

迈瑞持续创新20年 引领国内医疗器械成功逆袭



来源:《科技日报》刘传书 在中国,从乡镇卫生院到大型三甲医院,迈瑞产品覆盖了全国10多万家医疗机构;在海外,从英国伦敦皇家医院到欧洲最大的艾滋病治疗医院,从南非医院到法国、波兰医院……迈瑞产品销往190多个国家和地区。迈瑞,中国高端医疗设备的领军者,用20多年时间成功逆袭。

曾几何时,我国医疗器械市场被外国企业垄断,大小医院的检查设备大都是外国生产的,有的医生因设备没有中文说明而无法使用。如今,我国医疗器械企业达18万家,中国医院使用的器械多为中国制造,但90%的医疗器械企业是低技术含量的中小企业,能生产电子监护设备、超声诊断设备、X射线断层扫描设备、CT等高技术含量产品的企业更是寥寥。

技术突破改变中国医疗设备格局

医疗设备的研发制造横跨医学、生物、化学、电子信息、精密机械等领域,且门类繁多的专利几乎都掌握在外国公司手中,新进入者需要具备非常深厚的研发和跨学科技术整合实力。无疑,迈瑞闯入的是一个壁垒森严的行业。

迈瑞将最初的核心资源全部投入到研

发上,以拥有核心技术的产品打开进入医疗设备市场的突破口,走出一条不同于大部分中国制造企业的商业模式。

在研发投入上,迈瑞毫不吝惜。迈瑞去年研发投入达1.2亿美元。强力的研发投入,持续的自主创新,在生命信息与支持、临床检验、数字超声、放射影像四大领域,迈瑞相继推出80余项新产品,已获授权或正在申请的专利数量1700余项,迈瑞收获了世界知名市场调研机构颁发的“全球监护市场渗透领袖奖”、“全球监护市场卓越奖”、“北美监护市场最佳客户价值奖”、以及“欧洲监护市场全球战略卓越奖”。

自建生态系统打造超强制造力

在医疗设备市场,高端医疗设备从来都是高利润甚至是暴利。迈瑞几乎每进入一个产品领域,就能将该领域产品的价格砍掉一半。如何用尽可能低的成本造出高质量的产品,是迈瑞20年来一直在探究的课题,更是迈瑞在壁垒森严的医疗设备行业成功逆袭的利刃。

迈瑞董事长徐航介绍,随着在医疗设备行业整合和垄断的不断加剧,一些零部件生产企业被陆续收购。因此要想在这个行业生存下去,就必须靠对研发的持续投入去打破这些技术壁垒。所以,迈瑞决定自建生态系统。自建生态系统为迈瑞带来的最直接好处,就是拥有了超强的制造能力。研发创新加上超强制造能力,迈瑞的产品线不断增多。如今,迈瑞产品遍布全球190多个国家和地区,并且大多都是自有品牌。监护仪、麻醉机、彩超、血球仪、生化

分析仪等设备全球装机量都在前三甲,中国区装机量更是第一名。

“走出去”才能成为世界级优秀企业

迈瑞20多年的发展,达到了其他传统医疗公司一般要经过近50年才能达到的水平。为寻觅更大的市场,迈瑞决定“走出去”。迈瑞的“走出去”不仅仅是产品,更重要的是品牌和服务体系、研发创新体系的全球化。

徐航表示,公司的架构目前在转变中,最大的资产是人才。要成为国际化大公司,就必须人力资源和IT都要配套成熟,培养具有国际视野的团队,在各个主要国家培养员工骨干,这也是迈瑞面对的重要挑战:如何吸引高素质国际化人才,如何在品牌和企业文化上实现国际化,得到人才的认同。

2006年,迈瑞作为中国首家医疗设备企业在纽约证交所上市,逐步在海外20多个重点国家建立了分公司或者办事处,海外研发中心已有4个,海外员工占总体员工比也超过10%。2013年迈瑞收购美国公司ZONARE,目的就是购进人才,从而拥有了在全美高端超声市场强大的技术创新能力、直销渠道、售后服务网络覆盖等方面的优势。ZONARE 2012年销售收入达6400万美元,而迈瑞在呼吸机、麻醉机等产品上的突破和领先则是得力于其欧洲气动元器件研究中心的技术优势。

全球2000多人的研发队伍,自建的创新生态系统,让迈瑞拥有了完善的知识产权体系和不断创新的实力,有了成为世界级优秀企业的基础和与国际巨头比肩的资本。

购车观点开始在消费者心目中悄然形成。

作为东风雪铁龙的战略车型,C4L在2013年全系进入中国市场之后,很快凭借其上最强发动机——PSA与宝马联合研发的1.6THP引发市场热切关注,销量节节攀升,迅速成为中级车市的标杆级车型。

(杜威)

东风标致2008 高品质源自新工厂

自2013年广州车展亮相以来,东风标致小型SUV2008始终是坊间热议的焦点。随着产品信息的不断曝光,其时尚彻骨的外观、个性张扬的内饰,以及领先竞品的科技配置,都让这款即将在4月份上市的车型关注度直线上扬,特别是在“80后”、“90后”这些年轻消费群中的流行指数不断攀升。

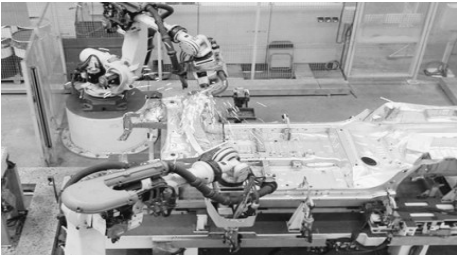
近日,记者一行参观了神龙第三工厂之后,对2008的高品质又有了全新的认识。

一流品质源自精湛工艺

东风标致2008出自神龙第三工厂,作为神龙汽车最新的制造工厂,搭载EMP高效模块化平台,于去年年中正式投产。在工厂里的EMP1平台,我们见证了东风标致2008诞生的过程,追溯了其品质之源。

“好的汽车从冲压开始”,神龙第三工厂花巨资引入了高强度钢板切割设备,同时大量采用国际一流的ABB公司机器人保证操作精度,从而保障了2008高强度车身的高质量。不仅如此,第三工厂将传统工艺中需要5个步骤才能完成的冲压流程,合理整合为短工艺,更大幅降低了操作误差,从源头上保障了2008的品质。

神龙第三工厂的焊装车间采用了行业领先的激光焊接技术,焊接强度高、速度快。对于东风标致2008的涂装品质,第三工厂采用了全球最领先、最环保的绿色涂装工艺,采用水性色性涂料和双组份清漆,该工艺的应用,既增强了2008车身的抗锈蚀性,还大大地增强了车身表面的耐磨性以及光洁度。据介绍,2008



的整车油漆质量达到全球领先级别,不仅能够保障车身鲜艳的色泽度,提升视觉冲击力,还能够使油漆表面硬度更高,耐划伤能力更强。

在总装阶段,神龙第三工厂专注于精益管理,保证了生产工艺品质和高效性。值得一提的是,在每一部关键工作后都由质检人员进行严格的检验,将质量隐患控制在萌芽阶段,杜绝传递到下一环节。

新平台、高品质铸就城市SUV领航者

在去年的NCAP欧洲碰撞测试上,海外版2008取得五星成绩,与海外版2008相比,由技术更先进、管理更科学的神龙公司第三工厂打造的东风标致2008,从细节到整体的品质再上一个新台阶。

作为热爱生活、追求品味人群的时尚座驾,这款小型城市SUV拥有其他同类车型所不具备的全景天幕玻璃顶、触控智能系统、星际宇航驾驶空间。而制造工艺上大量高科技设备的应用和精湛严谨的工艺管理态度,是2008整车超凡品质之源,自然也是未来赢得消费者的最大优势。

(常乐)

海尔品牌售后服务获好评

福建南平市的刘女士反映,她日前安装了一台海尔的热水器,当地的海尔服务人员服务非常热情。师傅不但技术过硬,安装的热水器美观,而且师傅的服务从始至终都非常热心。安装前,师傅帮忙设计了热水器管路的布局;随后认真进行了安装;安装后,又耐心介绍了这款热水器产品的使用知识和后期的维护

保养常识。据李女士介绍,

最让她感到意外的是,就在

热水器安装完成后,还收到海尔发送的手机短信。用户可以在互联网的网站对本次热水器的安装服务进行评价监督,一方面了解本次服务人员的服务情况,一方面给用户提供一个反馈意见建议的平台。海尔服务注重细节,能够为用户着想,她希望海尔这个民族品牌能够长久发展。

(小雨)

富士施乐(中国)客户体验中心获中国首个G7 Master认证

近日,位于上海香港新世界大厦的富士施乐(中国)客户体验中心顺利通过印刷行业权威认证之一的美国G7 Master认证,这意味

着该中心成为国内首个同时具有G7和Fogra两项认证的色彩管理解决方案体验中心。

(芳芳)

“奇”袭SUV市场 东风日产值得再给些掌声



“2.0L 预售价18.88万元起,2.5L 预售价23.88万元起”。

近日,在新势代奇骏发布会上,东风日产乘用车公司副总经理任勇话音刚落,现场响起一片掌声和欢呼声;掌声来自出席媒体,他们看到了东风日产的诚意;欢呼声则起自在场的上千名经销商,他们预判到了新势代奇骏的市场前景。对不在现场的消费者,任勇允诺,预订即享受“多退少不补”政策。

当然,抛开市场行情、产品实力以及竞争对手去评定销售价格,显得过于苍白,是无意义的空谈。有鉴于此,我们不妨把视角扩大到当下的城市SUV市场,来检验一下“本色SUV”新势代奇骏的预售价到底成色几何?东风日产又是否值得我们再给些掌声?

非诚勿扰:东风日产再现魅力价格

SUV市场的火爆自不必言,仅次于A级车市场的第二大细分市场地位,使得各车企纷纷在此重兵布阵。但与A级车市场频频爆发价格战不同,SUV的终端价格一直坚挺,购车优惠并不多见,更有甚者,还会上演加价提车的戏码。因此,新势代奇骏的预售

价格具有极强的参考性。

作为东风日产出击主流城市SUV市场的战略旗舰车型,全新换代的新势代奇骏在技术、性能上的表现,堪称“青胜于蓝”:颠覆性的流畅外形,大量世界首创、同级独有、同级领先的科技配置……但是,其18.88万元的预售起步价,比现款奇骏20.78万元的官方指导价低了近两万元,诚意十足。

更具参照性的是,与途观、CR-V两强相比,新势代奇骏也具有相当的优势。在配置远胜的前提下,新势代奇骏18.88万元的预售起价,比之途观的19.18万元以及CRV的19.23万元,用户的进入门槛显然更低。考虑到新势代奇骏公布的只是预售价,这种价值优势仍有继续扩大的可能性。

任勇“多退少不补”的豪言,似乎预示更深层次的意义。结合东风日产一向的定价策略,不难发现,东风日产在定价上素来秉承“一步到位”,主张以诚意打动消费者,这让我们有理由猜测,新势代奇骏后续或将有更多、更大的惊喜。

综合看来,新势代奇骏预售价格竞争力十足。东风日产专营店接待的访客和拿到

的订单数,已经印证了这一结论。不过,让消费者纷纷买单的绝不只是价格因素,SUV市场上也从来不是价格通吃一切,购买天平上最重的砝码,还在于新势代奇骏是否拥有足够强大的产品力。

一“奇”绝尘:新一代城市SUV技术帝现身

全新换代的新势代奇骏,其极具震撼力的高科技配置,成为城市SUV市场的石破天惊之笔。

作为雷诺·日产CMF模块化平台的首款车型,新势代奇骏充分发挥了该平台对技术的高自由度和兼容性。在更加流畅的全新外观设计方面也不乏技术元素,其同级唯一的全LED远近光大灯及日间行车灯、转向灯组合,堪称点睛之笔,超高回头率是有保障的。

新势代奇骏的一大技术集群体现在座舱内。同级独有的零重力健康座椅、同级首创影院式座椅设计打造零压力座舱,超大型全景天窗、智能感应式全电动尾门、3D行车信息显示系统、CAR WINGS智行+智能全方位行车服务等科技配置,将人性化演绎到同级极致。

零压力座舱不只有技术,空间也很出众。新势代奇骏拥有2706mm的同级最长轴距、660mm超大后排空间,配合后排座椅升高近10cm的影院式座椅设计和立体多变式行李箱,足以胜任主流城市SUV消费者工作、生活中对空间的要求。对有老人、孩子的大家庭,以及喜爱出游的消费者,更是一大福音。

当然,在竞争白热化的SUV市场上,新势代奇骏最引以为傲的是被其视为核心竞争力的X-Touch全感科技。X-Touch全感科技整合了超级四驱系统、3A公路稳行系统、新一代动力总成系统、主动感应整合科技等系列智能感应科技,让汽车随时感应驾驶员指令需求与路况环境的细微变化,并自动进行应对,引领未来城市SUV进化方向。

“十八般武艺”集于一身的新势代奇骏,宣告新一代城市SUV技术帝正式登基。

从夺目外形、人性、舒适的座舱,到前所未有的X-Touch全感科技,都让新势代奇骏预售价格显得成色十足。但新势代奇骏能否成功挑战城市SUV霸主地位,乘势崛起,还需与竞争对手同台竞技,方能决出高下。

横扫六合:东风日产打响SUV“奇”袭战

以极具诚意的预售价,众多高科技配

置,亮相马年SUV车市的新势代奇骏,目标直指途观、CR-V两强。与此同时,处于第二阵营的RAV4、翼虎、ix35与CX-5,也是其不可忽视的对手。狭路相逢强者胜,一场SUV市场的“奇”袭战,正在东风日产的主导下拉开大幕。

时尚外观和舒适座舱之外,新势代奇骏能否胜出的关键是性能。

世界首创的3A公路稳行系统,提供同级领先的抗颠簸、驾驭弯道的公路行驶性能。虽然途观、翼虎等现有性能派仍能在公路性能上和 new 势代奇骏抗衡,但依托同级最强的超级四驱系统,新势代奇骏确保了30万元以内城市SUV绝对领先的越野性能,构成了与同级竞品的“代差”优势。

这套全新的超级四驱系统,集成了可在2WD、LOCK、AUTO模式间自由切换的4×4-i智能全模式四驱系统、B-LSD电子制动能差速锁、可设定速度的HDC陡坡缓降控制系统、YMC动态扭矩控制系统以及上坡辅助系统,加之与现款奇骏相当的最小离地间隙,新势代奇骏集大成的越野性能配置,让征服真正成为一种享受。

在安全方面,新势代奇骏为消费者列出了主动感应整合科技的解决方案。如果说VDC车辆动态控制系统、TPMS胎压监测系统,在同级车型中并不鲜见,但汇集变道盲区预警(BSW)、车道偏离预警(LDW)、移动物体/行人探测预警(MOD)的ITS预警式整体

安全系统,让新势代奇骏的安全性傲视同级。

不仅如此,新势代奇骏还有IPA自动泊车辅助系统和AVM全景式监控影像系统助阵。IPA自动泊车辅助系统是同级唯一可停入纵向、横向、斜向3种车位的自动泊车系统,AVM更是只有在豪华车才有的配置。

在消费者比较关心的燃油经济性方面,汽车本身的动力总成系统至关重要,但因驾驶习惯、用车环境、道路状况等差异,缺乏统一的衡量标准。在此前提下,工信部公布的百公里综合油耗,是最重要的参照系。这方面,新势代奇骏也给出了一份惊喜,其7.1L的百公里综合油耗,甚至可以向同排量轿车看齐。而2.0L同排量SUV车型,油耗最接近的是新RAV4的7.3L,其他车型均在8.0L以上。

可以看出,新势代奇骏凭借魅力十足的价格、强悍的科技实力、全方位无死角的产品力,已经在SUV市场掀起了一场志在必得的“奇”袭战。不过,途观、CR-V们能纵横车市多年,自有其过硬的底牌,一场SUV市场的好戏刚刚开始。而强者之间的火拼,最大的受益者,无疑将是消费者。

新势代奇骏以超越期待的预售价,赢得现场媒体和经销商的掌声和欢呼声。不过,从新THIDA到新轩逸,从去年的新世代天籁再到今年的新势代奇骏和新阳光,东风日产一次次以超群价值和精品车型,让更多消费者享受精彩的汽车生活。似乎,我们的掌声可以更热烈一些!

(红心)

