

品牌风采

从去年 10 月始,利德华福正式提出以“质量无忧、运营无忧、服务无忧”为基础的全程无忧的客户价值理念,以提高用户满意度。利德华福将这些措施提炼总结为“全程无忧”战略,包含三个核心价值点和一整套的具体行动落实,即始终坚持品质至上并真正将品质的理念贯穿产品设计、供应商选择和生产过程控制中;从单纯的设备销售到全生命周期的对用户支持服务;从被动地解决故障问题到主动地故障预防以及向用户提供咨询和培训。利德华福正致力于向高压变频生命周期服务专家转型,为用户带来全新体验。

以“全程无忧”提高用户满意度

利德华福战略制胜产品销量节节攀升

■ 米尔华

在大幅度提升高压变频器的稳定性、可靠性的同时,其带来的节能效果更为显著。北京利德华福电气技术有限公司(以下简称利德华福)成功地在全球运行 11000 套高压变频调速系统,每年节电 159.14 亿度,足以点亮整个世界 11 小时;减少废气流量达到 2100.64 万吨,相当于种植了 3300 公顷的绿树。

利德华福电气技术有限公司致力于为用户提供自动化控制及节能技术改造整体解决方案,迄今已有遍及六大洲 11000 套的高压变频器业绩,并拥有关键技术专利 80 余项。利德华福多次荣获水泥行业“百强供应商”、连续六年荣膺“成长力 10 强”、被评选为“设计师优选十大变频器品牌”、荣获高成长性中小外贸企业出口百强、荣获 2012 中国电气行业十大民族品牌称号、“2012 年度十大变频创新产品”、连续八届荣膺“高压变频器十大品牌”、荣获“经济发展突出贡献企业”称号、荣膺“中国电气工业创新力 10 强”、中国电工技术学会“领军企业奖”等奖项。

质量无忧

利德华福凭借丰富的高压变频器制造经验,结合全球领先的高效生产模式,带来工业化的全面革新。为了可持续科学发展,利德华福借助施耐德的先进生产和质量管理理念,在工业和质量体系方面重新投资 3000 万元,完成了工业系统彻底的升级改造。为了给每位员工创造良好的工作环境并提供能够最大发挥个人特长的平台,去年投资 500 万元完成了研发办公室的改造。

利德华福始终将产品的安全性放在一切的首位,全程可视化的生产管理,有效的及时纠错机制以及严苛的测试体系是利德华福坚守质量的方式。设备出厂必须在 50 度高温下同步进行老化与满载测试,模拟现场工况铸就卓越品质,确保质量无忧。

利德华福电气靠不断自主研发创新领军高压变频器行业,靠能效为先的卓越品质赢



得市场份额,靠全程无忧的价值体验拓展高压变频应用领域。新一代 HAR3000 提升机的推出,满足了高压变频器对高海拔、井下、海上及腐蚀性气体等特殊环境及对于提升、传送、压缩机的新应用需求,开拓了高压变频器应用的新领域。利德华福 18MW、11.5MW、11MW 超大功率高压变频器成功投运为化工行业超大功率压缩机组解决能源与经济、环保、高效生产等综合问题,提供了新思路、新方法,证实利德华福在超大功率变频器技术上具有更大的领先优势。完美的配套解决方案优势,进一步奠定了利德华福作为国内高压变频龙头老大的领军地位。

运营无忧

2013 年秋,利德华福正式对外发布变频管家,基于信息技术及大数据挖掘的变频管家解决方案,通过 24 小时全天候实时观测设备运营状态,将所有数据进行计算、分析、存

储、决策,建立对潜在风险的预判,进行及时的维护或维修,防患于未然。变频管家服务平台将每 5 秒收到 10000 台高压变频运行的多项数据,为每台设备打造专属的全方位运营保障服务,全年 365 天实时观测、及时预防;通过远程服务中心充分保障运营安全;通过对设备运行数据的专业处理,在需要维护维修及优化时提供专业性更强、实施成本更低的解决方案,切实保障运营安全及客户效益,从而,利德华福和用户的关系从接近一次性的买卖关系变成为全生命周期的服务合作关系。随着变频管家的不断推广,利德华福客户服务的业务模式将真正向主动帮助用户发现问题和解决问题的方向转型。

服务无忧

利德华福不仅为用户提供高质量设备及变频节能方案,更以快捷的交货、完善的配套、贴心的运营保障,为用户带来产品全生命



周期服务;以用户至上的理念、锐意进取的态度及高效的执行,开启利德华福的无忧世界!全新升级的客户支持中心 Customer Support Center(CSC)是一个由专业人员组成,以客户为中心的全方位线上线下支持团队。作为利德华福电气面向客户的窗口,客户支持中心会一直将客户的满意放在第一位,每天都用自己的专业和热情为客户提供优质、高效的服务。让客户得到全新的服务体验,尽享服务无忧。利德华福通过其超过百人、严格考核认证的服务团队,全面肩负起变频器安装、调试、维护、故障处理工作,以高效的服务保障用户按计划投运设备并安心运营。利德华福不断完善变频器全生命周期管理:通过网络、新媒体和客户关系平台迅速地响应用户需求;定制化延保方案、预防性维护及培训认证体系、以及便捷的设备回收机制让客户得到更多全新的服务体验,尽享服务无忧。并辅以管家式远程服务中心,建立全生命周期的设备档案,提供参数优化指导,提高运行效率和设备寿命,践行让用户“全程无忧”的服务理念。

利德华福的新变化、高效率及创新活力令人瞩目。利德华福全新的管理理念,严格的质量控制体系及研发创新的丰厚经验,定能将利德华福电气打造成为更坚实的全球中高压变频的研发和制造基地,国际化发展路线必将把利德华福带到一个崭新的高度。坚守理念,利德华福正将实现高压变频全生命周期服务专家之路也会越走越远!

展示直驱永磁技术机组优势

金风科技盛装亮相第四届亚欧博览会

■ 柏方

新疆金风科技股份有限公司 9 月 4 日盛装亮相于新疆乌鲁木齐举办的第四届中国—亚欧博览会,展示其作为全球领先的风电整体解决方案提供商,在风力发电机组设计、研发、制造以及风电服务、风场开发领域的最新研发成果及解决方案。这是金风科技第四次参展,再次向新疆以及周边各国展出了其全球领先的直驱永磁技术产品。

在本次展会上,公司通过视频短片、实物模型、主题宣讲等方式,向观众介绍了直驱永磁技术机组的各项优势,如高可靠性、高发电效率、低维护成本以及优越的并网性能。展出了针对超低风速、低风速、高海拔、低温、高温、抗冰冻等不同区域气候环境专项开发的 1.5MW、2.5MW 系列化产品,并重点介绍了“风电机组全生命周期资产管理解决方案”、“智能微网应用技术”。

金风科技积极助推新疆开放型经济发展,并凭借其在新疆得天独厚的区位优势,将中亚作为其海外新兴市场拓展的一个重要区域,

借助中国—亚欧博览会这个平台,充分展示其研发、制造、服务、投资运营等方面的综合实力,积极推动与中亚国家和地区在风电领域的全面合作与发展。除展出外,公司还参加了由联合国工业发展组织举办的主题为“城市化、工业文明和更好的生活”的圆桌会议、土耳其主宾国活动、中国新疆·欧洲经贸交流会、中国新疆·太平洋岛国经贸交流会等一系列相关会议活动。

金风科技作为成长自新疆的本土企业,是中国最早进入风力发电设备制造领域的企业,凭借不断坚持自主创新,同时依托新疆地区优质的风资源条件以及自治区政府大力支持,经过十六年的发展,已逐步成长为国内风电设备领军企业和全球领先的风电整体解决方案提供商。

多年来,金风科技不断将自身的发展完全融入所在地方的经济社会发展之中,最大限度地贡献新疆地区的经济发展和民生改善。通过在新疆地区的大量投资带动了产业集群建设,有力推动着地方经济增长方式的



转变,并为社会提供了大量就业岗位和税收。截至 2013 年金风科技在新疆地区的累计装机超过 640 万千瓦,员工总数超过 4400 人,其中少数民族 276 人,累计在新疆纳税 31.03 亿

元。金风科技始终怀着强烈的责任感和使命感,以发展清洁能源、减少环境污染、造福子孙后代为己任,为推动低碳、绿色经济发展不遗余力地奉献力量。

斗山工程机械服务综合能力大赛在烟台圆满举办

■ 季锦

2014 年 9 月 2 日,斗山工程机械在山东烟台举行服务综合能力大赛决赛,此次决赛,共有 16 组参赛团队杀入决赛,角逐斗山最佳服务团队称号。

今年是斗山工程机械进入中国市场 20 周年,为此斗山工程机械售后服务部隆重推出斗山服务年项目以及多种服务活动,包括四季巡检、寻找老客户、DoosanCARE 专家随行等。为进一步提升服务意识和品质,规范服务制度,树立斗山服务品牌的优质形象,实现对中国客户的坚实承诺,斗山工程机械(中国)有限公司的售后服务部举行了以“全员全程心服务,真心真意赢未来”为主题的斗山服务综合能力大赛。

本次活动共分为代理商自主选拔赛、大区选拔赛和总决赛三个阶段,自 6 月起共历时 3 个月。代理商自主选拔赛由代理商内部进行技能考核,组建团队参加大区选拔赛,综合评比选出前 16 强团队,最终在山东烟台进行总决赛。由斗山售后服务部的资深维修工

程师担当评委,在规则上,充分模拟维修现场,针对坐席、维修人员、文员进行综合考核、为奋战在各个岗位上的精英们提供展示业务技能的平台。

2014 年斗山工程机械面向全国开展服务综合能力大赛,秉承“满意为标,客户为准”的宗旨,目的在于进一步提升斗山服务人员的专业技能和职业素养。经过激烈的角逐,最终吉林斗山获得服务综合能力大赛第一名,河南千里马和徐州斗山分别获得亚军和季军。在随后的颁奖仪式上,全国服务综合能力大赛的三强获得斗山高层颁发的荣誉证书和丰厚奖品,活动现场气氛热烈,共同庆祝获奖者技冠群雄。

斗山工程机械作为全球领先的工程机械品牌,无论是从经营理念还是服务标准都以客户需求为中心”,对于服务人员的要求以专业、敬业、职业为标准,通过 20 年的探索及发展,如今已形成完善的售后服务体系,在服务流程的标准化和规范化方面领先整个行业。此次活动的进行是对斗山全国代理商标准化服务的一次全面检验,接下来斗山售后服务

部会携手代理商一起对各自区域的服务情况进行查漏补缺,共同打造让客户满意的斗山服务。

斗山工程机械(中国)有限公司销售与市场高级副总裁权宁珉在活动现场表示:“斗山工程机械在中国市场 20 年来的成功发展,售

后服务水平是至关重要的因素,希望通过这次活动,能够进一步深化斗山服务方面的品牌意识,帮助斗山代理商提升服务水平,真正从行动上树立 E 服务品牌价值,斗山愿与全国经销商及合作伙伴一起,共同助力中国工程机械的健康发展。”

▼ 相关链接

斗山工程机械

斗山工程机械隶属于韩国斗山集团,斗山工程机械是全球领先的工程机械制造商,主要提供工程机械、机床以及发动机设备及服务。自 1937 年创立以来,斗山工程机械以高品质、高技术拓展市场,以整体解决方案和增值服务不断提升品牌价值。目前斗山工程机械生产基地遍布美洲、欧洲、亚洲,并均与斗山在韩国总部以及在美国、中国、欧洲等地的全球化研究开发中心和工程技术网络紧密合作。

斗山工程机械在轮式挖掘机的市场占有率、小型施工设备领域以及空气压缩机及附件领域均排名全球首位,是建设工程机械领域的世界顶级品牌。斗山工程机械(中国)凭借领先的技术和专业的团队,率先积极地应对中国市场变化。斗山工程机械中国有限公司在中国挖掘机市场占有率 8 年第一,客户满意度 9 年获得第一,2013 年 12 月率先实现了挖掘机累积生产销售总量突破 13 万台。

意在开发太阳能电站项目

天合光能收购云南冶金新能源大多数股权

■ 房北

近日,常州天合光能有限公司天合光能有限公司宣布收购云南冶金新能源股份有限公司(“云南冶金新能源”)90%的股权。天合光能通过云南省公共资源交易中心网络竞价方式与其他意向受让方公开竞价,最终获得云南冶金集团股份有限公司、昆明冶研新材料股份有限公司和昆明有色冶金设计研究院股份公(以下统称为“三方”)在云南产权交易所公开挂牌出让的云南冶金新能源股份有限公司股权,并与转让三方签署产权交易合同。其余的 10%股权仍由三方共同持有。

云南冶金新能源致力于下游太阳能项目的开发,目前该公司位于云南省南部的 300MW 项目正在开发之中。项目一旦运营,将成为云南省最大的太阳能电站项目,也将成为中国最大的太阳能电站项目之一。该 300MW 项目预计将在 2014 年第三季度开工。通过整合各战略伙伴的资源,云南冶金新能源正在积极寻找新的项目机会以扩大其项目储备。

“我们很高兴与云南冶金集团及其旗下两家子公司共同合作开发太阳能电站项目,”天合光能董事长兼 CEO 高纪凡说,“我们全力支持云南地区采用太阳能发电,并结合各方优势推进节能减排和环境保护。依靠我们过硬的产品质量和公认的项目开发经验,加之我们合作伙伴在华南市场的地位和知名度以及项目资源,我们期望共同合作,获得更多新的项目机会,为合作各方带来利益。与合作伙伴的战略合作展现了公司在中国下游项目开发中的灵活性,并将加强我们在下游市场的领导地位。”

天合光能一直致力于用太阳能造福全人类,通过创新、质量、全球化不断为全球各地提供高质量高性价比的光伏组件产品和系统解决方案,成为全球太阳能行业的领导者。公司的组件质量通过了国际主要权威质量检测认证机构的各项检测,成为全球客户和同行一致认可的质量标杆。高纪凡说:“我们在全球积累了丰富的光伏项目设计和管理经验,期望通过此项目引入国际权威认证机构质量认证体系,为中国光伏电站树立质量和管理标杆,引领中国应用市场高品质高速发展,为全体利益相关方创造价值。”

邦派五金打出品牌方能先享市场“蛋糕”

■ 闻昆

随着五金市场的竞争越来越激烈,很多的生产商发现如今的生意是越来越难做了,按照常规的思维模式,五金门锁市场随着我国建筑业的发展市场发展潜力巨大,原本应该生意越做越好才对,为何眼下的路越走越窄呢?

针对这样的问题,广东邦派五金给出了一个相当精准的答案:虽然说如今五金市场的规模在进一步扩大,但是无论是新增的份额还是原有的份额,都一步步被行业的大品牌蚕食鲸吞,以靠打价格战为生的小品牌,由于传统的思维无法打破,进而被消费者逐渐抛弃,便出现了发展越来越困难的窘境。

十年前,我国五金门锁刚迎来第一次发展飞跃的时候,很多生产商发现五金行业简直是“遍地黄金”,锁具只要生产出来,价格低廉,就不愁没有销路,所以经过几年发展,不管是大厂商还是小作坊,都尝到了不少甜头,但是后来随着国家经济改革的深入和消费者消费观念的成熟,传统的模式遇到了前所未有的危机。

对于这个危机,邦派五金深有感触,在五金行业,绝大多数的厂家都重产品,轻品牌,认为只有产品质量好,价格公道,就不愁没有人来买。但是邦派五金敏锐地觉察到了品牌的价值,所以便毅然跳出了原有的思维定势和思维模式,从做产品发展到做品牌。在产品质量档次不断提升的同时,利用各种媒体渠道扩大自己的品牌影响力。对于这样的举动,当年很多的五金生产商表示不理解,他们认为消费者买的是锁,只要够实用,价格好就可以了,不会图什么品牌,邦派五金这么做,简直是浪费金钱。面对这样的嘲笑,邦派五金始终没有放弃自己的品牌策略,依然在产品质量和产品知名度上采取“两条腿”走路的方式。

几年过后,当大多数的五金生产商在发展中举步维艰之时,邦派五金已经迎来了发展的辉煌时期,不但品牌在行业内如雷贯耳,而且企业积累了雄厚的资本面对未来的发展,更重要的是,邦派五金凭着富有个性化的外观,精致的工艺,过硬的质量获得了年轻消费者的认可,也就是说,在未来的发展中,邦派已经掌握了先机。

反思邦派五金的成功,我们有理由相信,有时候企业的发展遭遇困境,不是因为不努力,而是因为企业战略和长远规划没有前瞻性和远见。