

6 品牌 Brand

品牌风采

一直以来,广东星徽精密以“用心做事,精益求精”为企业发展宗旨,自2012年星徽五金与壹串通达成合作,将“精制”作为星徽的品牌核心价值,以精制定义行业高品质,并将其品牌定位为“全球高品质家居五金的缔造者”,由此达成星徽精密在情感上与消费者实现共鸣的愿景,缔造出星徽在中国家居五金配件业中的领军品牌地位。

壹串通助力星徽上市 五金配件品牌营销“熠熠生辉”

王尚

作为高品质家具五金领导品牌,广东星徽精密制造股份有限公司一直坚持“用心做事,精益求精”的原则,赢得了社会和消费者的广泛赞誉,凭借着强大的设计开发能力和领先的专利技术,于6月10日(股票简称:星徽精密;股票代码:300464)在深交所成功挂牌上市,再一次成功赢得了社会的认可与掌声。

据了解,壹串通品牌营销策划机构是中国大陆“全美营销”倡导者和实践者,是中国十大诚信策划机构。公司致力于服务于中小型企业成长性和专业城镇品牌营销策划。自2012年星徽五金与壹串通达成合作,将“精制”作为星徽的品牌核心价值,以精制定义行业高品质,并将其品牌定位为“全球高品质家居五金的缔造者”后,由此开启消费者高品质的家居生活,达成在情感上与消费者实现共鸣的愿景,成为中国家居五金配件业的领军品牌。

行业第一阵营已形成先发优势

对于中间工业品来说,其营销与快速消费品的区别就在于要同时兼顾中间件目标客户与大众消费者。注重产品品质和细节成为了星徽逆袭市场的杀手锏!2012年,在壹串通品牌营销策划机构的帮助下,星徽推出了全新的“精制,你的生活”品牌诉求,“心造,不造”的品牌主张,让同为制造企业的客户,对星徽产生强烈的品牌价值认同,为奠定“星徽



精制”品牌知名度的提升打下坚实基础。

同时,为了建构起独树一帜的品牌差异化价值和符号体系,以及完整的品牌资产,实现品牌与目标消费者有效沟通,星徽直接提炼出星徽六大品牌文化优势、四大产品卖点以及九大品牌背书,以精制和科技为核心表现策略,通过直观可感的符号形式创意表达,向消费者传递品牌价值,极大地促进了品牌在消费者心智中的落地生根。

星徽闪耀,开启行业新变革

历经近几年的高速发展,广东星徽精密已经是一家集研发、设计、生产、销售及服务于一体的专业精密金属连接件供应商。公司主要产品包括各种多功能、高精度的滑轨、铰链等金属连接件。公司所生产的滑轨、铰链等精密金属连接件广泛应用于家具、家居、家电、工业、IT、金融、汽车等领域。此外,公司还为客户开展定制化开发服务,在提高产品质量稳定性的同时,大大提升公司对客户需求的反应速度,目前,公司已经先后与伊莱克斯、艾默生电气、东芝电器、美的电器、比亚迪、上海电巴新能源等国内外知名客户合作,共同开发、确定设计方案、制定产品技术参数。

持续二十年的“用心做事,精益求精”,缔造了星徽高品质家居五金的全球典范,以工匠精神成为全球一流供应商,以及日复一日的载梦而行、不忘初心、永不止步的创新追求与奋发进取,成就星徽精密的现在和更辉煌的未来!

无锡冬夏机电冷气机 取得美国 ETL 认证

■ 文文

江苏无锡冬夏机电有限公司近日宣布公司移动式工业冷气机获得世界领先的质量与安全第三方机构天祥实验室(世界上规模最大的消费品测试、检验和认证公司之一)颁发的ETL认证。

ETL是北美最具活力的安全认证标志,历史可追溯到1896年托马斯·爱迪生创建的电气测试实验室,在北美具有广泛的知名度和认可度。ETL标志是世界领先的质量与安全机构Intertek天祥集团的专属标志,获得ETL标志的产品代表满足北美的强制标准,可顺利进入北美市场销售。

其实早在2012年无锡冬夏就已经取得三个机型的ETL认证证书,通过这次的证书的增补,现在无锡冬夏全系列的冷气机都已取得ETL认证,为公司今后加大美国市场的开拓步伐又增加了新的动力。目前无锡冬夏机电有限公司除了美国ETL认证,还取得了欧盟CE、日本PSE、中国CCC认证,这证明了无论从实用性还是安全性等各方面考虑,无锡冬夏的移动式工业冷气机都符合国内、国际多个标准,是值得消费者信任和选择的好产品。取得上述认证,是无锡冬夏实施海外市场产品战略迈出的又一重要步伐,此证也预示着无锡冬夏开拓海外市场的步伐日益加紧。

瑞鹤模具 志在将智能化制造 关键技术投入生产

■ 江达

“汽车模具是汽车工业之母,也是汽车工业中最重要的基础性工艺装备。”安徽芜湖“5111”创新产业团队之一——安徽芜湖瑞鹤汽车模具公司“高端模具智能化制造关键技术创新团队”带头人、副总经理王荣辉开门见山地点出了汽车模具技术在汽车制造领域的地位和作用。

据有关部门统计,我国重点骨干模具企业已达到了百余家,其中冲压模具就占三成多,早已成为汽车模具制造大国,但高端模具企业技术创新能力不足等一系列因素制约着相关产业的发展。

“作为全省同行业排名首位,承载着12%以上市场份额,生产最重要的大型、精密、复杂汽车车身覆盖件模具的企业,瑞鹤公司始终将技术创新作为驱动公司成长的重要手段,引导和带领研发团队不断研发、采用新技术,将模具制造中注入更多的高端化、智能化‘因子’。”王荣辉介绍说,企业从2014年起设立这支创新团队,力图在3年时间内,将智能化汽车车身模具快速设计等高端模具智能化制造关键技术,及时转化为实际成果,更广泛地应用于产品制造中。

王荣辉告诉记者,采用高端智能化模具制造技术,除了体现更高的工业自动化生产外,最主要的是突出计算机应用,让企业员工从生产流水线,大幅度转移到计算机控制台前。团队成员目前正致力于先进模具设计加工的共性技术研发,建立一整套汽车覆盖件模具智能化设计和制造平台,形成cad(计算机辅助设计)/cam(计算机辅助制造)/cae(计算机辅助工程)等集成一体化企业自有的核心技术。

“举例来说,原来产品的实体设计,需要多次画设计图纸,反复建立实体模型,再反复进行比对。现在这些流程均被全部抛弃,借助集成一体化技术,就可以在计算机上完成图纸设计,完成虚拟制造与仿真,并可在成品生产加工中采取适时监控,减少不必要的误差和损失。”王荣辉说,对于企业而言,这些先进“智造”核心技术的研发与投入,既满足了企业产品的结构调整,又适应了国内外高端汽车模具市场发展。

目前,瑞鹤汽车模具公司“cad/cam/cae集成一体化”、“汽车模具智能化快速设计和高速加工集成系统”等核心技术,均已经过安徽省科技部门的成果鉴定,达到了国内行业的领先水平。据悉,该企业还将继续深化关键核心技术的研发和攻关,全面建立汽车模具智能化制造体系。

固力发电气股份有限公司 企业技术中心 获合肥市认定

■ 白放

近日,“合肥市经济和信息化委员会”等7家单位联合发文,根据《合肥市认定企业技术中心管理办法》,经“合肥市经济和信息化委员会”专家组现场考核评定,新认定了固力发电气股份有限公司企业技术中心等50家企业技术中心为“2015年度合肥市企业技术中心”。

合肥固力发自开业以来,坚持自主研发、科技创新,通过国家电网公司等合格供应商考核,增加研发投入,致力于成为用户信赖的输配电线路器材系统服务商。

东华链条集团稳步迈向“工业4.0”

■ 叶通

日前,杭州东华链条集团专门召开流水线开机率发布会,各制造部门流水线项目负责人在会上分别汇报了各部门流水线开机率情况和取得的成效。

东华集团从2011年开始聘请日本专家指导,在汽摩链事业部率先开始引进流水线生产方式后,效果逐步凸显,其他事业部也在日本专家的培训指导下结合TPS活动开展,设计并制定了适合各类产品制造的生产流水线方案和计划,结合逐步推行的“机器换人”,成效显著。到目前,东华各制造部门已经建成了91条生产流水线,都取得显著成效,为企业的持续健康发展奠定了基础,同时稳步迈向“工业4.0”。

如今制造业已经迎来了以智能化生产为主题的第四次工业革命,如何抓住“工业4.0”的发展先机,成为了所有制造业企业的重中之重。东华为了在“工业4.0”的大背景之下拔得头筹,完成传统制造向智能制造的发展,开始了一系列“以机换人”的改造项目。

东华集团众多制造部门中,盾牌事业部是流水线生产方式项目中的佼佼者。日前,笔

者来到了盾牌事业部装配车间。一走进车间,就看到了两条不同的生产流水线,一条生产流水线上只有两名工人正在作业,而另一条生产流水线是还没有实现“人机分离”和“以机代人”的生产方式,则有五名工人正在作业。“原本这条流水线如你看到是要五个人进行作业,而现在我们通过流水线化生产模式,以机代人,现在只需要两名工人就可以了”,东华集团盾牌事业部钱文孝总经理向笔者介绍到。而这正是东华向工业“4.0”迈进的第一步,以流水线化的生产模式,先达到“以机换人”的目的。

钱文孝告诉笔者,盾牌在三年内,先从改善生产作业环境,打好基础做起,之后盾牌链条对每一步生产工序进行改进,逐步实现人机分离,实现每一道工序的自动化作业。经过5次流水线作业的布局调整与工序作业改善,目前形成了14条全自动标准链条生产流水线和10条半自动非标准链条生产流水线。流水线作业首先不断改善了生产作业环境与员工的行为习惯,且大大降低了员工劳动强度,提高生产效率、稳定产品质量、保障安全生产,特别是使生产场地与空间利用率达到最大化、减少了生产现场在制品库存量,盾牌装配作业场地只有3000平方米不



到,原先设定每月只有600万产能,推进流水线作业后,现在已达到每月1000万的实际产能。

生产流水线的推进,对开机率管理有更高的要求,如今盾牌的生产流水线已经取得了不错的开机率,14条流水线的平均开机率接近75%,这是一个什么样的成果?钱文孝初步估计,这为企业起码能提高10%的产能。而事实上,在推行流水线生产之后,盾牌的劳动生产率每年都在不断提高,人均劳动率也从2010年的人均36.7万元上升到了2014年的人均61.52万元。

在谈到制造业在“工业4.0”的大背景下的转变时,钱文孝表示,如今盾牌链条的生产流水线要实现统一的标准化管理,之后再逐步向智能化迈进,迈向“工业4.0”需要一个很长的过程,但是盾牌会脚踏实地一步步地走,慢慢进步,最终一定会让人彻底扔掉榔头,以按钮开动流水线,实现传统制造向智能制造的转变。

后续,东华链条集团会逐步在传统制造过程中,持续推进智能制造,最终实现“工业4.0”的目标,以持续引领中国链传动行业不断发展,使中国成为世界链传动强国。

只有两成成功概率 亦做百分之百努力 联影科技打破高端医疗设备国外垄断格局

■ 王辉捷

本土医疗器械公司联影医疗科技公司(下称“联影”),正成为中国高端医疗设备生产领域的一张国际名片。7月14日,在位于上海嘉定区的联影医疗科技公司内,记者见到了自称“不太会说话”的联影联席总裁张强,“我们是一群比较傻的人,在只有20%成功可能性的情况下,就出来干了”。

联影的核心创始人团队有11人。2011年至今,他们在国产高端医疗设备领域投入巨大。在回到上海以前,他们有的在德国,有的在美国,有人在跨国公司当高管,有人在知名大学担任终身教授,生活安逸却都有着一颗不安分的心。

“同样一台设备,在美国卖100万美元,到了中国却要200万美元,甚至更贵。”从业多年来,张强深谙医疗器械领域的潜规则,“一些跨国公司的技术确实是全世界最高端的,但这种高端技术,到底是不是值那么多钱,谁也不知道,高端不等于高价。”

高端医疗设备长期依赖进口,是中国医疗界最大的“痛点”。从某种程度上来说,这种

以两倍甚至更高价格进口的医疗设备,直接增加了中国患者的医疗负担,做一次CT、一次核磁共振,动辄数百元、上千元。

第一台国产X光机主要设计师之一的杨午,曾激动地说:“每年的医疗器械展,80%以上都是国外产品,我们自己的产品在哪里?”放射学专业,是一个对设备高度依赖的专业。这个专业的研究要上一个台阶,科学家们必须找到全球最顶尖的设备。但在过去几十年,受制于研究经费有限等因素,很多国内放射学专业的学者失去了深入研究的机会。

造一台“中国人自己的”CT、核磁共振设备、PET/CT,谈何容易。这一领域长期被少数跨国公司垄断,以至于在听说联影完全通过自主知识产权造出了性能更加优越、价格更加便宜的设备时,老外完全不敢相信。联影的出现,让老外大跌眼镜。他们一边对中国人的所作所为高度警惕,一边忙着制定自身产品的降价措施。据悉,在联影的CT、乳腺机、核磁共振设备、PET/CT问世后,国外同类产品在中国都开始轮番降价。

如果不信,你就来看看联影的产品。它生产的1.5T标准孔径磁共振设备,比进口同类产品节省扫描时间;它的CT设备,分辨率达到2.7mm,是业界所有16层CT中的佼佼者,而这台机器对人体的辐射剂量大大低于进口同类产品;世界公认最难做的PET/CT,此前市场上其他产品的临床最高分辨率为4.3mm,联影做到了2.8mm,这1.5mm的提升对早期临床病灶的发现能起到关键作用。

国产货不仅性能卓越,而且价格更便宜,联影产品的价格普遍只有进口同类产品的2/3左右。如果这还不够,那就再来看看联影产品的外观。联影设计创新中心总监卢珩告诉记者,联影的MI、MR、CT、DR四大产品线的7款产品获得了世界工业设计最高奖——德国iF工业设计奖和“红点”奖。今年5月的CMEF(中国国际医疗器械博览会)上,德国一位知名设计师,多次前往联影展台参观,并感慨“我不得不承认,你们的设计真的很棒”。

因为是国产货,维修成本也降了下来。就在几天前,张强还接到安徽一家医院院长的电话,对方想让联影帮忙维修一台进口X光机,“一块板子坏了”,找原产厂家来

修,仅硬件更换报价就要40万元,外国工程师“出诊费”另计。张强说这是“天价”,联影帮忙换块板子远花不了那么多钱。

让一家国内企业去修进口货,在过去,对中国的医院来说,简直就是天方夜谭。不是医院不愿意“冒险”,而是压根儿就找不到会修的企业。尤其在高端医疗设备领域,不要说没什么企业,就连资深一些的中国工程师,都很难找。

张强说,2011年联影刚创立时,吸引了很多名校的高材生进来,这些年轻人拿着比在外企低得多的工资,也愿意加盟,“为的就是有个中国人自己的平台,搞创新、突破”。

目前,联影的员工平均年龄只有28岁。2000多名员工中,有100多人在海外各有成就,却决定回来。他们几乎都是“高知”——一群“傻傻的”、愿意为20%成功可能性放手一搏的“高知”。

但据记者了解,这群“联影人”的目标,远不只是打破高端医疗设备产业由国外企业垄断的局面,他们另一个“更接地气”的愿望是——缩小中国城乡医疗条件的差距,解决中国人“看病难”的老大难问题。