

新的产品 新的体验 新的期待

HOWO-T系列重卡

为中国驾驶员定制的好座驾

HOWO-T7H 上市热销掠影

■ 周超

3月31日,湖北枣阳4辆T7H顺利交车;
4月23日,哈尔滨分公司16台HOWO-T7H交付用户;
5月15日,呼和浩特特签订9台T7H和1台T5G,并达成80余台购车意向;
5月22日,40台HOWO-T7H牵引车在四川省乐山交车;
5月31日,首批10辆HOWO-T7H在徐州销售一空;
6月5日,福建地区第一期30台T7H危险品运输车顺利签约;
6月10日,在蔬菜之乡--潍坊市寿光销售6台;
.....
短短数月,中国重汽生产的HOWO-T7H自2013年3月上市以来,已销售了近千台,这部凝结了中国重汽与曼技术结晶的新产品,成为中国重汽占领高端重卡市场的利器。

品质保证,实现T系列强势旺销

中国重汽HOWO-T系列重卡采用德国曼技术、利用和德国曼相同的生产设备、采用德国曼相同的出厂检验标准,结合影响中国近30年的斯太尔重卡底蕴,以及HOWO品牌60万辆成熟重卡制造经验生产的高端重卡。除先进的发动机、变速箱、车桥等重要总成外,还装配了德国ZF转向机和油泵、WABCO控制系统、德国VOSS制动接头、曼胡默尔燃油滤清系统、德国贝洱中冷器和水箱、泰明顿(TMD)盘式制动器摩擦块等世界著名品牌的零部件,造就了T7H的黄金品质。

这款特别适合中国道路且迎合中国驾驶员驾乘习惯的重卡,凭借其过硬的质量、超长保修里程、超低的油耗、舒适的驾乘体验,一上市就完美亮相,成为市场的“宠儿”。

强劲动力,多拉快跑赚得盆满钵满

T7H搭载曼发动机,代表中国重卡行业逐步摆脱斯太尔平台技术,进入更高一级的平台,而曼发动机又比世界主流发动机技术先进15年左右,在设计、工艺、材料、性能各方面表现突出。该发动机将缸体与曲轴箱合二为一并且在国内首次使用蠕墨铸铁,整体采取球形设计在兼顾稳定性的同时有效降低了噪音,可保证发动机工作150万公里以上不变形。通过采用先进



材料、工艺和优化设计,MAN发动机减少了25%的零件,大大降低零部件的故障率,并且最大程度减少了密封元件,提高了发动机可靠性。

高配低耗,铸就T系列骄人口碑

据悉,国内车辆使用成本中燃油、维修保养约占60%左右,国外高约20%。HOWO-T系列全力保证降低此费用,成为用户赚钱的杀手锏。

T7H发动机采取增大扭矩而不是增大功率优先的理念,以最少的传动齿轮获取更好的燃料经济性,使发动机从低转速到高转速都能处于低油耗区间,有效降低油耗,最低比燃油为186g/KW.h,比目前国内常规发动机低10g,即低5%以上。

乐享其成,超长故障间隔里程

据统计,目前国内重卡的平均故障间隔里程仅为5000-8000公里,按牵引车每月行驶2万公里计,平均一个月要进3-4次服务站或停驶在路上。

而HOWO-T7H平均故障间隔里程长达2万公里以上,如采用国四标准的柴油,发动机换机油间隔里程可达10万公里,发动机B10寿命150万公里,大修里程提高87.5%;即使使用目前中石油、中石化国3的柴油,换机油间隔里程也可达到6万公里,远超国内中档次的轿车。发动机油底壳托架、水泵、分配壳等大量铸铝件,降低了

整机重量,是国内同类、同功率产品最轻的发动机;曼技术车架、曼技术单级驱动桥、美国韩瑞森橡胶悬架等大批先进制造工艺的应用,提高了产品的可靠性,降低了整车自重。

安全舒适,尊享陆地公务舱

对卡车司机来说,绝大部分时间都是在驾驶室上度过的,除了开车,甚至还有睡觉、吃饭等,驾驶室就是他们的第二个家。数据显示,驾驶员的驾驶习惯会影响20%左右的油耗,驾驶技术不当会增加油耗高达50%。驾驶室舒适性提升后,驾驶员得到好的休息之后,他的脚在油门上省出来的钱会比买车时省的这些钱多得多。同时还要考虑疲劳驾驶以及带着负面情绪驾驶带来的风险成本。

T7H采用世界顶级重卡所具备的主、被动安全性,驾驶室欧洲风格、造型威猛,颇具男子汉的气概。碰撞指标按最严格的瑞典标准执行。而四点悬浮、AMT自动变速器、德国ZF转向机及转向油泵、变速箱软轴操纵、高地板驾驶室设计、电动+电加热后视镜、VDO数仪表盘等人性化设计最大限度的保证了内部自由空间,保证了整车平顺性与驾乘舒适性。其搭载的电子化管理系统等配置支撑起驾乘人员的安全保障。

超乎想象, HOWO-T系列能做到



河南省省长谢伏瞻在众品集团调研时指出:

“众品是冷链物流的龙头标杆企业!”

■ 本报记者 李代广

6月13日,中共河南省委副书记、省长谢伏瞻继6月3日到驻马店众品公司调研后,再次来到位于许昌长葛市的河南众品集团公司总部,调研企业发展情况,探讨工业化、城镇化和信息化等发展问题。中共许昌市委书记王树山、市长张国晖和长葛市委书记史本林、市长刘胜利等领导,众品集团董事长朱献福陪同调研。

众品商业模式创新
是产业升级的探索

在公司展厅,谢伏瞻省长听取了公司董事长朱献福关于公司战略定位、发展规划的介绍,询问了国家领导张高丽、回良玉来公司视察时的情况,了解了公司在全国的产业布局、物流布局和市场布局等信息,重点听取了世界肉类产业布局和中国肉类产业布局情况。当了解到公司生猪屠宰量占河南生猪屠宰量的12%和产业基地布局、物流基地布局、市场网络布局遍布全国主要节点城市、区域时,他对公司立足河

南、面向全国、融入全球的区域战略表示肯定。

谢伏瞻省长非常关注公司的商业模式创新。在公司的自然产业链展区,朱献福向谢伏瞻省长介绍了公司的产业链发展情况。在上海养殖环节,公司通过商业模式创新,将第一产业和第二产业结合,打造“1.5”农牧产业平台,促进农民从传统农业向第二产业、第三产业有序转移。

谢伏瞻省长向随行人员说:“众品的‘1.5’产业平台,是介于第一产业和第二产业之间;众品的‘2.5’产业平台是第二产业和第三产业结合的创新,是产业升级的探索。”

物流建设主动融入
郑州航空港实验区

在研发、营运环节,看到公司拥有国家级检测中心、国家猪肉加工分中心、博士后研发基地、省重点实验室等研发平台,看到公司先后通过GAP、GMP、ISO等体系认证以及新加坡AVA、北美AIB等体系认证,谢伏瞻省长对公司在技术创新、标准体系

建设取得的成绩表示肯定。

在公司的温控供应链展区,谢伏瞻省长关切地问道:“去年你们的销售收入是多少?今年的生产经营情况怎么样?”

“公司今年销售收入同比增长15%,从过去关注规模速度转变为关注安全效益。公司的生产加工业态突破了百亿元,温控供应链服务业态将承载公司数百亿乃至千亿元目标。”董事长朱献福回答道。

在物流基地布局面前,谢伏瞻省长对公司的物流建设主动融入,到郑州航空港经济综合实验区表示关注,详细听取了董事长朱献福关于众品冷链物流与环境互动的情况。目前公司正在和航空港对接,在河南省多数省辖市规划建设众品战略新兴服务业产业园、重要节点物流园区物流保税中心,形成覆盖全省、连接中原、辐射全国、承接全球的冷链物流网络,以更好地满足客户全球招商、检验检疫、金融保险、进出口业务等服务需求。

众品是冷链物流的
龙头企业、标杆企业

黄山市委市府
致谢兴乐铜材

■ 本报记者 何沙洲
通讯员 卢书友、唐小波 周小三

日前,中共黄山市委、黄山市人民政府发表致全市纳税人的感谢信,向2012年度黄山市纳税500万元以上的企业和企业法人代表表示谢意。黄山兴乐铜材有限公司年纳税额位列前茅,与兴乐集团董事长虞文品一道受到黄山市党委、政府的特别感谢。感谢信说,2012年黄山市经济实现平稳较快发展,各项财税目标任务圆满完成,为黄山市经济发展、财政增收作出了积极贡献,特向纳税人致以诚挚的问候和美好的祝愿。

兴乐铜材有限公司在黄山市黄山区,是兴乐集团下属骨干企业,公司年产值30多亿元。自成立以来,依托集团公司品牌、管理、人才、资金、物流、信息、技术等诸多优势,紧紧抓住“铜材”这一线缆产业链上游核心资源,呈现几何式增长和良好发展态势,实现了速度、质量、效益协调发展和“又好又快”的发展局面。

另讯6月19日,黄山市黄山区质量技术监督局代表省质监局、省名牌战略推进委员会,向黄山兴乐铜业有限公司交付安徽省名牌产品证书。此次“兴乐牌漆包圆绕组线”通过安徽省名牌复审,是该公司坚持名牌战略的集中体现。

根据安徽省名牌产品管理办法,安徽省名牌有效期为3年。该产品上一次获得此荣誉是2010年1月。兴乐铜业公司一直严格管控产品质量,做精做优产品。多年来,各级质监部门对兴乐产品抽检均为优良;过硬的产品质量赢得了广大客户交口称赞。

望眼欲穿,期盼T7早点到

湖北枣阳的梁先生近日在中国重汽销售热线中急切地对接线员说:你们的热线HOWO-T7H什么时候到枣阳?都急死了,耽误挣钱啊。

电话中,梁先生告诉我们,他的邻居年初抱着试试看的想法买了一辆HOWO-T7H,虽说价格比其他同等品牌的车要贵一些,可经过细算帐,这车还是很省的。梁先生说,“我的车的一个月跑1万公里就要去保养一次,可邻居的车现在都1.8万公里了,到服务站一检查,说还能跑再跑2000多公里。正常保养一次花上3小时的话,无形中就比我多跑3小时的路程,这一块省大了”。梁先生还说,T7H的故障率极低,邻居的车子用了5个多月了,一点毛病都没有出现,而且他的车换油间隔时间还长,车桥还是免维护的,不仅能节约维修成本,还能节省时间。

为了顺利导入新产品,中国重汽在HOWO-T7H正式上市前就多次开展市场活动,向终端客户介绍HOWO-T7H的产品优势,同时适时举办各类试乘试驾活动,通过努力,收到了市场的良好反映。类似梁先生热切期盼T7H的电话有很多,对T7H的赞誉之言也有很多。虽然作为中国的高端重卡,T7H承担了振兴民族重卡的重任,但我们也清醒地看到了与国际重卡巨头的差距。在振兴民族品牌的漫长道路上,中国重汽将继续秉承“坚持以人为本诚信中国重汽”的企业宗旨,全力“打造百年基业,争创世界一流”的宏伟企业愿景,在塑造产品的经济性、安全性、可靠性、舒适性、环保性上狠下功夫,致力于美丽中国的构建,努力实现中国“重卡梦”。

近日,劲牌公司接到湖北省食品药品监督管理局转发国家食品药品监督管理局通知,国家食药局前期通过对申报企业进行审查,并对符合要求的生产企业组织专家现场核查,同意劲牌公司作为冬虫夏草用于保健食品试点企业。截至目前全国仅五家企业获此资格,劲牌是湖北省唯一一家取得冬虫夏草用于保健食品试点资格的企业。

据相关部门负责人介绍,劲牌公司目前已具备良好的保健食品研发能力、生产能力,有着显著的技术优势和稳定的原料来源,并已确定将以冬虫夏草为主要原料的系列产品作为公司战略产品进行深度研究和开发,未来产品范围将覆盖片剂、胶囊、超微粉、酒剂、口服液等。

习酒·窖藏1988(53%vol)荣获2013年度中国白酒酒体设计奖

6月17日至20日,由中国食品工业协会白酒专业委员会组织的2013年白酒国家评委会年会在福建武夷山召开。全国白酒专家、国家评委等共200余人出席了本次会议。

会议对全国白酒骨干企业选送、申报2013年中国白酒酒体设计奖和白酒国家评委感官质量奖的产品进行感官鉴评和评选。经过全国白酒专家和国家评委三天的专业评选,我公司选送的习酒·窖藏1988产品评定为“微黄透明、窖香突出、醇厚丰满、细腻体净、回味悠长、杯底留香持久”,从72个选送产品中脱颖而出,被中国食品工业协会授予“2013年度中国白酒酒体设计奖”。

(通讯员 胡建锋)

习酒·窖藏1988(53%vol)荣获2013年度中国白酒酒体设计奖

6月17日至20日,由中国食品工业协会白酒专业委员会组织的2013年白酒国家评委会年会在福建武夷山召开。全国白酒专家、国家评委等共200余人出席了本次会议。

会议对全国白酒骨干企业选送、申报2013年中国白酒酒体设计奖和白酒国家评委感官质量奖的产品进行感官鉴评和评选。经过全国白酒专家和国家评委三天的专业评选,我公司选送的习酒·窖藏1988产品评定为“微黄透明、窖香突出、醇厚丰满、细腻体净、回味悠长、杯底留香持久”,从72个选送产品中脱颖而出,被中国食品工业协会授予“2013年度中国白酒酒体设计奖”。

(通讯员 胡建锋)

