，不断进行管理创新、销售创新和技术创新，公司整体实力显著增强，蒙邦目前被誉为最具有草原特色的品牌。（明月 林木）

春到钢城景色新

2月16日，大年初七，职工上班的第一天，记者来到了太原钢铁（集团）有限公司，只见炉火正红，机器隆隆，一派热闹的生产场景，春的脚步已跨入了这个全球最大的不锈钢企业，吹绿了十里钢城。

早7点整，记者来到太钢炼铁厂4350m3高炉炉前，看到设备一尘不染，现场整洁有序。上白班的工人已经开始陆陆续续来到岗位进行交接班，7点半，大家准时参加班前会，作业长在强调安全的同时，把上个班的工作情况、铁水沟的温度、本班要执行的铁口打泥量、耐火材料的侵蚀度等指标一一指明。8点，红红的铁水从一号铁口中奔流而出……

记者走进太钢热连轧厂2250mm生产线时，隆隆的轧机声如雷贯耳，伴随着“热雾”的升腾，火红的钢带如脱缰的野马般从眼前的轧机上飞速穿越。这里好象没有节日的休闲气氛，这里又好象每天都处在欢快的节日气氛中。走在这火热的现场，记者备感精神振奋。有几位身穿“太钢蓝”的职工手持手电筒正在轧机旁精心点检，其专心程度不容任何人打扰。于是记者拾级走上操作台，几位职工正在专心地操作着，眼睛一眨不眨地盯着屏幕。他们已经完全沉浸在工作状态中，早把过年抛在了脑后。

在太钢能源动力总厂的生产现场，呈现出一幕幕热情高涨的生产繁忙景象。在电力系统工作现场，映入记者眼帘的是作业区主管正和技术人员一起研究分析即将到来的春季预防性实验的筹备工作；在燃气蒸汽循环发电机组的操作间里，岗位职工们神情专注地在视频监控室中操作设备，没有一丝一毫的懈怠；在井然有序的技改施工现场，为了技改任务的提前完成，施工人员们正在以高昂的斗志紧张施工。

太钢炼钢二厂职工已自觉地从新春佳节的喜庆气氛中走出来，积极地投入到工作当中。一位一线工人说：“2013年已过去整整一个半月了，如果大家稍有松一松、放一放的思想，第一季度的任务就很难完成，就会影响全年生产大局。因此我们要迅速恢复良好的工作状态，确保节后各项工作有序运转。”

在太钢不锈钢管公司挤压机生产现场，几位工人正操作着设备，加热、扩孔、挤压，通过几分钟的忙碌，一根火红的钢管从挤压筒缓缓挤出，冲洗、冷却、吊运，每一步操作流程大家都毫不懈怠；在精整作业区生产现场，安全主管正带着各作业区安全员进行互检，绝不放过任何一个安全隐患，确保每位职工安全地投入到年后工作的第一天。

走出厂房，一缕缕春风扑面而来，眼前浮现出的是一张张认真严谨的面庞、一双双专注凝目的眼神及一处处欣欣向荣的生产场景。（黄传宝）

锡柴：建设生态文明 推动科学发展

■ 许武英

党的十八大报告对建设生态文明做出重要阐述，越来越多的专家认为，在生态文明建设中，汽车产业将起到举足轻重的作用。综观2012年国内汽车及汽车零部件企业，曾开发制造我国第一款具有自主知识产权的四气门重型车用柴油机奥威重型发动机的一汽解放锡柴再次引起业界关注。业内人士发现，2012年锡柴不仅建成了世界领先的低碳工厂，而且其发动机在第七届中国国际客车大赛中获得年度最佳客车零部件奖和年度节能减排客车零部件奖两项行业大奖。CA6DM2-39E4柴油机也被中国内燃机工业协会评为2012“年度节能发动机”奖。

是什么动机激发一汽锡柴着力建设生态文明？锡柴厂长钱恒荣如是说：“发动机是汽车的心脏，是汽车的动力之源，落实中央节能减排战略，提供节能环保的优质动力，推动社会科学发展，是锡柴作为国企义不容辞的责任。”钱恒荣认为，作为中国历史最悠久的发动机企业，首先应该是关心社会、尊重用户，有责任感、勇于担当的企业。“有责任感”，就是开发产品时不浮躁、不冒进，踏踏实实做好技术创新和品质提升，向社会和用户提供最好的产品。“勇于担当”，就是产品推向市场后，能为社会担起责任，为用户创造价值。为此，锡柴将建设生态文明，作为推动科学发展的一项根本任务。

◎锡柴员工生产节能环保机

◎锡柴机生产线

◎客户驻足锡柴机展台

建设低碳工厂 发展循环经济

被列为无锡市政府和一汽集团的“一把手”工程，被称为锡柴“四次创业”开山之作的低碳工厂的重型柴油机新基地今年初在锡柴竣工投产。新基地占地面26万平方米，总投资21.9亿元，在设计之初，就提出了低碳环保理念。近一年的使用证明，锡柴重型柴油机新基地联合厂房实现了低碳工厂的设计目标，其中央空调系统因采用地源热泵系统，达到零碳排，不仅每年可减少2638吨的二氧化碳排放，还可减少30%至50%的电力消耗；生产线采用集中切削液处理系统，节省切削液总消耗的40%，延长机床、刀具使用寿命达10%至20%。新基地采用的电力测功器，不仅省去了以前采用水力测功器试车，每年燃烧柴油的3000多万元开支，而且由于这种测试手段不需要用水，污水处理费用也随之大幅减少，污水处理量不足老厂污水处理量的一半。

发动机再制造是实现循环经济“减量化、再利用、资源化”的重要途径。为加快建设资源节约型、环境友好型社会的步伐。锡柴投资5000余万元，建成具有年产5000台生产能力发动机再制造基地，该基地2011年5月10日竣工投产，一年来，锡柴再制造柴油机已投放市场超千台，锡柴再制造发动机无论在节能环保，还是资源循环利用方面，都充分显示了再制造产品的社会效益和环境效益。据用户反映，锡柴的再制造发动机与新制造产品相比，在保证同等质量和性能的同时，可节能60%、节材70%、节约材料成本约50%，几乎不产生固体废物，大气污染物排放量降低80%以上。

开发环保产品 促进和谐发展

如果说建设低碳工厂、发展循环经济，体现了锡柴建设生态文明的决心和信心，那么为社会提供节能环保的优质动力，则体现了锡柴推动社会科学发展的强烈责任感和使命感。

通过与奥地利AVL等国际知名设计公司合作，锡柴掌握了国内领先、国际一流的自主研发模式、开发流程、开发手段，形成了科学高效和持续自主的研发能力，建立了节能环保、电子智能、安全舒适、可靠耐久、材料工艺”五大技术平台，成为国内柴油机行业唯一同时掌握VCU、GPS、EGR、发动机制动等多项关键核心技术的行业领袖，在发动机制动、节油、后处理、智能化控制等十大核心技术上处于国内领先水平的发动机企业。

锡柴的节能环保柴油机产品有W、X、K、F、L、M、N七大系列柴油机7大系列，排量从2升到13升，功率覆盖40到500马力，其中，奥威系列发动机的环保性、经济性、可靠性达到了国际一流水准，百公里油耗比国内同类产品低2-3升，产品B10寿命达80-120万公里，整机噪声低于95.3分贝，是国内唯一一款不用特殊包裹处理就能通过整车噪声检测的发动机。

锡柴大力倡导科技人员创造发明新的节能环保技术，工厂拥有多项国家级发明专利，仅2012年授权的国家级发明专利就有“柴油发动机怠速起停控制方法”、“柴油机部分缸停缸节油控制方法”等6项。其中“柴油发动机怠速起停控制方法”较好地解决了怠速时的燃油经济性问题，有效降低了发动机在怠速时的排放和噪音，避免了由于增加怠速起停功能而有可能带来的不安全因素。“柴油机部分缸停缸节油控制方法”有效利用ECU内部数据及策略，达到整车节油的目的。

追求用户满意 赢得忠诚客户

去年底，60辆配装锡柴6SL2 LNG发动机的公交车正式交付常州公交使用。常州公交目前拥有节能环保车2000多辆，配装锡柴发动机的在1500辆以上，占其购置的公交车80%。据常州公交反映，锡柴发动机最大的特点就是省油、环保、可靠。如此次交付使用的6SL2 LNG发动机采用市场主流的美国Econtrol电控系统，国四排放标准。8.6升的排量全负荷最低燃气耗率≤194g/kW·h，百公里节省燃油成本比普通机型省10%以上。

锡柴机节能、环保、可靠的形象不仅铭刻在公交公司等用户的心中，也镌刻在整车厂的脑海，一些国内中外知名的整车厂纷纷把配套的目光投向锡柴。西沃客车公司是一家高端客车产品制造厂家，而锡柴是西沃在国内配套的唯一一家发动机企业。西沃公司总经理梁超军在2012年12月11日举行的高端客车高端动力巅峰论坛中说，锡柴建成了产品开发流程和标准体系、产品开发过程管理体系等自主研发“五大体系”，搭建了节能环保技术、电子智能技术等自主研发“五大技术平台”，是柴油机行业唯一同时掌握VCU、GPS、EGR、发动机制动等多项关键核心技术的行业领袖。锡柴的研发能力和生产标准，符合Volvo对于质量、安全、环保的核心价值理念，锡柴“民族品牌，高端动力”的定位符合西沃在合资背景下发展自主品牌。

的确，锡柴始终将社会的责任，将用户的利益放在比企业创造经济效益更高的位置。为响应国家节能减排的号召，锡柴还积极运用高新技术，开发出适应用户个性需求的节油开关。节油开关技术的应用，使一台国三以上发动机拥有多个功率段。用户根据载重的不同选择合适的发动机功率，从而节省不必要的功率浪费，达到节油的效果。锡柴在南京、常州、开封、保定等地进行了节油开关效果的验证，实验证实，正确使用节油开关，百公里可节约3%~7%燃油。

目前，锡柴的节能环保先锋形象已初步确立，北京、深圳、上海、南京等走在国内节能减排前列的城市均有锡柴的忠实客户。

关公坊新年开工首日发货突破10万件

◎火热的发货现场

2月15日，正月初六，春意盎然，关公坊酒业正式开工生产。

春节期间，关公坊在各个市场持续热销，产品需求旺盛。春节后刚一开工，在关公坊厂区等候提货的车辆将关公坊11号库前停车场挤了个满满荡荡，颇为壮观。负责仓库管理的金剑兴奋地说：“我在关公坊干了这么多年仓管，这个场景还真没见过。”

由于前来提货的车辆太多，公司装卸队已是忙不开。为了确保各市场顺利提货，公司营销办积极协调调运科、仓储中心成品库、生产车间等各方力量增派物力、人力，组成了一支临时装卸队迎接挑战，现场热火朝天却忙而不乱，各车辆顺利地装载了货物。

截至2月15日下午5时，关公坊开工当天就发货104900件，同比增长708%，实现了2013年火爆的开门红。

2012年，关公坊酒业实现销售收入18亿元。进入2013年之后，关公坊的生产和销售更是呈现一片火爆。开工当天，来自全国各地的客商催货要货的电话接连不断，为了进一步服务好市场，2月15日8:30，关公坊500多名业务代表已从公司奔赴各市场，开始忙碌在市场一线。（稻轩）

众品集团推进两化深度融合 提升综合竞争能力

近日，河南众品、天津众品公司双双荣获“国家级信息化和工业化深度融合示范企业”这一国家信息化领域最高级别的荣誉

■ 本报记者 李代广

今年2月初，国家工业和信息化部发布了《关于公布国家级信息化和工业化深度融合示范企业（2012年）名单的通知》，授予全国218家企业为“国家级两化深度融合示范企业”。河南众品食业股份有限公司、天津众品食业有限公司双双荣获“国家级信息化和工业化深度融合示范企业”称号。

众品荣获 国家信息化领域最高级别荣誉

“国家级信息化和工业化深度融合示范企业”称号是国家信息化领域最高级别的荣誉，河南众品、天津众品同时荣获该荣誉，是国家对众品集团信息化成果和技术水平的高度肯定和认可。

为推动信息化和工业化深度融合，国家工业和信息化部于2012年10月，开始启动国家级两化深度融合示范企业的申报和评审工作，目的是为推动信息化和工业化深度融合，总结和推广两化深度融合典型经验，引领和提升全国两化深度融合整体水平，促进工业转型升级和发展方式转变。

本次评定的示范企业涉及27个行业（领域），分别为：钢铁、有色金属、稀土、石化、建材、机械、汽车、航空、船舶、轻工、纺织、食品、医药、家电、烟草、民爆、集成电路、电子基础、信息通信、视听、应用电子、工业物流、工业电子商务、节能减排、安全生产、需求侧管理、能源电力等。两化深度融合示范企业的条件和评价标准是：国内大中型骨干企业；在行业内具有代表性和较强的市场竞争力；具有行业领先性和代表性、信息化应用较为全面、综合集成水平高、模式创新突出、融合程度高、效益明显、保障能力强、具有较高推广价值。

近几年，众品集团结合行业特点致力于推动“两化融合”，促进公司区域化布局、产业化经营、标准化管理、专业化发展和国际化运作。众品的采购、加工制造、仓储管理、物流配送、分销、连锁零售、财务、人力资源管理、办公自动化等系统，涵盖供应链上、中、下游和决策管理的全过程，实现流程顺畅、数据精准和“四流”（商流、物流、资金流、信息流）同步的目标。

“两化融合”带动“两业联动”发展

众品集团以总部标准化产业基地的两化融合为模板，通过信息技术和标准化流程复制。

在大中原，众品集团在许昌、驻马店、安阳、洛阳、商丘地区先后复制了5个标准化农产品加工基地和冷链物流产业基地，形成了河南农产品加工和冷链物流产业集群。

众品集团以信息化为支撑，把这种模式又复制到东北、华北、华东和西南等省区。在产业基地模式复制和运营过程中，信息技术和两化融合对推动企业快速扩张起到了支撑作用，两化融合的优势得到了充分发挥。

众品立足于“肉类产业链整合商”和“冷链食品集成服务商”的战略定位，依托信息技术应用和全产业链建设提升配套的冷链运输支持和丰富的增值服务能力，为客户提供端到端、全程透明、集成的温控供应链服务，推进肉类产业组织方式的升级，提升肉类产业的运营效率。实施制造业与物流业联动最直接效果是制造业促进冷链物流业发展，冷链物流服务业拉动制造业转型升级，真正实现“商流、物流、资金流“同步，从而实现加工制造业与冷链物流业的跨区域联动发展。

目前，众品集团在全国建立了15个冷链物流基地。终端网络覆盖上万家专卖店、加盟店、超市专柜和零售网点、重点市场，战略市场覆盖大中原、华东、华北、中南、华南等区域，初步形成了“群、网、链”的格局。物流配送系统、营销系统、连锁零售系统有效解决了生鲜产品“最后一公里”的配送问题。两化融合加速了公司从加工制造业品牌向服务业品牌延伸，推动了渠道升级和服务升级。

“两化融合”推动商业模式创新

互联网的广泛应用和信息技术的迅猛发展，信息化引发产业深刻变革，不断创造新的商机与服务，促使传统服务业开始加速整合与转型。

众品集团以信息技术作为推动商业模式创新、管理变革、新型经济形式发展的重要工具和手段。高新技术和先进营销方式的应用，为众品的发展提供了有力的支撑。

各种高新技术应用的重点，主要集中在食品的安全、卫生、方便、降低成本和保护环境等方面。肉类流通已基本实现了“冷链”化，采用配送、连锁超市、肉类专卖店等现代化方式经营。

这些先进技术和营销方式，对众品集团的产业升级将发挥积极的促进作用。如：在冷链物流服务环节，通过电子商务系统，“线上完成订单、交易、结算，线完成物流配送”，整合库源、车源、货源等信息和服务交易，掌控行业资源，实现物流模式创新，通过电子商务促进冷链物流服务水平的提升。

众品人圆梦之后再逐梦

经过最近几年的努力，众品集团的信息化取得一定的成效。通过两化融合，提升了劳效、降低了成本，管控了风险，实现了技术创新和商业模式创新，实现了供应链的协同。

2009年6月，河南省政府召开全省信息化大会，河南众品作为两化融合典型企业发言；2009年7月，工业和信息化部在郑州召开“全国消费品工业两化融合经验交流会”，河南众品公司作为全国食品行业和河南省唯一一家企业作了题为《实施两化融合，提升企业竞争力》的典型发言。国家信息化专家咨询委员会专家高新民等高度评价了众品的两化融合实践，称众品寻找到“通过两化融合标准化产业发展模式，快速复制推广”的战略模式，众品正是实现了标准化，其产业发展模式才能快速在大中原和全国复制推广；众品也是通过平台建设整合了众多的终端和上游资源的成功案例。同时，众品“IT是管理之神，成为企业可持续发展的推动力量”的观点，也受到专家的高度评价。

2011年12月，众品荣获全国现代物流业工作部际联席会议办公室授予的“全国制造业和物流业联动发展典型示范企业”；2012年5月，河南众品被省工业和信息化厅授予“第一批河南省信息化和工业化融合示范企业”；2013年1月，河南省工业和信息化厅授予河南众品“河南省企业信息化水平一级企业”称号。3013年2月，河南众品、天津众品同时荣获“国家级信息化和工业化深度融合示范企业”这一国家级最高荣誉。

企业信息化建设和两化融合是一项长期的艰巨的工程，只有起点，没有终点。如今的众品人，圆梦之后又踏上了逐梦的征程。他们开始发力电子商务，建设电子商务与冷链物流整合应用平台，推进信息技术与电子商务模式、冷链物流服务的融合创新，以信息技术促进产业转型升级，加快经济发展方式的转变。我们有理由相信，信息技术一旦与产业融合，必将产生颠覆性的变革，中国肉类产业这个传统产业也必将焕发出勃勃生机与活力。正像专家所讲：众品一小步，行业一大步。