

康佳电子加速挺进“百亿企业俱乐部”

■ 石谷

近日,广东康佳电子模组生产车间第六、第七条模组生产线正式投产,揭开了康佳模组发展新的一页,标志着康佳电子向百亿康佳的战略规划又迈进一步。

2012年,康佳电子在安徽省滁州市开发区的推动和指导下定制定了《百亿康佳战略规划纲要》(以下简称“百亿规划”),力争2014年提前实现百亿产值目标。这一年,该企业相继投入5条模组生产线,全年实现产值53.3亿元,同比增长31.2%,总量首次跃居全市第一。其中彩电产量达305.6万台,同比增长19%,模组产量达117万片。产品市场扩大到俄罗斯、英国等十多个国家和我国台湾地区。

今年以来,企业发展延续去年的良好势头,一季度,主要经营指标呈高速增长态势,实现产值19亿元,同比增长85%;上缴税收同比增长75%;彩电产量72.5万台,同比增长66%。根据规划,企业于今年4月份又投入1亿元,建设第六、第七条模组生产线,将模组屏年生产能力提高到350万片。两条新模组生产线的投产,扩大了康佳液晶模组的产能,将进一步增强产品市场竞争能力,为打造滁州首家百亿元企业的梦想插上腾飞的翅膀。

据了解,康佳电子计划今年全年实现产值70亿元,争取达到80亿元,彩电产量突破400万台。为实现该目标,企业还将在今年7月份投资建设第八条模组线,届时模组线生产能力将达年产400万片,成为华东地区最大的模组及整机一体化生产基地。

太仓液压元件荣获技术创新奖

■ 祁启

凭借自主研发的双圆弧齿轮沥青泵项目,江苏太仓液压元件有限公司获此殊荣当属实至名归。据了解,该项目采用双圆弧、人字形排列的齿形结构。具有齿数少、体积小、转速高的特点。同渐开线齿轮沥青泵比较,能耗降低10%,噪声降低10dp,泵体重量减轻30%。

据悉,筑路机械行业技术创新奖名称为“筑机天格奖”,由中国工程机械工业协会筑路机械分会和北京筑机天格管理咨询中心共同设立,面向全国筑路机械行业的非政府性奖项。旨在为表彰筑路机械行业在科技工作中做出突出贡献的单位和个人,鼓励行业广大从业者提高技术创新的积极性,促进行业科学技术的发展,提高我国筑路机械行业的综合实力和水平。据了解,所有获奖企业项目、成果的特征必须为自主研发。

吴忠仪表打造第三个产业基地

■ 仲夏

近日,宁夏吴忠市委书记赵永清带领有关县区和部门负责人,考察了中国自动化集团总部、自动化控制车间,并同集团高层进行了座谈。中国自动化集团董事局主席宣瑞国介绍了集团发展情况以及集团下属吴忠仪表发展情况、在国内A股上市的远景规划。宣瑞国说,对吴忠仪表的发展充满信心,相信在宁夏吴忠市委、政府的支持下,将把吴忠仪表打造成中国自动化集团的第三个产业基地。

吴忠市委书记赵永清说,中国自动化集团作为国内自动化控制领域领先的企业,发展境界高,理念先进,潜力巨大,近年来取得了良好发展业绩。他详细介绍了吴忠的投资环境、产业发展等情况。他指出,吴忠是适宜创业城市、休闲宜居城市、水韵城市,也是近水亲河的城市,我们将抢抓宁夏“两区”建设的重大机遇,把投资环境作为重中之重,着力改善硬环境、提升软环境,为企业客商来吴投资创造优质、高效的服务环境。

“光把环境打造好还不行,关键是要发展产业,尤其是要突出工业发展,再造吴忠工业发展的新优势。他对中国自动化集团的发展寄予厚望,希望企业继续保持强劲发展势头,敢想敢干,敢为人先,积极参与国际国内的竞争与合作,努力把集团打造成国内领先、享誉全球的一流企业。”赵永清说,吴忠人民对吴忠仪表感情很深,期望也很大,今年要力争产值突破10亿元。作为高科技企业,要有全球视野和战略眼光,理清发展思路,高眼界定位、高起点规划、高标准建设,尽快启动吴忠仪表新的园区规划及下一步搬迁等工作,把新基地规划建设成融合式发展的综合性基地,引领跨地区企业和配套企业落户吴忠,把吴忠仪表打造成国内乃至国际调节阀行业的“旗舰”。

聚光科技拉开“品牌建设年”大戏幕

5月9日上午,浙江聚光科技公司召开企业品牌梳理建设项目启动大会,此次会议的目的就是向全公司全体管理层和职工发出动员令,全力投入参与聚光品牌的建设热潮,提炼聚光的品牌价值,凝聚聚光的品牌文化,贯彻聚光的品牌行为。

■ 钟义

日前,浙江聚光科技公司召开企业品牌梳理建设项目启动大会。聚光科技经过十多年跨越式发展,取得了巨大的成就。为了实现“打造中国的西门子”宏伟目标,公司各个层面整顿整理整合,放下包袱,凝聚共识,轻装上阵!品牌建设正是公司建设的一个重要的手段和过程。

此次会议目的就是向全公司全体管理层和职工发出动员令,全力投入参与聚光品牌的建设热潮,提炼聚光的品牌价值,凝聚



聚光的品牌文化,贯彻聚光的品牌行为。会上,聚光科技公司CEO姚纳新做了重要发言。他先讲述了自己对品牌的认识,他把品

牌比喻成一个人,认为品牌应该不光是外在的,而应是内在气质的体现,是能让别人能感受到的气场。姚总幽默的发言引得会场内

笑声和掌声不断。

会上,姚纳新要求全公司上下把品牌建设放在最重要的位置上。他指出,各部门尤其是负责人,要积极配合工作的开展,设立品牌接口人,对口工作,希望能培养出一批属于聚光的品牌专家。之后,公司陈洪涌博士介绍聚光品牌建设所必需的工作流程,分为探索启动、深入调研、诊断定位、系统开发、宣贯指导、方案提交六个阶段,共计120个工作日,并详细说明了具体工作方式。

会议还宣布成立了“聚光科技企业品牌建设委员会”。聚光科技市场总监刘明达做会议发言,他介绍了“聚光科技企业品牌建设委员会”的具体职责。会议后,品牌梳理建设工作全面铺开。继公司管理层访谈后,员工代表访谈会、问卷调查、客户谈会等一系列活动相继展开,将向公司员工深入调研,征集品牌建设建议,拉开“2013品牌建设年”的开场大戏!

以聚光品牌建设工作作为典范,聚光科技公司员工树立起成功的信心、雄心和恒心,并始终保持一种干事业的激情,始终保持一种创业的豪情,努力以出色的工作成就,向下一个“辉煌十年”出发!

双星铸机高端设备“扎根”吐鲁番

■ 王开良 宋玉海

日前,从千里之外的新疆吐鲁番传来好消息,由山东双星铸机公司调试技师李宗旗带领的调试团队,在极其艰苦的条件下保证设备试车一次性成功,赢得了客户的好评,在大西北树立了双星机械的良好形象。

3月中旬,双星铸机与新疆某大型铸造公司成功签订一条垂直分型自动化造型生产线订单。由于该产品是双星铸机公司新开发的高端产品,安装调试要求较高,公司便派经验丰富的李宗旗带领调试团队前往安装。为保证该造型线顺利安装,李宗旗带领团队成员提前一天到达客户现场,查看设备安装现场,了解客户实际需求,为安装调试工作做足准备。因客户所在地位置较偏,且春夏季天气干燥风沙较大,几位调试队员身体出现不适,影响了调试工作的正常开展。对此,队长李宗旗鼓励大家说:公司签订的每笔订单都十分宝贵,尤其是这笔新开发的高端产品订单,调试质量的好坏对市场推广非常重要,大家一定要全力以赴。在李宗旗的带动下,团队成员坚定了信心,全身心投入到工作中。

为保证一次性达到装配要求,李宗旗每安装一个部件,都与团队成员认真研究该部分的高标准,并根据团队的安装技能水平的高低,安排相应的安装调试工作。如在装配造型线主机合箱部分时,由于上下砂箱安装质量直接影响到造型质量,所以对合箱间隙、合箱上下垂直度、合箱密封的要求非常高。为保证安装质量,李宗旗和一名队员相互配合,在难度较大的合箱密封上,大胆更换材料,经试验杜绝了砂箱漏现象。

在团队成员的共同努力下,双星铸机公司提前十天完成调试任务,且一次性试车成功,得到了客户的好评。

互利互惠 共谋发展 中材集团与三一重工签署战略合作协议

■ 龚丛

5月15日,中材集团与湖南三一重工股份有限公司在中材集团北京总部签署战略合作框架协议。双方表示将本着互利互惠、共谋发展的愿望,在新型材料技术和产品领域、装备研制开发、备件供应、海外市场开拓等多个领域展开合作。

签署协议前,中材集团董事长刘志江、总经理李新华与三一重工董事长梁稳根、总裁向文波一行进行了会谈。刘志江说,三一重工在装备制造业的发展中起到了举足轻重的作用,三一重工的治理结构、管理水平、市场营销模式和用户至上的理念等非常值得学习,是非常优秀的民营企业,此次能够实现战略合作,对双方都很有裨益。刘志江表示,未来要巩固原有合作,更要在装备制造业、科技创新、材料制造加工、国际化方面谋求更多的共赢发展。



◎李新华、向文波代表双方签署战略合作框架协议。

梁稳根说,中材集团的业务大多是在完全竞争性市场上与多家企业进行竞争,作为中央企业非常难得而且也做的非常好。中材集团在人才建设、国际化、资本等方面有很多优势,双方可实现优势互补,这对双方的事业都会有很好的推动,三一重工一直都非常愿意并希望与中材集团进行合作。会谈中,李新华介绍了中材集团三大主业的发展情况。会后,李新华、向文波代

表双方签署战略合作框架协议。

三一重工成立于1994年,主要从事工程机械的研发、制造、销售。目前,产品有25个大类,200多个品种,产品畅销海内外,并成为全球最大的混凝土泵车制造商和供应商。目前,三一重工在全国已建有12家6S中心,并相继在印度、美国、德国、巴西投资建设工程机械研发制造中心。

中材集团是中国非金属材料行业唯一拥有系列核心技术和完整创新体系的大型企业,集团以非金属材料技术装备与工程业、非金属材料制造业、非金属矿业为主导产业,其中,水泥技术装备工程业国际市场份额连续五年位居全球第一,是集科研、设计、制造、工程建设、国际贸易于一体的创新型、价值型、国际型企业集团。据了解,中材集团与三一重工的合作将对集团的装备业尤其是混凝土制运装备起到积极作用。

就“流程工业中电气、仪表和控制系统试车” 虹润主持起草行业国标

■ 钟器

2013年5月9日,以福建虹润集团精密仪器有限公司为第一起草单位的“流程工业中电气、仪表和控制系统的试车”国家标准会议在福建武夷山召开。该会由全国工业过程测量和控制标准化技术委员会第2分技术委员会(SAC/TC124SC2)主办,虹润公司、西南大学等24家单位的专家、学者共计30多人出席了会议。

上午8:30分,会议准时开始。会议首先由中国显示控制仪表专业委员会副秘书长张新国发言,代表主办方与会专家表示欢迎。接着由本次标准第一起草单位、会议协办方虹润公司董事长林善平致辞。林董事长对来自全国仪器仪表行业的贵宾表示欢迎,并认为这既为企业提供了一个绝

佳的学习机会,更是一次发现差距提升自己的机会。希望各位专家、学者不吝赐教,充分提出宝贵意见。

发言完毕后,与会代表对标准的编制原则及文本格式、内容进行了全面、认真的分析研讨。代表们对国家标准进行逐条讨论、修改和整理,总结出一些制、修订标准的原则意见,如:标准应坚持指导并服务于国内生产实践、标准应体现国内平均先进性、加强标准中安全性能的要求、新制定的标准应具备主要技术指标的测试数据与试验报告、术语必须实用明了且兼顾国内统一等若干建设性的意见。经过紧张而有效的工作,“流程工业中电气、仪表和控制系统的试车”国家标准的制定取得了圆满成功。

次日,中国显示控制仪表专业委员会



张新国副秘书长、西南大学计算机与信息科学学院黄玮教授率与会各单位嘉宾31人等一行,应林善平董事长的邀请,对虹润公司进行了实地参观考察。林善平董事长就公司的发展历程及目前的发展状况向各位嘉宾做了详细介绍,并分享了虹润近年来在探索中的改革经验。嘉宾们在参观了虹润公司最新的生产研发综合大楼生产线的规划之后,表示出极大兴趣,希望此生产大楼建设早日投产,以便在行业中起到带头示范作用。

粤自主品牌不锈钢企业“闪亮”广交会二期

■ 张钰妍

第113届中国进出口商品交易会(广交会)日前在广州闭幕。本届广交会二期餐厨具展区有1200多个展位,广东省约占1/3,参展商纷纷通过展位布置来为企业打造亮丽的名片,为吸引采购商法宝尽出。

各施法宝抢抓客商

笔者在广东三A集团展区看到,金灿灿的门面被象征四季常青的竹子包围,设计师将展位和人流如织的展区区别开,营造出宁静别致的洽谈氛围;凌丰集团的展位整体呈现厚重简约明朗的风格,巧妙地将产品融合到展馆中,更是用各种不锈钢餐具组合成一组爵士鼓,吸引不少采购商驻足赏玩。

在整个餐厨具区中,广东万事泰的展位十分抢眼。来自欧洲的采购商一边惬意地享用着美女厨师用新产品烹饪的美食,一边了解产品;动感的音乐响起,靓丽的模特轮番展示新产品;魔术师邀请采购商参与表演。一时间,万事泰的展区被围得水泄不通。

“展馆的巧妙设计使人流量增加了15%。”万事泰陈永锦经理介绍,万事泰展馆横跨数区,由10个品牌展位组成,其中6个

为动态展区。展示区外观设置了巨大的“煲形墙”,还特别设置了美女厨房、魔术表演,这种动态的产品展示对采购商相当有吸引力。

但真正留住采购商的是参展企业的核心产品。一位来自美国的采购商约翰先生告诉笔者:“精装的展位、精彩的表演,这些都是吸引采购商的好噱头,对提高展位的流转率是非常有利的。但是采购商采购是否决定产品,最终还是要由产品质量和价格是否。”

广交会是一个以外商为主的交易平台,获得居高的流转率当然可喜,但最终对企业真正有益的是要争取到高质量的采购商。广东万事泰集团有限公司常务副总裁刘炳耀说:“借广交会这个平台,我们要打响万事泰的名号。虽然市场不景气,但是我们仍然坚持通过这个平台给采购商树立信心。”

自主品牌成为利器

事实上,制造业的生产成本优势正在减弱,越来越多的企业意识到,技术创新已经成为企业在市场上屹立不倒的撒手锏,这才是企业真正的信心所在

刘炳耀说:“拥有自主创新和设计品牌让企业在市场掌握了定价权,而且利润空间

比贴牌生产的产品利润至少高出20%。”据悉,本届广交会上,万事泰展区里有30多种拥有知识产权和专利发明或是自主研发的新产品。其中,奶泡机就是万事泰本届广交会主推的产品之一。

据介绍,奶泡机最初是由一位外商要求试生产的,试生产产品很快就销售一空。看中了该产品良好的市场前景,万事泰从外观、结构到功能进行全面可行性试验。为了研发这款奶泡机,企业还专门成立了专项组,并且联合高校科研力量,对产品细节进行不断优化。从第一代奶泡机发展成现在多款结构不同功能各异的机体,从试生产到批量生产,“奶泡机使企业产值增加了2000多万元。”

据了解,本届广交会期间,广东凌丰集团的不锈钢电饭煲、广东万事泰集团的奶泡机等拥有自主品牌的新产品成功吸引了客户眼球,成为各企业现场下单成交的拳头产品。

企业再难也要参展

广东三A不锈钢制品集团有限公司是广东省新兴县历史最久远的不锈钢企业,也是最早参加广交会的参展企业之一。

广交会不仅使新兴出口企业订单增多,

同时也给企业一个很好的展示平台,不锈钢产业也随之壮大,不锈钢企业纷纷增加生产线,甚至开设分厂。

“然而,近年来,人民币升值,原材料、能源涨价,劳动力、物流运费价格提高,不锈钢企业的困难不小。”在广交会三A展区,李国灿与笔者聊了起来。他说,劳动力、土地等要素成本上升,融资难、融资贵、人民币升值等诸多困难仍然存在,贸易摩擦有加剧之势,不锈钢外贸企业面临的压力没有根本缓解。

国际市场的萎缩让新兴的不锈钢企业面临严峻寒冬。在市场竞争中找到合适的定位显得十分重要,各不锈钢企业都在调整生产。“今年广交会上,参展企业表现良好,但是也面临着订单不明朗等问题。”新兴县经信局梁奋强副局长说。

据众参展企业反映,近年来,虽然南美、俄罗斯、东盟订单增幅明显,但不锈钢行业只要还是以欧美市场为主导,不锈钢行业的市场份额确实在缩小。外贸企业通过调整生产或创建自主品牌,开拓新市场,寻找新的增长点,是一个出路,“但不锈钢行业仍面临许多问题,行业转型升级是大势所趋。”一位业内人士说。