



新展厅新办公楼落成 蒂高卫浴打造品牌企业崭新形象

■ 仲洁

近日,广东省佛山市南海区蒂高卫浴厂传出喜讯。经过1个多月的装修,办公楼于4月1日升级落成,新展厅也在4月10日正式建造完工。公司运营结构和办公环境象征着一个企业的形象,更代表着品牌的定位。本次蒂高卫浴下大力度建设办公楼和新展厅,表明了其要提升品牌形象的决心。记者日前也前往了蒂高卫浴新办公楼,对其情况有了进一步的了解。

系统规划, 建立蒂高工业园

蒂高卫浴现今拥有5栋工厂车间,总面积3万平方米。现代浴室柜和仿古浴室柜分开独立的车间生产,打磨、雕花等工序都独立细分,形成了一个系统庞大的工业园。此外,新建成的办公楼清晰划分了公司运营部门,相比以前更加系统完善。总面积达到1000多平方米,共有3层。第一层为综合办公室,有客户部、生产部、设计部;第二层为市场营销办公室,设有总经理办公室、营销办公室、市

从2008年小工厂开始起步,到2013年3万多平方米工厂的发展,蒂高卫浴每年都以翻倍的速度增长,以快速发展的姿势宣示着品牌发展影响力。随着新办公楼和展厅的建设,完善和强化了企业的生产和运营结构,为蒂高卫浴提供更为强大的后盾。2014年,蒂高卫浴将扬帆起航,走出更光辉的品牌建设之路。

场部和销售总监等高层管理人员的办公室;第三层则是行政财务部和会议室。

完善团队建设, 为品牌形象打下坚实基础

蒂高卫浴从2008年创立以来,经历了六个年头的奋斗历程。其浴室柜全部采用自主设计、手工雕花的精湛技术,获得了全国泛家居企业500强和全国十大浴室柜品牌的称号。作为一个逐渐走向成熟的企业,企业的发展正在走直线上升的路径。随之而来,品牌推广、产品定位、终端形象也有了更高的要求,必须要有所完善和提升。而新办公室的形象升级就是为了满足企业发展的需求,意在拓展系统团队的规模,提升品牌形象。

本次新办公楼的装修升级,蒂高卫浴将完善运营管理团队,向社会大量招兵买马。尤其是重点招募优秀设计师和市场推广人员,为企业的原创新设计和品牌升级推广打下坚实的基础。

营造踏实和睦的企业文化

蒂高卫浴之所以能成为浴室柜行业最具

品牌活跃度的标杆企业之一,除了离不开蒂高卫浴董事长谢永坚的个人魅力和精湛工艺技术之外,还有一个很关键的因素,那就是蒂高企业内部追求实在、温馨融洽的团队氛围。

在新的办公室、楼梯间,随处挂着诚信、务实、舍得、奉献、宽容、厚德载物等标语。

企业领导人谢总从自身做起,每件小事都亲力亲为,要求完美,通过自身魅力感染员工,营造一个踏实和睦的团队氛围。

“蒂高卫浴的精神就是非常务实,一就是一,二就是二;并且蒂高人都怀有一颗感恩的心,用心对待每个顾客和经销商”,蒂高卫浴总经理谢新琴给记者介绍到。

蒂高卫浴正如其名缔造着浴室柜行业高端品牌,也缔造着奇迹。

从2008年只是一个小工厂开始,到2013年3万多平方米工厂的发展,蒂高卫浴每年都以翻倍的速度增长,以快速发展的姿势宣示着品牌发展影响力。2014年,新办公楼和展厅的建设,完善和强化了企业的生产和运营结构,为蒂高卫浴提供更为强大的后盾。2014年,蒂高卫浴将会扬帆起航,走出更光辉的品牌建设之路。

江西玉山48家轴承企业 一季度产销两旺

■ 车游

今年以来,江西上饶玉山县48家轴承企业产销两旺,一季度的生产订单已超过企业生产能力的36.5%。

今年一季度,玉山县轴承企业产销两旺,生产轴承4500万套,销售收入达4.1亿多元,比去年同期增长12.5%,实现税利3500多万元,比去年同期增长15.8%。玉山县是江西省最大的轴承生产基地。为进一步增强轴承企业抗风险能力,玉山县委、政府与金融机构积极协调,在去年放贷8700万元基础上,今年以抵押、联保、担保等模式又向全县48家轴承企业发放贷款1.37亿元。县地税、国税部门分别下调0.2、0.5个百分点考核税率,支持企业发展。

玉山县轴承企业在争取政策的同时,主动调整产业结构,去年以来,该县轴承企业投入资金6700余万元用于设备更新和技术创新改造,新增车件等自动生产线15条,新增精密数控机床146台,轴承优质品率由原来的80%提高到98%,提升了“玉山轴承”在市场上的整体竞争力。目前,该县轴承品种增加到五大类,占轴承十大类的一半,其规格由原来的216个增加到568个,两个品牌获得江西省名牌产品,三个品牌获江西省著名商标,两个品牌获得江西省新产品。

玉山轴承企业还主动出击,拓宽国内外市场。今年以来,该县有20家规模较大的轴承企业参加了上海国际轴承展览会等,积极推介产品,获得了可观的订单,并在国内外新增了19个销售网点,在伊朗、俄罗斯、韩国、泰国、印度、巴基斯坦建立了代理点。



星火数控重型卧式车床 被评为甘肃名牌产品

■ 金佳

4月2日,甘肃省天水市推进质量振兴暨商标战略实施工作会议在秦州区召开。会议表彰了获得2013年度市政府质量奖、甘肃省名牌产品、中国驰名商标、地理标志证明商标、甘肃省著名商标的企业和项目并颁奖、授牌,同时宣读了天水市知名商标企业和商标持有人的认定决定。星火机床公司SPARK牌数控重型卧式车床被评为2013年度甘肃名牌产品,受到表彰。星火机床数控重型卧式车床是公司产品获得的第六个甘肃名牌产品称号。

星火机床公司在实施名牌战略活动中,认真贯彻落实《甘肃省质量发展纲要(2012—2020年)》,名牌产品采用国际、国家先进标准,严格按照质量管理体系要求实施管理,从设计、采购、制造、生产制造过程各个环节重点培育,严格执行程序,严格质量控制,努力提升名牌产品的实物质量和品牌效应,不断向世界一流机床目标迈进。

安徽矿业机电装备 以名牌产品 打造“品牌经济”

■ 纪商

近日,从安徽省矿业机电装备公司传来喜讯,该公司自主研发制造的“皖星”牌刮板输送机荣获“安徽省名牌产品”称号,这是继“擎宇”牌液压支架、“皖星”牌带式输送机之后,又一项获此殊荣的产品。

近年来,该公司充分认识品牌在企业发展中的重要作用,将打造名牌产品作为企业品牌创建的重要内容,在做强现有品牌的同时,积极培育新品牌,完善品牌链。成立了由党政主要领导牵头的品牌创建领导小组,制定“品牌创建”工作方案和关键工艺质量控制点方法,结合“三体系”认证标准,细化创建措施,确保品牌创建的各项任务得到落实。

安徽省矿业机电装备公司在生产一线设立优质产品展示台和劣质产品曝光台,开展“质量月”活动和质量标兵评选等多项活动。邀请省、市“质量大讲堂”进驻公司,聘请专家教授讲解现代管理知识,不断强化职工的“做精品、创品牌”意识。

该公司还将科技创新作为打造企业品牌的重要保证,不断提高科研实力。现拥有一个省级技术中心和一支庞大的技术研发团队,与北京煤科总院、沈阳研究院、中国矿大等多所高校开展校企合作,整合现有研发资源,构建研发体系,加快对核心技术的引进吸收,培育自主创新能力。

名牌产品催生品牌效应。近年来,该公司成功打开内蒙古、宁夏、四川等地煤机市场,业务范围正逐步向山西、河南等周边地区拓展。同时,在“名牌”效应的带动下,企业在生产能力、质量控制、盈利水平等方面均实现质的飞跃。截至今年3月底,公司已有156架液压支架、5条带式输送机、3台刮板输送机交付客户使用。

亚太股份： 机器人自动化车间 是未来趋势

■ 龚空

自动化车间是未来工业发展趋势,而采用机器人生产则是这种自动化的集中体现。浙江亚太机电股份有限公司董事长、总经理黄伟中日前表示,亚太股份提出“智慧工厂”、“数字车间”等概念,努力打造国际一流现代化企业。

亚太股份从国外购置生产线,光引进设备就花了2000万元。在亚太机电股份有限公司汽车电子产品装配车间,包括上料、压装、嵌入在内,亚太股份生产装配一个高档ABS防抱死制动系统阀体,总共要经历13道工序,应用机械手之后,其中11道工序实现自动化,无须人工操作。这条高档ABS防抱死制动系统生产线去年投入运行,总投资约4000多万元。工人数量从此前的每班7人降到每班2人。

亚太股份通过技改项目实现机器人换人之后,不仅用工量大为减少,而且生产效率有极大的提高,产品质量更趋稳定。据悉,今后公司还将斥资数亿元,再引进8条生产线,逐步向智能化车间推进,引进更多的机器人替代人力。

在亚太股份制造一部车间,两种截然不同的生产现场,形成鲜明对比。车间一侧,6台巨型生产机床包围3台长约6米的大型机器人,1个工人在一旁看管;而在同车间另一侧,加工、装配,3个工人忙碌着穿梭在设备之间,每个人操作两台机床。“同样一个班,同样生产350套阀体,一个只需1人,一个要3个人,反差很大。”黄伟中说,这相当于1个人干了3个人的活,劳动力成本节省了。

在汽车电子产品装配车间,黄伟中从生产线上取出一个ABS阀体,指着产品上一个约2厘米长的弹簧说:“加工过程中,倘若这根弹簧比程序设定的哪怕长出1毫米,监控装置就会自动报警。”黄伟中解释,这意味着这个ABS阀体就是不合格产品,并沦为废品。

零部件相差1毫米,按此前采用人工加工的方式,这么细小的差别肉眼根本识别不出,而且还存在人工失误因素,但机械手却一次解决诸多细节性难题。“换言之,制造产品的精确度得到提升。”黄伟中说,这就不难理解为何这条生产线下线的全都是高档产品。据悉,目前亚太股份的ABS受到众多知名整车企业的青睐。

使用机器人生产,产品质量不仅更有保证,而且同一条生产线产量也进一步扩大。据了解,此前亚太股份一个班能生产350套ABS阀体总成,而如今产量达到500套,提高了46%多,由此带来的经济效益十分明显。

广州国际模具展强势回归广交会展馆 已获过百模具名企支持

■ 季一径

作为一年一度的模具行业盛事,广州国际模具展Asiamold将于2014年9月15-17日在广州琶洲广交会展馆A区隆重开展。在过去的七年里,Asiamold一直为各大模具企业提供展示平台,开拓内外贸易商机,市场拓展从传统的欧美市场到新兴的中东南美等地,现已成为模具企业提升品牌力量,开发优质订单的不二选择。

在中国,模具产品对于供应商来说仍然是利润丰厚的。国家经济增长主要依靠制造业,2013年国内制造业总产值就超过了700亿美元。然而绝大部分制造商所采用的模具产品主要来自于国内供应商,进口模具主要来自加拿大、丹麦、法国、德国、意大利、日本、韩国、新加坡、美国和我国台湾等地。对于想把产品销往中国市场的品牌企业,Asiamold毫无疑问是他们寻找优质买家的首选平台。

Asiamold每年都吸引来自汽车产业、电子电器、家电、航空航天、船舶制造、通讯行业、消费品及医疗产业等制造相关领域的专业观众聚首一堂。对于行业的决策买家,

南北车非洲“会师” 轨道交通装备业共推“中国智造”

■ 宋方灿

近日,中国南车与中国北车两家集团公司的总裁在南非约翰内斯堡会师,分别签下了南非国家交通运输集团有限公司(Transnet)21亿美元和8亿美元的采购大单。这为中国企业走进非洲,再次写下了浓墨重彩的一笔。

这也是中国南车2012年与该公司签下95辆机车的合同后,又一次获得大单。此次中国南车株机公司获得了359台电力机车的采购订单,同时签署了20E项目的100台机车增购合同,合同总金额超过21亿美元。专程赶到南非参加签约仪式的中国南车总裁刘化龙表示,南非客户再一次选择中国南车,证明了南非人民对中国品牌的信赖。“走出去”积极拓展海外市场,已成为中国高端装备制造行业新的发展路径。中国南车株机公司最近在南非、马来西亚、土耳其三国相继拿到的订单总额超过了200亿人民币,并在这三个国家建立了生产基地,辐射非洲、东盟、欧洲等市场,实现了由输送“产品+服务”向“产品+服务+技术+投资”的海外发展的“转型升级”。

中国北车也尝到了“走出去”的甜头,公司



Asiamold已成为他们做采购决策时的第一首选目的地。海外买家每年都积极参与Asiamold。随着国内模具制造商的质量越来越高,2013年前来参观Asiamold的海外买家数量增长了59%。当中主要来自加拿大、俄罗斯、伊朗、印度、日本和德国等。

2014年Asiamold将会进一步提升展会规模及质量,汇聚更多更优质的模具行业制

用“接轨世界,牵引未来”作为未来使命。在2011年和2012年,中国北车轨道交通装备制造销售收入连续位居全球第一,国际市场也快速开拓,产品出口80多个国家地区,内燃机车、城轨地铁、货车批量进入发达国家市场。此次在南非的内燃机车的招标中,中国北车与通用公司平分秋色,获得了223台机车的合同。

南车总裁刘化龙认为,中国高端装备制造“走出去”的关键就是要在全球树立良好口碑。在此次中标结果公布仪式上,刘化龙表示:“我们将以高标准贯彻于机车研制过程,使其更安全、更可靠、更低碳,回报南非客户。”

在刘化龙看来,中国高端轨道交通装备海外发展,正在实现“中国制造”与“中国智造”的全球双认可。此次项目南非招标的前提就是本土化率要超过60%。在接受记者专访时,刘化龙表示:“南非的本土化要求,某种意义上就是以技术换市场,在提供产品的同时,还要提供他们需要的技术,培养今后其本土化生产的能力。我们会根据合同要求推进。”他还对南非的招标方表示:“我们理解你们的需求和期盼,将兑现本土化等承诺,实现南非机车南非造,实现中国南车对南非人民的郑

重承诺。”

中国北车总裁奚国华也对南非乃至非洲的“本土化”表示理解和支持。他表示,南非制定了供应商发展计划、本地化生产和“黑人经济振兴”政策。我们对此非常理解,本项目的成功必将有力推进南非机车制造技术的发展,带动相关产业链的进步,创造更多的就业机会。

刘化龙非常看好非洲市场,称中国南车把非洲市场作为海外战略的一个重要组成部分,投入的精力和资源较多:“非洲市场非常有潜力,我们的产品在非洲评价很好。”他并不担心核心技术的输出,在他看来,在非洲的“本土化”不是威胁,更多的是机会:“本地企业成长靠我们技术输出,技术带动,也拉动国内企业的技术出口。”

虽然已经在南非连续拿下近30亿美元的合作,但刘化龙并不担心树大招风。他告诉记者:“我们一直在采用带动和推动当地企业发展,为当地社会尽企业责任,并尊重当地文化,实现互惠共赢的合作模式,这是关键所在。我们目前走出去的企业,与当地合作都比较愉快。”