

品牌风采

短短几年时间,法士特客车变速器快速跻身客车市场并占据一席之地,质量赢得用户信赖,销量一路攀升,市场份额不断扩大,为公司增添了新的增长动力。法士特客车变速器销售何以能在低迷的市场中“一枝独秀”,这一切成绩的取得离不开公司领先一步的技术、质量、服务这“三大法宝”。

“三大法宝” 助推法士特客车变速器逆势上扬

■ 同娟利 马晓岚

在整体经济形势严峻,汽车市场经历“寒冬”,重型车销售低迷的大环境下,陕西法士特集团公司DS系列客车变速器却逆势上扬,销量连续两个月保持稳健的增长态势,月产迅速攀升至4600台。

走进法士特公司客车变速器装配现场,你会看到一片紧张忙碌的生产场景,大批量生产订单让这里“歇人不歇机”,生产线每天超负荷运转,零件配送一分装—总装—试车—喷漆—烘干—装箱入库,一台台变速器整装待发。

据悉,法士特公司客车变速器装配线于2011年动工建设,2012年4月开始安装调试设备,试生产,产能从试生产初期的每天装配1台变速器,逐渐上升,10台、50台、100台,直到现在产能达到150台。近两个月,为了保证市场需求,装配生产线的工人们主动加班延点,日产量直逼160台,这是当初建线时外界评论难以达到的目标,但是法士特公司客车变速器装配线的员工做到了。短短几年时间,法士特客车变速器快速挤进客车市场,并占据一席之地,质量赢得用户信赖,销量一路攀升,市场份额不断扩大,为公司增添了新的增长动力,这一切成绩的取得离不开领先一步的“三大法宝”。

法宝一： 技术领先,开发个性化产品体系

法士特集团公司为客车市场量身打造的DS系列变速器产品涵盖5挡和6挡,扭矩覆盖300—2400Nm范围,在设计上广泛采用了法士特在双中间轴变速器技术上的先进理念,突出环保、节能、轻量化和操纵轻便、噪音低等特点,具有设计科学、质量可靠、性价比高等明显优势,全方位满足了客车用户个性化的发展需求。其中,全铝合金的设计使变速器减重达40—80KG,大大增



强了适用性和经济性;换挡轻便性也已远超国内同种竞品,部分产品性能可与国际跨国公司同类产品相媲美。

DS系列客车变速器设计优势主要体现在三方面:一是在客车变速器产品上充分发挥和利用了双中间轴结构变速器的先进技术,产品均采用双锥面(三锥面)全同步器设计,提高了操纵的轻便性;其次在齿轮齿形齿向方面,采用了独有的“K”形齿设计和“细高齿”技术,从而改善了齿轮啮合状况,使车辆传动更平稳、噪音更低,测试指数经对比,与国际一流品牌的同类产品几乎相当;三是

广泛采用小中心距设计和轻量化设计,轴向安装尺寸更短,有效地节省了整车布置的空间。同时,法士特公司紧盯细分市场需求,不断优化设计结构,加大客车智能化的研发和推广,根据客户对变速器操纵系统更轻便、档位清晰的要求,持续对变速器的操纵系统进行优化升级,得到用户的广泛认可。目前,法士特公司客车变速器已广泛匹配于公路营运大中型客车、豪华旅游大巴、城市公交、校车等各种类型客车。

法宝二： 以质取胜,细化质量控制方法

借助法士特公司强大的质量保证体系,DS系列客车变速器的质量控制更加严格,整条生产线按照科学化、现代化、高效化、国际化的标准建设,从工序设计、管理方法、过程控制、操作方法等方面入手,确保质量万无一失。客车变速器装配线采用的单台物流配送、工位操作标准化、电动定扭工具、线边标准件规范化储存、标准化试车台等为产

品质量提供了可靠的保证。物流报目核对、出库核对、分装线核对、操作工核对、下线核对五道关口确保产品过程控制做到零失误。

精益求精是法士特客车装配线员工对质量的执着追求,在生产线运行后,工艺人员和操作工发现对齿工位的出错率较高,影响装箱质量,他们通过仔细琢磨,反复测量试验,设计了对齿工装板,操作工轻松地便能检测对齿的准确性,大幅提升客车变速器的装箱合格率。

法宝三： 服务为先,制定行之有效营销政策

法士特公司DS系列客车变速器借助集团公司先进的技术研发实力、强大的规模发展优势、可靠的质量保证体系和庞大的销售服务网络,为市场提供了系列多、品质优、服务好、价格低的最佳配置。近几年,法士特公司为客车市场量身打造了一系列销售服务政策,加大终端用户市场开发力度,拓展与新能源汽车厂商合作范围,加快与客车主机厂服务并网合作步伐,巩固完善与各大主机厂战略合作关系,通过多措并举,法士特客车变速器已成功实现了为金龙集团、宇通客车、扬州亚星、东风客车等数十家客车主机厂的全系列车型批量配套,同时加大与新能源企业苏州绿控、天津松正、南京越博等动力系统供应商合作步伐。

从重卡变速器行业“跨界”步入客车配套领域“大显身手”,到形成系列化被国内数十家客车厂选为配套产品。短短几年时间,法士特客车变速器依靠先进的设计理念、强大的科技创新优势、良好的市场口碑和久经检验的优秀品质,迅速完成了从产品到品牌的成长演变和“化蛹成蝶”般的突破发展,也使企业发展客车市场信心倍增。市场形势瞬息万变,品质追求永无止境,市场开拓任重道远,相信法士特客车变速器手握“法宝”,在客车市场会创造出另一个法士特奇迹。

亚洲最大 是德科技成都 仪器服务中心投入使用

3月24日,纽交所上市公司是德科技在成都宣布,是德科技成都仪器服务中心正式投用,将成为该公司在亚洲最大,同时也是计量和维修能力最强的全功能仪器服务中心。

据了解,是德科技在无线通信系统、航空航天与国防、工业计算机及半导体等行业市场的测试测量领域保持全球领先地位。从去年在成都成立电子计量中心,到今年将成都中心升级为全新的仪器服务中心,是德科技方面表示,这首先是基于近年来四川和成都电子信息产业的持续发展,公司的不少客户选择在成都布局高端研发机构,是德科技需要紧跟客户的脚步。其次,随着西部和四川的交通条件改善,物流产业和服务的发展,“立足成都、服务全国”的条件已经形成。(薄何)

红岩杰狮大件牵引车 赢得风电设备 运输企业信赖

■ 万桢 邓承伟

随着环保产业的不断发展,风电产业取得了巨大进步,风电运输逐渐成为大件运输市场的一道独特风景,重载版红岩杰狮牵引车凭借其源自欧洲的领先技术和可靠品质,在风电运输市场也不断地收获了用户的信赖。

风车的叶片和机舱等设备价值高,属于超限货物,对道路转弯半径要求很高,加之戈壁、山地、海滩风电场道路条件差,天气恶劣,运输难度极大,对车辆本身的性能有较高要求。红岩杰狮大件运输车在这方面有着独到优势,杰狮大件车搭载同步欧洲的Cursor13直列六缸发动机,最大输出功率480马力、最大扭矩2200牛米;最节油的转速区间与最大扭矩转速区间80%重合,整车运行几乎完全在经济转速之内;上坡行程中最高爬坡度较一般车型提升10%,下坡行程中Cursor发动机独有的依维柯专利发动机制动技术,制动效率高达80%。

与此同时,杰狮配备国内最先进的法士特AMT,也可选配进口的ZF变速器,双级铸造红岩加强桥,除了可以为车辆提升通过性以外,还可以放大扭矩,为车辆提供充足的动能,相对传统半轴桥,承载性能也更佳。此外,标配“杰时达”Gen-star车联网系统,具备十大功能智慧集合,确保驾驶全程无忧。



永固集团荣获 2015年度乐清开发区 “功勋企业”称号

■ 白方

3月18日,在浙江乐清经济开发区经济工作会议上,永固集团被评为2015年度乐清经济开发区“功勋企业”。

2015年是永固第六个五年发展规划的收官之年,也是永固创业30周年。通过一年的努力,永固集团在综合实力、市场营销、技术创新、基础管理、企业文化建设等方面取得了显著的成绩。集团公司通过国家高新技术企业重新认定及浙江省AAA级“守合同重信用”单位、浙江省著名商标、温州市专利示范企业、温州市级安全生产标准企业复评,并荣获温州市领军工业企业培育对象、温州市科技创新百强企业等多项荣誉,完成了从“坐商”到“行商”的转变,通过了CNAS国家实验室认可,完成了精益生产二期项目的改善。

太重科协 推广科普知识 培育创新文化

近期,太重科协以推广科普知识为重要抓手,把培育创新文化作为“讲、比”活动的中心工作之一,成果和经验得以拓展。

在科普知识的普及宣传方面,太重科协首先加强了对国内外最新技术和企业新产品、新技术成果的宣传,积极精心组织科普日、科技周活动。与此同时,还注重发挥内刊的作用,坚持办好《太重科技》期刊和《太重科普画廊》,结合企业技术创新活动的开展,多方面地宣传和介绍科技知识。把“科普宣传进基层”作为开展科普活动的重点,全力推动优质科普服务进车间、到班组,起到了提升职工科学素质的效果。

2015年太重科协在科普日和科技周活动期间,先后组织职工家属参加了“科技梦·中国梦—中国现代科学家主题展”、“全国科普日”企业科普展等活动,制作了大型系列科普宣传版面,坚持科普宣传进基层、进社区,在职工和家属集中的地带展出,让优秀科技成果惠及广大职工家属。同时,科协组织科技人员结合自身科研工作,认真总结学术研究成果,积极撰写科技论文。去年太重科协一共组织和征集了135篇科技论文,是近年来组织论文最多的一次。这些论文不仅汇编成册,而且还推荐参加了“太原市科协2013—2014年度自然科学优秀学术论文”的评选活动,最终有12篇获得了优秀学术论文一等奖;34篇获得二等奖;87篇获得了三

等奖。此后又推荐了3篇科技论文参加“第十七届山西省优秀学术论文评选”,其中的两篇获得了三等奖。

在成绩面前不自满,创新路上科协永远没有停步。今年太重科协全委会上继续作出方案,决定2016年全年撰写、交流、发表的论文不低于100篇(次)。同时要求各基层单位科协要围绕单位技术创新重点、难点和热点问题,有针对性地搭建不同形式、不同层次的学术交流平台,举办形式多样、内容丰富的报告会、研讨会。其中科技人员集中的单位如技术中心、理化检定中心科协的研讨交流、培训,全年不低于25次。太重煤机、太重榆液和太原重工各生产单位的研讨交流、培训活动,全年不低于15次。

参加省市科协举办的各类大型活动,是提高科技人员整体素质继而培养太重创新文化的重要一环。据初步统计,太重科协在短短的不到一年时间里,先后组织科技人员参加了由山西省科协、太原市科协联合举办的“互联网+新时代下的知识产权保护”法律咨询服务活动;山西省机械工程学院院士专家服务企业“数控一代”助力工程院士专家与企业对接活动;太原市科协组织举办的“互联网+”行动院士专家报告会等。此外,科协会同有关单位组织科技人员参加了由中国机械工程学会举办的“智能制造技术研究及工业应用高级研修班”和



中国创新方法研究会举办的创新方法CAI(计算机辅助创新软件)培训班。热处理学会、铸造学会、无损检测学会、油膜轴承学会等学会积极组织会员参加相关专业培训和交流学习,推动了集团公司学术交流活动的开展。

培养创新文化的努力必将结出丰硕果实。去年太重科协推荐太重技术中心焦化所

副所长、工程师乔晓军,太重煤机技术中心工程师刘涛两位优秀科技人员参加了第八届“山西省优秀科技工作者”的评选,太重技术中心乔晓军不久前还当选了第八届“山西省优秀科技工作者”。太原重工冶铸分公司梁云霞以及太重煤机、太重兴业单位的10位工程技术人员,光荣地取得了“中国注册机械工程师”资格。(曹克顺)

丽鹏制盖 智能瓶盖开启行业新纪元

3月23日下午,由山东丽鹏股份有限公司主办的“万物互联 让消费者high起来”主题论坛在成都举办。作为亚洲最大的制盖企业和我国唯一一家瓶盖生产上市企业,山东丽鹏股份有限公司在“互联网+”的时代背景下,以坚守与创变为发展理念首创“智能瓶盖”系列产品,旨在借助创新研发成果打通消费者和企业之间的沟通链条,并以此为契机,连接消费者、企业、制材企业以及各上下游资源,建设万物互联生态体系,共同面对日益变化的个性需求。

新思路下的华丽转身

在此次论坛上,山东丽鹏股份有限公司发布了中国酒行业首个“智能瓶盖”产品—二维码瓶盖。

“智能瓶盖”作为一个信息记录平台,其二维码的设计能够更为详尽地融合产品在生产、流通领域各个环节的信息,将信息集合在一起直接和消费者对话,有效地解决了困扰酒行业多年的问题——假货、串货。产品的安全问题是产品生产的基本生命线,丽鹏“智能瓶盖”基于信息搜集而构建的溯源体系,从源头上保证了产品的安全,更有利于维护消费者的合法权益。另外,瓶盖上的二维码自带地域区分,轻扫二维码就能看到产品的“归属地”,为解决酒类流通过程中的串货现象提供了依据。值得一提的是,“智能瓶盖”的诞生真正实现了与消费者的“面对面”——扫码即可参与促销活动,其参与频率和消费习惯都将以数据的形式记录下来,为酒企了解消费者提供了渠道,也为酒企面向消费者的娱乐化营销方式打开了一个新的思路。

“智能瓶盖”提供“酒企+互联网”一站式解决方案,同时兼顾了生产能力和技术研发能力,将二者融为一体,又通过软件平台的搭建实现产品溯源,为防伪防串货提供了依据。不仅如此,数据运营的开发还为精准投放提供了可能。生产方案、软件平台以及数据运营的三方合力,构建了整个酒业互联网生态体系。

丽鹏相关负责人谈到,整个互联网生态体系搭建项目,前后共斥资6000余万元,起用明星团队自建软件平台,同时构建数据运营体系,向大数据迈进。“智能瓶盖”中的二维码技术在防伪以及娱乐营销中的应用,丽鹏可能不是第一家,但是在酒行业中,丽鹏大胆迈出了第一步。整个酒行业在低迷后渐现复苏之势,这样具备消费者互动、防伪、防串货的二维码瓶盖更有利于促进行业销售。作为我国唯一上市的制盖企业,丽鹏希望通过小小瓶盖上的创

新,为促进行业健康发展略尽薄力。

万物互联 小瓶盖撬动大世界

时代的风口,挑战的出现往往也意味着机遇的到来。在此万物互联的时代背景下,行业专家战吉宸就包装行业的转型与发展的话题展开了深入的探讨。他认为,互联网和物联网对用户信息收集能力的不断增强,带来的是消费市场的不断细分。包装是酒行业生产、流通的重要环节,新技术与传统的嫁接将是行业发展的未来方向,包装领域要转型,要摆脱以前老成持重的传统方式,加快脚步,向智能化包装演变,丽鹏“智能瓶盖”在这一方面做出了有益的尝试。

包装行业的每一次变革都会给酒行业带来深远的影响。包装是产品生产环节中的增量部分,而瓶盖又是包装环节中的一部分。在业

外人士看来小小的瓶盖并不起眼,但对于酒行业来说,瓶盖却是保证酒体质量的关键。以丽鹏为代表的包装行业企业已经做出了创变的尝试。

山东丽鹏股份有限公司董事长孙鲲鹏谈到,互联网时代我们要以相互联系的眼光看问题。包装行业作为整个酒类生产环节的一部分,不能把它和酒企以及消费者割裂开来。以前包装行业只和酒企对话,没有条件也没有机会和消费者沟通,但互联网完全打通了沟通的壁垒,让包装行业直面消费者。“智能瓶盖”的开发使用不但满足了消费者对产品品质的了解需求,还可以通过大数据等技术手段,以瓶盖为介质,不断搜集消费者的购买、口感偏好等,这样,沟通就形成了一个闭环,在一复一日的努力下,形成的将是以互联网为平台的生态圈。(文傲)