

智能化福田雷萨重机成为新能源环保先锋

■ 本报记者 梦 杨

2014年中国工程机械行业进入调整、转型、升级、创新发展阶段。如何实现产品价值向用户价值转化,如何增强工程机械产品品牌抗风险能力,优化产品结构,从而提升产品竞争优势,中国工程机械行业及企业需要在企业发展战略中有更深入的思考。

面对市场竞争及产品未来布局,福田汽车在工程机械产业中开始聚力创新,根据品牌发展及客户价值双向目标,整合国际化资源,立足国内市场,赢取世界市场。同时注重可持续发展,全面助力风能、水电、核电等清洁能源建设。

2014年3月22日,雷萨重机清洁能源建设装备品鉴会在京举行,品鉴会上雷萨起重机展示了清洁能源建设装备,向大众展示了其卓越的产品和“低排放、无接触、智能化的”工厂,以创新科技应对环境治理的课题,助力清洁能源建设。同时,雷萨起重机“集成科技 一体价值”系列产品体验活动也隆重启动,标志着雷萨起重机对客户价值体验的进一步聚焦。

集成科技 树立行业新标杆

据了解,作为福田汽车集团新六大战略业务核心成员之一,雷萨起重机依托福田汽车集团,突破产品同质化困局,异军突起,在短短3年内,借助福田汽车强大的研发、采购、销售及服务平台,逐步打造以“研发”、“制造”和“服务”为核心的竞争力,形成产品优势和品牌优势,实现战略转型和可持续发展,助推福田汽车“2020战略”。

三年磨一剑,雷萨起重机联合德国科技、整合跨国技术团队与福田汽车资源、凭借无

安居客擅打高薪人情组合拳

本报讯 近些年,中国互联网行业井喷式发展,随之带来的是居高不下的人员流失率。作为一家成立7年的互联网企业,安居客早年也曾经历过员工高流失率,但近年来公司通过践行“人事合一”的管理模式,大大降低了员工流动率。由此,安居客在人事管理方面的经验也成为互联网行业中极具代表性的案例。

安居客CEO梁伟平坦言:互联网企业留住员工,既需要良好的工作报酬,更要让员工获得成就感,并且看得到未来的发展。安居客不仅为员工提供高薪刺激,更为员工铺设了一条不断成长、突破自我的发展之路。为此,安居客特别推出了企业TIA项目制,即由队长和专业职能人员组成紧密合作团队,快速实现特定目标的一种机制。 (沈海燕)

吉利GC7打造“踏青利器”

又到了春暖花开的好时节,很多孩子都蠢蠢欲动的要老爸带着出去踏青。想要举家出游,一辆乘坐舒适、动力卓越的汽车会为您的踏青之旅带来更大的方便。作为吉利汽车的一款A级家轿,吉利GC7凭借着超越同级的舒适配置和从容自如的驾控性能,为追求自在生活的你带来不一样的出行体验。

吉利GC7拥有1470mm的高度,宽裕的头部空间让前排驾乘人员“高人一等”,同时,吉利GC7的后排座椅还配备了中央扶手,避免后排人员手无处可放的尴尬。480L的后备箱容积在同级车中占据绝对优势,足以应对出游时装载的物品。在外出兜风的时候,长时间驾车让驾驶者倍感疲劳,吉利GC7搭载了A级车少有的定速巡航系统,当车辆在高速长时间行驶时,可以在按要求设定好行车速度后,驾驶者就不用再去控制油门踏板就可自动保持车速,有效地缓解了长时间驾驶的疲劳。

吉利GC7共配备了1.5L/1.8L DVVT智能连续可变进、排气正时系统发动机,DVVT(进排气双连续可变气门正时系统)让驾驶者在高速行驶重踩油门时,会瞬间加大进气量,增加进油量,产生巨大功率推进加速,在低速行驶或爬坡时,则产生高扭力来满足动力需要。吉利GC7搭载的DSI 6AT手自一体变速器拥有纯正的澳大利亚血统,细腻传动、平顺性好,可以在0.3s内完成换挡响应,在提升动力的同时降低油耗,非常实用。 (林 丽)

陶二矿巷修区加强防尘工作

本报讯 3月,邯矿集团陶二矿进一步加强防尘管理,落实职业病管理条例,根据矿文件精神及该区实际情况,成立了安全生产领导小组,由巷修区区长张和平负贵矿井综合防尘工作,技术员牛东风对矿防尘工作负责技术管理。健全了防尘水管路系统,以满足现场生产及防尘洒水的需要,要求防尘管路必须敷设到所有施工作业面和下煤(矸)眼。通过一系列措施,有效地保护了职工身体健康。 (韩院生)

法复制的资源优势,打造为客户创造价值的饱满内涵。在产品创新上不断推陈出新,潜心打造包括FTC20K4-II、FTC25K4-II、FTC25K5-II、FTC50K5-II、FTC80K5-II在内的FTC系列汽车起重机及FQH500、FQH400在内的FQH系列履带式强夯机,成为工程机械行业的一匹“黑马”。

雷萨起重机通过对客户价值链的分析,将客户最关注的需求如起重设备可持续工作的能力、高工作效率和低运营成本等进行排列,以德国领先技术为基石,在德国斯图加特成立研发中心,油耗、效率、安全等诸多指标与欧洲标准看齐。

新品上市 推进行业产品升级

活动现场,雷萨起重机亮相了最新系列产品,其中雷萨FTC80TK5-II汽车起重机采用全新设计理念,应用先进的设计分析方法优化设计,使产品更安全、更可靠、更先进;德国力士乐技术路线液压系统,比例控制、负载敏感;起升、变幅、伸缩系统均采用双泵合流驱动;合理匹配的大流量多联组合的液压油泵;优化的液压油缸缸径和活塞面积比;大功率自动调速的变量液压马达及合理优化匹配的高效行星减速系统的起升机构。这一系列创新科技的应用,使FTC系列汽车起重机变幅时间较竞品少30%-50%,伸臂时间较竞品少30%-50%,起升速度较竞品高5%-10%,起重机综合效率较竞品高30%以上。

同时,雷萨起重机拥有先进的发动机电控技术,匹配两套不同的喷油量控制系统,调控四项不同的核心特性,根据上装作业工况定制的发动机输出特性,通过取力开关自动实现在两套控制系统之间的快捷转换,实现整车双模态

控制功能。吊装作业油耗降低10%,按每小时10升燃油消耗的作业工况计算,每年工作2000小时可节约柴油2000升。

秉承德国戴姆勒底盘设计平台和优秀设计理念,FTC系列汽车起重机依托福田戴姆勒的成熟供应商体系,选用大功率发动机,选择合理的变速箱速比和驱动桥速比,动力总成实现最优化匹配。整车最高行驶速度达85km/h,比竞品高10km/h,节省行驶时间10%,转场作业时“快人一步”。最大爬坡能力达40%以上,能够适应复杂、极限路况。

此外,雷萨FQH500履带式强夯机也引起现场用户广泛关注,此产品主臂防后倾采用自主创新专利——液压油缸减震技术,有效缓解了脱钩时负载剧变对系统的冲击,主臂回弹一次即可消弭振动,大大缩短了下次夯击的准备时间,有效提高结构件及钢丝绳的使用寿命。创新设计自脱钩技术,隔离对起升系统的剧烈冲击,整个过程自动检测,快速完成。检测脱钩状态,快速自由落钩,吊钩减速等动作可实现无缝连接,平稳快速,效率更高,同一工地条件显示,FQH500强夯机可实现行业竞品高1.4倍的夯击效率,作业效率行业领先。

创新设计的自动脱钩技术,隔离对起升系统的冲击,有效提高了臂架、卷扬和液压系统的使用寿命。液压系统采用进口元器件,可靠性高。大量实验验证,整机设计逐步优化,发动机、液压系统得到上佳匹配,作业动作平稳流畅,作业油耗有效降低10%-15%。

阿里巴巴洲泉蚕丝馆正式上线

业包括钱皇、蚕缘、腾飞、强盛、安顺等15家规模以上企业,这15家企业年加工蚕茧6000吨,占当地行业产能的六分之一。据参与阿里巴巴洲泉蚕丝馆前期建设负责人之一、洲泉蚕丝被电子商务有限公司总经理张健介绍,阿里巴巴洲泉蚕丝馆分为代理加盟、加工定制、现货批发、礼品定制等板块,不同企业入驻不同板块,产品以蚕丝被、真丝套件和其他真丝物件为主,所有入驻企业必须与蚕丝馆签订签署供货合同、30日新品试用协议、四年翻新协议、质保协议四份合同,洲泉蚕丝被品鉴中心将对每一款产品进行七星等级评定,

高品质速溶茶受都市白领青睐

品,因此品质更有保障。无限极茶萃产品采用业内领先的提取技术,精选地道的优质原料,经过严格的质量控制,将茶叶与陈皮、人参精华进行科学合理的搭配,富含茶多酚、生物碱、氨基酸等天然有益成分,满足消费者品茶享受的即时需求以及健康养生的长期需求。

针对消费人群不同的需求,无限极茶萃推出了两种针对性产品,分别是陈皮普洱茶萃和人参乌龙茶萃。前者是普洱茶精华和陈皮精华的科学搭配,来自云南原生态茶园的普洱茶可消脂暖胃,配合上正宗广陈皮,轻松帮助人们消除饮食积臃,减轻身体负担;后者则是人参精华与乌龙茶精华的精妙融合,东北上品人参补气醒脑,道



雷萨起重机链合戴姆勒、康明斯等全球优势资源,积极投身于国家风电、核电、水电等清洁能源行业的基础设施建设,打造绿色环保的清洁能源产品线,提供更环保、更节能的起重机产品,同时秉承“专注为用户创造价值”的理念,聚焦客户价值,着力打造“一体化研发、一体化设计、一体化制造、一体化销售、一体化服务”的一体化价值链,为用户提供价值一体化的产品和服务解决方案,有效实现福田汽车黄金价值链的延伸。福田雷萨起重机作为福田汽车的战略品牌,将会继续集成全球优势科技资源,为客户创造更多价值,以创新性的理念促进行业的可持续发展,致力于成为起重机行业卓越的运营服务商。

2014年,雷萨起重机在北京、山东、西安、成都、广州、上海举行6站“集成科技 一体价值”产品体验活动,本次北京站为首发站,整个活动贯穿全年,届时将会带来最新、最全面的产品组合,最具诱惑力的优惠政策、最震撼的现场感受以及最令人难忘的产品体验。

创新品牌

一旦发现商家出售假冒伪劣产品,将严肃处理。“我们还为蚕丝馆的产品投保2000万元,一旦采购商发现购买的蚕丝被有假,保险公司将会对此进行理赔,从根本上保证采购商的权益。”

洲泉镇政府与阿里巴巴共同打造蚕丝馆的目的不仅仅是增加企业营业额,更重要的是希望把当地所有正规的蚕丝生产企业纳入馆中,对蚕丝相关企业在质量上、服务上进行规范化,通过蚕丝馆这一网络平台优胜劣汰,改变洲泉蚕丝企业规模小、资本集中度低的现状,打响洲泉蚕丝被这一地域品牌。 (沈海燕)

地安溪乌龙可健康提神,让您天天保持好状态。而针对实现携带、饮用的方便性以及饮用时的时尚感方面,该类产品采用的是氮充保护条状精致包装,一撕即开,即冲即溶,饮用十分方便。为满足大众“送礼就要送健康送珍贵”的健康送礼需求,无限极还推出了一款人参乌龙茶萃(精醇型),主打健康送礼市场,传达健康心意,是一款集品茶、馈赠于一身的上乘佳品。无限极茶萃不仅用真材实料满足了大众的健康养生需求,更是以极具特色的产品概念和便捷的冲调方式满足了社会白领和精英一族对时尚、安全和便捷的追求,有望持续引领健康生活的新风尚,助力速溶茶领域的发展。 (李 芳)

北汽绅宝将成为公车改革受益者

绅宝在上市之前,就根据有关部门采购标准对公务车型进行了升级,使之符合公、检、法等有关执法执勤部门的采购需求。在安全性上,完全达到执法执勤部门在特殊环境下对公务车的特殊需求。绅宝在2013年不仅获得了消费者的高度肯定,更赢得了公务市场的认可,先后入围全国十多个省市政府机关、大型企业的政采名单,目前已获得了1500余台订单。伴随公务车改革的正式启动,北汽汽车以敏锐的市场洞察力,率先树立“公务性能车”新标杆的做法,一方面体现了北汽汽车对自身产品品质的信心,另一方面也让公众看到了中国自主汽车新领军者的姿态。 (晓 明)

小平故里企业家致富不忘乡亲

的各项比赛,同时观赏了极富川东北文化风格的各种展览和文艺演出。中午,活动为数千位乡亲免费提供了四川特有的“坝坝席”。旅游文化活动还邀请了国内著名的画家、书法家,现场为乡亲们挥毫泼墨。晚上,在新落成的伍山农民广场上举办的晚会把旅游文化活动推向高潮,邀请了著名相声艺术家李金斗、付强以及快女获奖歌手黄英和百余名演员。这些平时只能在电视里看到的明星来到山村现场演出,气氛热烈,满足了缺少文化生活的乡亲们精神需求。3月17日,参加旅游文化活动的专家、学者、港澳台企业家代表百余人前往邓小平故居,瞻仰缅怀伟人事迹,在邓小平铜像前献花。 (纪 斌)

Bang & Olufsen(铂傲)在北京发布新品

本报讯 日前,丹麦奢华视听品牌Bang & Olufsen(铂傲简称B&O)在北京发布三款领先全球无线音响巨作:融合最新无线技术的BeoLab 17、BeoLab 18及BeoLab 19扬声器。

作为首个在高端扬声器中融合全新WiSA(无线扬声器与音频协会)标准并获得WiSA认证的视听品牌,B&O三款音效完美的无线音响,采用了新型无线扬声器技术,保持强劲而均衡的音效体验。它使用相对不拥塞的5 GHz无线U-NII频谱,不受传统无线网络干扰,以24位无损音质搭配无缝结合工艺,重新定义了无线音质的至尊享受。

B&O全球总裁兼首席执行官Tue Mantoni先生表示:“B&O在国际评选上屡获殊荣,不单是因为其顶级的声学效果,更出于产品杰出的设计。我们坚持高质音效的同时也着重产品设计,这是丹麦品牌的特质,也是我们一直以来的坚持。” (张 玲)

慕思发布第四代健康睡眠系统

本报讯 日前,慕思寝具继携手《福布斯》推出国内首部《中国企业家健康睡眠指数白皮书》后,再度重磅推出“慕思第四代健康睡眠系统”。该睡眠系统致力于360度立体睡眠环境的打造,从“眼耳鼻舌身意”六根出发,多方面营造完美的睡眠环境,独具四大颠覆性创新,刷新了人们对睡眠的认知,具有划时代的意义。

在新品发布会上,慕思第四代健康睡眠系统的量身定制技术、睡眠休闲一体化功能、空气净化系统以及静心睡眠环境营造四大创新点,各自以或虚或实的表现形式立体呈现。业内人士指出,慕思第四代健康睡眠系统具有革命性的意义,将对健康睡眠行业未来的发展产生深远的影响,同时也是慕思全球整合创新、合作共赢核心价值观的一次完美展示。 (魏 文)

昆仑山开展升级饮水活动



本报讯 随着2014世界水日与中国水周的到来,“珍惜水、节约水、保护水”、“保障饮水安全,维护生命健康”等系列宣传口号出炉。昆仑山雪山矿泉水联合全国健康饮水专业委员会共同倡议,呼吁消费者:是该为健康喝雪山矿泉水了。”

3月15日至24日,昆仑山在北上广深等各大城市展开以“是该为健康喝雪山矿泉水了”为主题的升级饮水活动。活动期间,消费者在终端现场填写“升级饮用水”宣言卡,发表自己的升级饮用水宣言,即可参与2014世界水日主题公益活动,并参与现场抽奖。

3月22日,全国25个城市百余场活动上演了一场升级饮水大行动,消费者凭任意瓶装水瓶均可换取昆仑山雪山矿泉水一瓶。活动当天还开展了丰富多彩的路演活动,向消费者传递健康饮水知识,呼吁大家共同守护自己的健康,选择世界级的珍稀饮用水。同时,线上网友通过昆仑山的官方微博、微信等渠道,转发分享活动信息,或亲临现场,实拍活动图片@昆仑山雪山矿泉水官方微信与微博,即有可能获得线上抽奖机会。

天然矿泉水在品质上也有高低之分,在2012年发布的《中国居民饮水指南》中,以水源地为核心标准将饮用水划分为四级,水源地无污染的高海拔雪山矿泉水/冰川矿泉水为一级饮用水,普通天然矿泉水为二级水,普通的瓶装水(包括纯净水、矿物质水、天然水)则是三级水,也就是此次意见稿针对的大部分包装用水。天然矿泉水中的一级品类——高海拔零污染的雪山矿泉水顺理成章成为消费者升级饮用水的健康首选。

以昆仑山雪山矿泉水为例,来自青藏高原海拔6000米昆仑雪山,水源天然零污染,历经50年天然岩层过滤,富含多种有益人体健康的矿物质元素。昆仑山雪山矿泉水凭借高品质获得了众多领域意见领袖的认可,从行业专家、运动员、影视明星,到健康生活方式的崇尚者,乃至孕妈妈妈们,都是其忠实用户。雪山矿泉水不仅在国内颇受欢迎,在国内外也始终引导着健康饮水的主流趋势。早在2012年,昆仑山雪山矿泉水就已荣获“伯克利世界品水大赛好水金奖”。 (王 芳)