

自2007年5月成立,中国铁建重工集团从“零”起步,仅用7年时间,建成全国最大盾构产业基地,研制出世界上独一无二的煤矿斜井掘进机械——

铁建重工:创新打造世界级高端装备制造制造业

■ 樊曦 齐中熙

自2007年5月成立,中国铁建重工集团从“零”起步,仅用7年时间,建成全国最大盾构产业基地,研制出世界上独一无二的煤矿斜井掘进机械……

是什么让铁建重工实现7年一跃,一鸣惊人?用铁建重工董事长、总经理刘飞香的话说,正是走自主创新发展之路,构建面向产品全生命周期的全新服务模式,铸就了铁建重工走向高端装备制造企业之路。

从无到有,打出自主品牌

盾构机被称为现代隧道施工中的“巨型穿山甲”。有了它,无论地铁还是穿江入海,可以实现开挖衬砌一次完成。而在2008年以前,国内盾构机市场长期被少数外国企业垄断。

“那时每台盾构机售价上亿元,更换刀片和零件要价更是高得离谱。”刘飞香说。

关键设备不能受制于人!从那时起,中国铁建决定打造属于中国品牌的盾构设备。2008年8月,中国铁建投资7亿元的铁建重工落户长沙,开始自主研发之路。

从那时起,铁建重工依托自身特点,确定了发展地下工程装备的产业布局,明确了“自主研发、全球采购、系统集成、自主产权”的产业化理念,实施了“设计、制造、施工、改进”四位一体的研发模式和服务模式。引进人才技术,不断消化创新。

短短一年多时间,铁建重工自主研发的首台盾构机“开路先锋19号”成功下线,国产化率达87%。在当年长沙地铁盾构机的招标中,铁建重工以每台比国外同类产品便宜约



● 铁建重工董事长、总经理刘飞香

500万元的价格、专业的售后解决方案,击败国际竞争对手一举中标。

弯道超车,练就独门绝技

起步较晚的企业要想与国际企业实现同台竞争,必须根据客户需求,研发出自己的独门绝技,实现弯道超车。

铁建重工集团针对用户在施工中遇到的各类难点,有针对性地提出解决方案。如全国最大的煤炭生产企业之一神华集团,长期面临采煤与掘进速度严重不匹配难题。根据客户的需求,铁建重工科研人员创造性地提出了研制煤矿专用斜井掘进机的想法。

2013年8月,由铁建重工集团与神华集团联合研发,拥有完全自主知识产权的全球首台长距离、大坡度煤矿斜井TBM掘进机下



线,不仅填补了国内外这一领域的空白,更颠覆了煤矿采掘的传统理念,标志着我国在大型高端装备制造领域取得重大突破。

“采用专用的煤矿掘进机开挖斜井,具有安全、快速、环保等优点。其关键设备系统进行了防爆设计,具备大流量通风除尘、高可靠性排水、长距离重载物料运输、有害气体检测与报警系统等功能,确保煤矿斜井施工安全可靠。”负责该设备研发的铁建重工副总经理程永亮说。

延长链条,全生命周期服务

“传统观念认为,制造就是生产加工。实际上制造包括生产和服务。我们按延长链条针对客户需求,从产品研发、制造到服务提出一揽子解决方案,构建了面向产品全生命周

期的全新服务模式。”刘飞香说。

为建立快速反应机制,铁建重工构建了基于互联网的盾构机云端远程监控系统。将分散在各地施工的盾构机统一纳入监控平台中,从而实现对盾构机最新位置、掘进姿态、故障诊断的远程监控。

目前,我国盾构机的保有量近600台,每台盾构机的平均使用寿命是10至15公里,每年有数十台盾构机进入报废或即将报废阶段。为此,铁建重工为客户提供产品翻新维修和再制造服务,让旧盾构机重新焕发活力。

“产品全生命周期服务,就是从用户终端交互、调研入手,整合产品设计研发、性能改进、成本优化、运行管理、再制造等,为用户提供个性化定制解决方案。这种模式超越了传统的提供产品与售后服务模式,搭建了一个不断优化、再生的系统。”刘飞香说。

“香港·设计廊”开新店展售本地创意产品

“香港·设计廊”位于PMQ原创方的分店21日开幕,展示80名香港设计师的1500款创意产品。

“香港·设计廊”由香港贸易发展局设立,以售卖本地设计师的作品为主。当天开幕的PMQ原创方新店分为3个主题店铺,分别是出售礼品、家具、文物和玩具的“Desinger De-

light”、手袋及配饰的“Accessory Access”,以及手表及珠宝的“Treasure Trove”。

PMQ原创方是设计与创意的新地标,是香港本地新晋创作精英的集中地,旨在培育创意企业家,为他们提供创业平台,这与“香港·设计廊”致力于推广原创设计及品牌的理念不谋而合。

“香港·设计廊”其余两家店铺位于湾仔会议展览中心和香港国际机场。除了设立设计廊实体店,贸发局还将产品带到海洋公园、世界自然基金香港分会的访客中心,以及尖沙咀K-11商场等人流旺盛、客源多元化的销售点。

香港贸易发展局总裁林天福说,贸发局

也积极开拓内地市场,2009年在北京东方新天地开设首家设计廊内地分店,随后在广州、上海、青岛、武汉等地开设销售点。另外,继2010年在“淘宝网”旗下“天猫”网购平台开店后,贸发局今年3月在内地市场占有率第二大的网购平台“京东商城”开店,将香港设计推介给更多消费者。(张雅诗)

对话雷军:新媒体要创新形式传播正能量

■ 刘景洋

日前刚刚发布了新款智能机“小米4”和可穿戴智能设备“小米手环”,小米科技董事长兼CEO雷军25日在接受新华社记者专访时又对新媒体行业发声:在信息过载时代,优质内容要有趣不越线,用新形式传播正能量。

信息过载,优质内容要跨媒体跨终端

“现在的问题是信息过载,令人头痛。雷军表示,微博的活跃度降低,一个重要原因是信息过载,且有很多负能量,不少人发现,关了微博,世界依然是挺美好的。”

这给优质内容创造了机会。他说,传统媒体优势是内容,要结合年轻人的阅读习惯,要跨终端跨媒体,要做好玩有趣的展现,传播正

能量,不能越线。“如果都是负能量,读者最先不满意。”

雷军比喻说,传统媒体和新媒体就像是开车,一脚油门下去,一个80公里每小时,一个250公里每小时,但开快了总会翻车,开得又快又好才是赢家。

二三线城市新媒体大有市场

新华社正在打造国内最大的党政客户端集群。雷军说,二三线城市尤其是县级区域,对于新媒体的需求很大,帮助地方政府建立“后报纸电视时代”的舆论阵地,意义重大。这是媒体融合时代的“天才创意”。

要形成从业务模式到商业模式的闭环,雷军强调,要用互联网思维思考问题,运用单点机制、压强原理实现突破,锁定核心人群,



提高活跃度精准渗透,减少官样文章,打造新的话语平台。

“产品好、有公信力、客户抓得准”,这是雷军判断新媒体成功与否的标准。他说,抓好手机端赢得用户,也要影响决策者。

“我都有六七年没认真真地用过电脑

了。”雷军说,“一次也没用过?”记者追问。“也用过,几次。”他笑笑。

传统优势越明显,转型就越要做到极致

从上世纪90年代初加入金山,到近年来靠小米实现飞跃,雷军20多年的互联网之路起伏跌宕,也让他深谙行业发展规律。“对于传统行业,互联网是拿着火枪来的,快速结束了冷兵器时代,传统媒体和新媒体也一样。”

雷军认为,传统优势越明显,转型难度越高。金山当年在软件领域算得上奇迹,但是转型经历了10年艰难历程。“每个人都是置之死地而后生,改革不彻底就会等死。”

他将互联网创业心得与新媒体共享,“注重每个个体的感受。赢家通吃,要活下去,就要做到极致。”

“中国式创新”定义全球竞争新模式

■ 褚国飞

据2014年《财富》世界500强企业排行榜,中国上榜公司数量达100家,仅次于美国的128家,位居第二。这是中国经济发展成果的反映,更是“中国式创新”的生动写照。

中国已从“追随者”转变为“创新者”

当地时间7月12日,美国麻省理工学院“中国创新与创业论坛”举办“共建者日”活动,旨在为未来企业家搭建平台,使未来企业

家能寻找、分享和共创创新性想法。在此次活动中,与会者强烈感受到,“中国”与“创新”的关系正在发生变化。

不少美国学者看好中国经济的未来,认为中国正在创造新的创新模式,且此种模式将适应21世纪世界经济的发展。他们呼吁美国摒弃成见,向中国学习。

美国布朗大学中国研究领域教授爱德华(Edward Steinfeld)等人在做了三年有关中国企业创新的走访调查后表示,“中国式创新”已日益成为任何期望在全球市场上获得成功的企业不可或缺的条件。应用搜索引擎公司

“Quixey”产品与营销执行副总裁古鲁·谷丹攀(Guru Gowrappan)表示,中国紧跟时代步伐阔步前进,世界各国需要改变对中国创新的印象。例如,当今世界最大的网络和技术公司中有四家来自中国——阿里巴巴、百度、腾讯和小米,其中三家公司在2013年就已成为全球前十名。无论其他国家对中国经济或中国创新有何成见,事实已有力地证明,中国已从一个“追随者”转变成一位“创新者”,且很多方面已开始重新定义市场,如搜索、商业、社交媒体、娱乐、广告等领域。

英国剑桥大学管理学教授彼得·威廉姆森(Peter Williamson)和助理教授尹一丁(Eden Yin)对中国企业和中国市场有多年的研究经验,他们认为,过去,中国被贴上“追随者”甚至“仿造者”的标签,如今,中国企业在全球竞争中正开创出一条新途径。中国企业关注“加速创新”,即寻找新方法,加快产品更新换代、缩短某产品在市场上的领先时间,最大范围地降低新产品投入市场的成本,缩短创新产品、大规模投入生产和快速打开主流市场的周期。这种中国式加速创新是中国企业创新实力最有力的证明。

中国企业实践挑战传统创新模式

威廉姆森和尹一丁的研究发现,很多中国企业实践的模式正在挑战传统的创新模式。就早期研发阶段而言,传统研发往往投资

大、周期长。很多中国企业将早期研发目标阶段化,各小组“流水线生产”式地攻克各个阶段性目标,最后将各项创新成果进行“流水线组装”,从而加速研发进程。在投入市场阶段,中国也采用全新的“快速推出—测试—改进”循环模式,将“半成品”创新产品快速投入市场,收集客户反馈等多方信息,根据客户的实际体验和市场需求不断改进产品,推出升级换代产品。

威廉姆森和尹一丁认为,随着整体商业环境的变化,中国公司发展出来的“加速创新”是今后全球竞争的关键。

与中国企业合作在全球竞争中实现双赢

威廉姆森和尹一丁表示,当今新的消费环境下,竞争者需要有迅速跟进的能力,企业必须重新思考传统创新模式和新产品投入市场的过程。中国企业在组织研发、缩短研发周期、降低创新和商业化成本,以及缩短创新产品商业化周期方面有着世界领先的能力。

为此,他们建议外国企业广泛开展与中国企业的合作。这不仅有利于外国企业更快地进入中国市场,还能够更快地打开海外市场。例如,英国太古集团起步时是规模很小的生物科技发展商,自2003年成立以来,在英的发展一直艰难,而2010年它与两家中国公司合作后,仅在两年时间内就占领了中国市场,也打开了北美和巴西的市场。



长三角首推“高铁+景区门票”套餐 实现“快旅慢游”

24日记者从上海举行的长三角地区旅游合作第四次工作会议上获悉,长三角加速推进旅游一体化,依托苏浙皖沪高铁网络,将推出“高铁+景区门票”、“高铁+酒店”旅游线路和产品。

旅游业作为开放的产业,旅游一体化最根本的是形成统一的市场,让各类要素在地区之间自由流动,让资源配置更有效率,更加优化。

据了解,上海铁路局共有京沪、沪宁、沪杭、宁杭、杭甬、合宁、合武、甬合温、温福、合蚌等10条高铁线路,形成了以上海、南京、杭州、合肥、徐州等中心城市为核心的快速交通圈。

目前,旅客选择高铁出游,上海至杭州最快45分钟、至南京最快1小时7分钟、至合肥最快2个半小时,杭州至南京最快1小时22分钟、至宁波最快50分钟,合肥至南京最快1小时2分钟。

高铁公交化运营,方便快捷。目前,京沪高铁日均开行动车组115对,约8分钟一趟;沪宁高铁日均106对,沪杭高铁日均81.5对,宁杭高铁日均54对,实现了公交化开行。

高铁的快捷使游客减少过夜,节省了旅游成本,不仅提高了人们的出行效率,而且“同城化”效应也改变了人们的生活方式,激发了中低收入和闲暇时间较少的群体出游。

上海铁路局局长郭竹学介绍说,高铁发展带来两个变化:一是高铁旅客发送量快速增长。2013年,上海铁路局高铁发送旅客1.72亿人次,同比增长28.1%,今年上半年上海铁路局高铁发送旅客1.06亿人次,同比增长44.8%。二是双休日、小长假、暑运客流持续旺盛。今年上半年26个双休日,上海铁路局日均发送旅客130.2万人次,比春运日均还多发送12.5万人次。

高铁发展推动了长三角地区旅游资源的整合。在上海、南京、杭州、合肥等主要城市的铁路沿线,集聚了长三角丰富的旅游资源,通过高铁串联,这些旅游资源可以得到有效整合、优势互补,区域旅游一体化增强了对游客的整体吸引力。

24日,苏浙皖沪省、市领导齐聚上海,共议推动区域合作、经济转型发展、产业转型升级大计。在三省一市政府领导的共同见证下,苏浙皖沪旅游管理部门签署了《长三角地区率先实现旅游一体化行动纲领》。

按照本次合作协议所达成的共识和要求,苏浙皖沪将联手消除各种阻碍形成统一旅游市场的藩篱,破除制约长三角旅游一体化发展的体制障碍,推动区域旅游政策的协调和统一,让各类生产要素和消费要素有序顺畅流动,共同探索一体化来推动旅游经济发展的新模式。(王蔚)

厦门银行引进台湾“信贷工厂” 为大陆小微企业发展助力

台湾经验在大陆开花,厦门银行引进台湾“信贷工厂”经验,结合大陆实际,用心探索,成功打造出一支助力小微企业发展的专属金融团队,破解业界一直困惑的小微企业融资难。

厦门银行为大陆首家引入台湾战略合作伙伴的商业银行,为解决小微企业融资难问题,于2013年6月底挂牌成立新兴金融事业部,专注小微授信方案,专心服务小微企业。

自开业运营至今,厦门银行新兴小微企业专属团队已达12个,人员扩充至140多人,为厦门、泉州、福州、重庆、莆田5个地区的1200多家小微企业提供了累计6亿元的免抵押贷款。一年来,1200多家小微企业真正发生还款逾期的仅有7户,逾期金额180多万元,逾期贷款率只有0.4%。

新兴金融部隶属于厦门银行,实行全成本制,独立核算,自负盈亏,人员工资、场地设备费用、营运成本、日常支出全部要自己承担。虽然开业才短短一年时间,他们已全部收回先期投入成本,并于2014年6月开始全面盈利。

厦门银行新兴金融部总经理于中浩告诉记者,新兴金融部的成功得益于台湾金融机构“信贷工厂”模式的引进,最重要的经验有两点,一是全程风险控制,业务信用管理分离,严禁中介。二是全成本制,精细化管理。业务开展中有效避免了人员道德风险、中介推介风险和无效成本。(余瑞莹)

筑巢鑫和 引凤来栖 成就您创业的梦想

四川·邛崃鑫和中微创业园 地址:四川省邛崃市临邛工业园司马大道D段 邮编:611930 网址:www.xinhesy.cn 全国招商电话:4008326898