

福田汽车欧曼拓陆者登陆南极中国科考站

■ 本报记者 梦 杨

2月10日,“福田汽车南极品质之旅系列活动”(以下简称“南极”)南极保障用车交车仪式在中国南极长城站举行,国家海洋局极地考察办公室原党组书记魏文良、中国南极长城站站长曹建军、福田汽车党委副书记赵景光出席活动。

极地科考具有重大的科研意义与社会意义,是一个国家综合国力和科技水平的体现。第30次南极科考因承担建设中国南极泰山站的重任备受社会广泛关注,而“雪龙”号救助俄罗斯“院士”号的义举更是赢得了国际社会的尊重。

企业公民责任重在行动

2013年7月12日福田汽车正式成为中国极地科考战略合作伙伴,10月30日助力中国第30次南极科考出征,到此次南极交车,在近半年多时间里,福田汽车不仅通过严格的选拔为中国南极科考工作派驻了优秀的保障人员并捐赠两款保障车辆,同时通过“南极”系列活动的传播,吸引了超过20万网友对极地科考事业的关注与支持。

交车仪式现场,福田汽车党委副书记赵景光表示:“福田汽车助力中国第30次南极科考,一方面缘于科学探索精神的感召,另外一方面我们希望通过提供车辆、人员以及发起国人对中国南极科考事业的关注,在物质以及精神层面支持中国南极科考事业,践行福田汽车作为中国最大的商用车企业所应承担的企业公民责任。”

随着交车仪式的举行,欧曼GTL重卡、拓陆者皮卡开始执行南极科考运输保障工作。福田汽车成为国内第一个通过捐赠车辆的方式助力中国南极科考事业并第一个通过提供科考保障人员参加南极科考任务的我国商用汽车自主品牌企业,欧曼重卡也是长城站唯一的重型运输车辆。

欧曼与拓陆者随雪龙号在1月28日抵

达长城站后,主要承担了卸运“雪龙号”1000吨物资的工作。随后,拓陆者赴中国南极其它站承担科考运输保障任务。

在关乎国家发展与社会进步的重要层面,总是有福田汽车自觉履行企业公民责任的身影。2005年,欧曼圆满完成神六飞船运输任务;2008年,福田汽车助力奥运圣火登顶珠穆朗玛峰,为圣火传递及电视直播提供全方位保障;2009年,福田汽车为国庆60周年游行提供可靠的彩车底盘;2013年,福田汽车欧曼运输车队再次助力神十成功发射。此次福田汽车欧曼、拓陆者正式登陆南极,执行南极科考保障工作,必将成为福田汽车践行社会责任的又一个重要里程碑。

极限环境验证产品品质

虽然“雪龙”号此次停靠的长城站码头距长城站的直线距离只有1公里,但南极低温、高压的环境以及碎石、冻土、冰雪等复杂路况,加之近三个月的海上颠簸,使得承担载运物资的任务对于运输保障车辆来说都成为极大的考验。

欧曼GTL、拓陆者在整车和零部件的开发过程中,已经充分考虑低温、高压等极端使用环境因素,发动机、底盘部件、冷热循环系统部件等无需特殊改装即可满足-40℃的特殊使用要求。

以欧曼GTL为例,搭载康明斯ISM11升发动机,采用高爆压及优化的喷射/燃烧系统,燃油雾化好,燃烧效率高,保证低温状态下发动机的混合气体可以充分燃烧;同时拥有低温状态下的点火启动能力,不用辅助预热就可以在低温环境下启动发动机。而拓陆者作为福田汽车基于全新国际平台开发的第六代皮卡,具有高通过、强越野、高承载的性能,并顺利通过高温、高原、高寒“三高”环境的严苛测试。

福田汽车品牌副总监霍炎介绍,为保证完成南极科考运输保障工作,福田汽车先期不仅对车身易冻件进行了更换,同时考虑到长时间海上运输的原因,对车体进行了防腐防锈处理。

“信”文化引领行业发展 国美连获两项诚信大奖

近日,由商务部、中国合作贸易企业协会、信用评级与认证中心联合举办的,以“诚信——企业发展新动力”为主题的2014中国企业科学发展大会暨诚信盛典在京举行。会议期间,进行了中国企业信用评价和表彰活动。国美凭借在零售连锁行业出色的表现,荣获“中国AAA级信用企业”、“全国文明诚信示范单位”两项殊荣。

据了解,出席本次盛典的有来自中共中央政策研究室、国务院研究室、国务院新闻办公室、国务院国资委等相关领导、行业专家、参会企业代表300余人,与会嘉宾就我国社会信用体系建设、企业信用建设现状等问题进行了深入探讨。代表们认为,随着社会主义市场经济体制的逐步建立和完善,企业信用的作用日益突出,加快企业信用体系建设已经成为全社会的重要战略任务。

在当前商业诚信环境尚未完全形成的情况下,如何重构社会诚信道德,引导传统诚信道德回归,已经成为社会面临的一项重要课题。作为中国最大的家电零售连锁企业,国美积极倡导建立诚信商业文明氛围,目前已探索出一条真正能够落地的“信”企业文化,这不仅为企业诚信文化建设提供了一个很好的范本,同时也将“诚信”基因完美引入到现代企业管理理念中,加快推动了社会的诚信建设进程。

国美于2012年发布并实施以“信”为核心的品牌理念和企业文化战略,率先在家电行业擎起“商道惟信”的旗帜,对整个行业的健康良性发展起到了很好的引导和示范作用,此次获得两项诚信大奖,体现了行业对国美信文化的高度认可。“国美能够在企业诚信文化建设上率先走出一条创新之路,从根本上看是因为国美将企业文化建设与企业日常经营实现了深度融合,有效避免了以往企业经营与文化建设两张皮的困境。”一位长期从事企业文化建设研究的专家表示。

国美品牌中心负责人指出,对国美而言,“信”文化符合当前家电连锁行业的属性,国美自身也具有代表性,具备讲“信”的条件和资质。对“信”的坚守既是对国美的一种鞭策和要求,更是指引国美健康可持续发展的条件之一。据了解,在信文化理念下,国美致力于构建涵盖企业、员工、合作伙伴和消费者的完善信价值观体系,通过多方共赢切实履行“成就品质生活”的使命,实现“成为备受信赖的世界级零售企业”的愿望,助推社会诚信文化的建设。

良好的社会信用是经济社会健康发展的前提,企业信用建设是社会信用体系建设的重要组成部分。本次大会的召开,将对提高我国企业的信用管理水平和信用风险控制与预防能力、全面提升中国企业形象和品牌国际竞争力起到积极推动作用。(沈海燕)



近日,新加坡航空和新西兰航空共同宣布合作拓展新加坡—新西兰航班服务。新西兰航空将恢复运营奥克兰—新加坡航线,而新加坡航空将首次启用A380客机执飞新西兰航线。

新加坡航空将启用空客A380客机运营新加坡—奥克兰的每日航班,A380将逐渐替代目前执飞该航线的波音777-300ER型客机。新西兰航空则将替

冠军龙服印证大美中国

本届索契冬奥会,中国体育代表团独具中华文化风格的服装吸引了全世界的目光,整个冬奥赛场刮起一股“中国风”。中国服装设计师协会副主席兼秘书长张庆辉表示,中国体育代表团的服装是传统与时尚的完美结合。

“创新之大,设计之精,运用之巧,处处都是亮点,充分体现了安踏设计团队对中国文化、现代时尚和体育精神的独特见解。”享誉世界的中国现代艺术大师蔡国强对冠军龙服给予了高度评价,认为冠军龙服是不可多得的服饰艺术品。

“龙的文化植根于中华民族的基因里,它是中华民族的图腾,也是中华民族的精神象征。”中国顶级服装设计师赵玉峰认为冠军龙服把中华儿女至高无上的荣光凝聚其中了。

惊艳世界 广受赞誉

作为冠军龙服的“主人”,中国冬奥运动员对冠军龙服最有发言权,中国自由式滑雪空中技巧女队主力队员徐梦桃表示,此次冬奥冠军龙服的颜色和款式都是她喜欢的,穿在身上很舒服,也很醒目,让她更显自信和美丽。

“具有传统的元素,又不失时尚,非常修身。希望大家都能喜欢冠军龙服。”中国女子空中技巧队主力队员程爽也表示非常喜欢冬奥冠军龙服,称赞龙服的设计好看。

“简约而不失大气!”中国著名服装设计师杨紫明认为,安踏冠军龙服设计符合中国传统文化内敛含蓄的精神,经得起时间的检验。



据了解,在抵达南极后,南极科考队成员、福田汽车机械师楚建国对欧曼和拓陆者的发动机系统、底盘系统、制动系统、空调系统等都进行了严格的检验,目前车辆状态良好,且已圆满完成物资运输任务。

产品品质彰显科技实力

欧曼、拓陆者得以顺利成为中国国家极地科考队专用保障车,既得益于国家海洋局对福田汽车产品品质的严格要求和检验认可,更得益于福田汽车强大科技实力的支撑。

品质基于研发能力与水平。自福田汽车成立以来,科技创新的理念就贯穿生产经营活动的始终。迄今为止,福田已累计投入300亿元用于研发能力建设。1996年8月,福田汽车工程研究院成立,2005年该研究院被认定为国家级企业技术中心。经过多年发展,福田汽车在全球的研发资源主要集中在中国北京、中国山东和德国斯图加特。通过全球化布局,预计到2020年,福田汽车全球研发人员将超过8000名,具备国际顶尖的技术人才超过400人。截至2012年底,福田汽车申请专利超过3500项,不仅在国内自主品牌汽车企业处于引领位置,还荣获北

新航携手新西兰航空互拓双方航空市场

代新加坡航空,使用新改装的波音777-200ER客机,执飞奥克兰—新加坡航线上的5个航班,并将航班频率增至每日一班。

目前,合作尚需监管机构批准,但双方均希望将两国航线的运力每年提高30%。作为合作的一部分,新加坡航空将继续提供新加坡往返基督城的每日航班服务。根据协议,新西兰航空的乘客将能够搭乘代码共享航班,通过新加坡航空以及新航全资区域子公司胜安航空的航线网络飞往英国、欧洲、东南亚和非洲的目的地。新加坡航空的乘客也能够通过代码共享航班,方便地前往新西兰航空的航线网络覆盖的国内目的地以及部分国际目的地。

新加坡航空总裁吴俊鹏先生(Goh Choon Phong)表示:“此次合作体现了我们对西南太平洋市场的重视,也再次印证了新加坡航空不断扩展航线网络的承

传承龙文化 彰显民族精神

据悉,2014索契冬奥会中国代表团的领奖服和比赛、训练和生活装备均由中国体育用品行业领军品牌安踏全力赞助。作为中国奥委会战略合作伙伴,安踏深知“龙”是能够代表中国的最具可辨识性的特色符号。

自2012年安踏把具有中国文化属性的书法“龙”字融入到伦敦奥运会领奖服的设计后,如今安踏又把“九龙壁”作为索契冬奥会冠军龙服的核心元素,寓意“数至九九,壁长为暗九,乃应中国作万年”,展示了中国龙的文化 and 龙的精神,增强了运动健儿们的民族自豪感。

安踏冠军龙服在工艺上采用了中国古老的织锦技术,并把传统的针织材料运用其中,这样的装备将更加透气和舒适,既传统又时尚,备受冬奥运动员、特别是女运动员的喜爱;后背“china”字样延续伦敦奥运会银边立体设计并根据汉字宋体来描绘,更凸显中国特色。

精益求精 细节成就完美

安踏作为中国体育用品行业领导品牌,对每一件产品和装备都追求细节的完

诺。新加坡航空将与新西兰航空携手,增加航班频率,为乘客带来更多的出行选择,为我们带来真正的双赢。”

新西兰航空首席执行官陆杰锋先生(Christopher Luxon)补充道:“新西兰航空的战略重点明确集中在泛太平洋地区并在该地区实现了正增长。我们致力于选择恰当的伙伴在合适的市场进行合作,为乘客提供无缝旅行体验。与新加坡航空的合作无疑与我们的业务目标高度契合。”

此次合作将使新西兰航空代码“NZ”继2007年之后首次回归新加坡航空的航线网络。新西兰航空于2006年最后一次运营飞往新加坡的航班服务。

目前双方的合作还有待新加坡竞争局和新西兰交通部的批准。审批仍在进行中,航班最早可能在2014年12月开始运营。(梦 杨)



美,做到精益求精。历经24次不同方案修改,100余次的不间断调整,本次冠军龙服更是将追求完美的理念做到了极致。

冠军龙服每一个细小部位都会做得非常认真。如龙服拉链头,就取用金牌之色,象征中国运动健儿心向冠军、永不止步的精神;红黄色织纹运用于冠军龙服的领口、袖口及底边,在提升龙服质感的同时,更以国旗的颜色彰显冠军荣耀感。特别是冠军龙服LOGO上的绣花,安踏的设计师采用了纯刺绣工艺,完美展现中华民族独特的传统工艺美术。

“安踏冠军龙服细节处处尽显完美,它就像一位优雅女子,时尚漂亮富有内涵,越看越有韵味,这也正是中国传统文化所推崇的。”杨紫明告诉记者。

(沈海燕)

北汽E系列创造吉尼斯新纪录

本报讯 马年春节伊始,两名来自中国的车手驾驶北京汽车E系列,挑战最短距离两车同步漂移入位的吉尼斯世界纪录。2月1日18点30分,中国车手田林文、夏洪军以42厘米的成绩,成功创造了最小距离双车同步漂移入位的吉尼斯世界纪录,并获得由吉尼斯人证官吴晓红女士颁发的吉尼斯世界纪录证书。

作为一款定位于A0级家用车的E系列,能够打破最短距离两车同步漂移入位的吉尼斯世界纪录,这让身在现场的人激动不已。而42厘米新世界纪录的产生,不仅是车手专业技术的体现,更是对北京汽车E系列最强性能的诠释。这款源于德式造车理念打造出的“京”品小车,无论是其大气的外观、宽敞的空间以及越级的配置,都成为活跃于A0级市场并在多个区域市场中担任领头羊角色车型的重要原因。

对于车手们来说,所追求的极致就是“人车合一”。据不少车手反馈,真正的驾驶乐趣源于人车之间清晰的沟通和反馈,会让人拥有“尽在掌握”的踏实感。而这一特征正是E系列与同级车型拉开差距的焦点所在。

漂移入位对一般人来说尚且十分困难,还要保持两车同步的最小距离可谓是难上加难。而影响车子的最大因素也无非是发动机和底盘。E系列在发动机方面搭载了先进的三菱MEVIC4A9系列发动机,该1.5L自然吸气发动机最大功率高达83kW/6000rpm,在4000rpm时可以爆发出最大143N.m的扭矩,在性能上实现了傲人优势。此外,北京汽车还深谙年轻人对驾驭感的强烈需求,经由英国MIRA公司精心调校后,E系列在操控性上实现了又一层飞跃。清晰的指向、紧凑的底盘、成熟的调校风格,让E系列拥有了凌驾于对手之上的操控感受。

作为2013年的大赢家,北京汽车E系列并没有“偃旗息鼓”,而是在刚刚到来的2014年,用两车同步最短距离漂移入位的吉尼斯世界纪录来掀起一场属于小型车的性能“风暴”。从本次活动来看,北京汽车不仅具有将表演性的陆上飞行秀活动融入到消费者的体验式营销中,迎合了消费者的心理,又深刻展现了旗下产品卓越的品质及性能。(王 芳)

华泰圣达菲国际品质凌驾冰霜

本报讯 作为一款“国际经典中级SUV”,圣达菲的国际品质体现在优秀的底盘表现、车身和空间设计上,其车身结构足以抵挡冰雪寒流的凶猛肆虐。圣达菲所配备的“双T动力”黄金组合,可在冰雪环境下为车主提供强劲有力、持续性强的动力保障。

圣达菲拥有纯正的韩系血统和欧洲E-NCAP四星碰撞标准,对冰雪有着极强的掌控能力。它采用高刚性笼型车身结构,加上底板4纵梁框架式结构,可以有效吸收来自不同方向的碰撞力,为车主在冰雪中构筑一个安全、稳定的驾乘空间。此外,它还配有ABS+EBD安全系统,可以有效地防止车辆在雨雪路面制动时出现的甩尾和侧移,并缩短汽车制动距离。(李 文)

陶二矿巷修区 精细排查保安全

本报讯 近日,邯矿集团陶二矿巷修区加强安全隐患排查,从细处着手,实施精细排查,确保区队安全稳定发展。

该区安全管理人员对井下安全隐患逐一排查,发现异常和苗头性问题对现场人员采取心理疏导和减压的方式及时化解,做到早发现、早处理,把隐患消灭在萌芽状态。从细节处检验安全防范水平,对岗位人员精神状态、防范意识、监控设备的使用、设备维修保养、是否存在容易忽视的细微疏漏等进行排查。(韩院生)

2014上海尚品家居展将举办

本报讯 第三届上海国际尚品家居及室内装饰展览会将于2014年6月5日至7日在上海新国际博览中心隆重举行,该展会是国内唯一成功集合家居装饰渠道与高端商务礼品渠道的专业贸易展会。今年预计将迎来逾500家参展商,为专业观众及社会公众集中展示旗下优质品牌和最新产品技术,将是餐厨采购商不可错过的行业盛事。

截至日前,本届展会已吸引了众多海内外新颖独特的品牌及产品踊跃参与,其中包括韩国INCROMA JVR、香港诗梦娜、新而高、尚元堂、蒂法妮等。届时,一些具有创意性、实用性、功能性的展品展商将围绕“Gift for Life(礼享生活)”主题精彩亮相展会。本届展会继续秉承个性化创新设计理念,将家居、家饰、餐厨、商务礼品结合在一起,大批引进顶尖时尚品牌,满足在现今多元化经济和文化环境下,中国现代家居、家饰、餐厨以及商务礼品业采购的需求,为广大行业制造商及采购商搭建一站式沟通交流平台,创新市场新契机。

作为本届展会推出的新主题,“礼享生活”将结合创新思维,吸纳更多极富创意、色彩、品牌的家居产品,发布行业趋势预测,展会将为广大参展商搭建广阔的沟通平台,在关注品牌成长的同时,帮助他们更好地将个性化产品带入日趋成熟的中国家居装饰及高端商务礼品市场。(李 玲)