

自主高端装备如何全面崛起

■本报记者 孙喜保

中国的高铁已经成为国内重要出口轨道装备,国产北斗导航系统也逐渐成熟,国产大飞机的研发也有了更多的成果,从这些成果来看,中国的高端装备自主研发也有了全面的进步。但是在高端装备制造领域,比如海洋石油工程装备、机器人制造等,我们与国际先进水平的差距依然很大,需要全方位的攻关和崛起。

目前在全球新一轮产业技术革命加速推动下,高端装备制造业正在成为各国重点发展方向。作为出口型制造大国,中国急需在高端装备制造领域补上这一短板,改变以往低端、廉价的形象。

新一轮产业技术革命掀起

随着制造业的数字化、网络化和智能化的加速推进,互联网技术和制造领域的深度结合正在引发一场新的工业革命。以3D打印为标志的新工业革命正在加速推动全球生产方式发生深刻变革。全球机器人市场发展十分迅速,企业应用积极性高涨。

在这一过程中,如何提升我国高端装备制造关键核心技术尤其显得非常重要。以往我国在机械制造领域尤其在高端装备制造领域,往往采取引进消化吸收国外技术的方式来发展自己的装备制造企业。在这一过程中从国外引进了不少的技术,尤其从德国引进最多。

赛迪智库为本报记者提供的数据显示,截至2012年底,我国从德国引进技术累计18398项,金额606.7亿美元。德国很多装备制造企业,如西门子、大众、曼公司等已经将生产或研发基地设在了我国。进一步推动中德就机器人技术、智能制造、3D打印、航空航天、海洋工程等高端装备制造领域开展研发合作,能够有效提升我国创新能力和关键核心技术水平。

另外要想真正提高我国高端装备产业的研发能力和影响力,还要培养一批具有国际影响力的企业和产品品牌。遗憾的是,我国还很缺乏这样的品牌。美国、日本、德国等装备制造大国普遍重视培育国际化大型企业集团,依托重大工程建设、尖端产品技术研发和对外贸易等,带动本国装备制造业的整体发展。我国当前拥有众多的高端装备制造企业自主品牌,但只有一重一工一家装备制造企业曾上榜英国《金融时报》全球500强。

自主研发能力较弱,是制约中国高端装备制造发展的瓶颈。

长虹以家庭娱乐信息终端定位智能电视

本报讯 在日前在北京举行的2014中国互联网大会上,长虹作为首家家电企业参会并展出旗下高端智能电视产品——CHiQ电视。长虹集团副总工程师阳丹出席首届中国智能电视发展峰会时表示,“以家庭娱乐终端重新定位智能电视,这将创造一个全新的产业生态,长虹愿意与生态系统内的其他企业一起做大这块蛋糕。事实上,彻底改变交互方式的CHiQ电视将智能电视发展进程向前推进了一大步”。

据悉,刚刚完成迭代的CHiQ电视2.0也亮相中国互联网大会,其中CHiQ105Q1C获得年度最佳视觉效果产品奖项。

针对电视体验中“交互太差、无法移动、内容获取不便捷”等三大痛点,长虹CHiQ电视完成本年度重大迭代升级,CHiQ-TV APP正式升级至2.0版本,并于9月1日全面上线。

在中国互联网大会现场展出的CHiQ电视105Q1C,彻底扔掉遥控器,电视图像、色彩、声音设置等所有的功能在手机上都可以实现。该产品更倾向移动端的交互,更符合移动端的交互习惯,操控更便捷,更简单。一直以来,内容匮乏长期制约着智能电视的发展,迭代后的CHiQ电视2.0内容上更丰富、更全面、更方便,据介绍,没有有线也可以获取直播内容,覆盖的频道更广;全网分类看,实现了内容的聚合,来保证内容更多更好的体验;获取方式更多,包括设置的关注、收藏、录播功能、发现板块等等。“我们将通过CHiQ的不断迭代升级,彻底改变人机交互模式,从而给用户创造年轻、科技、时尚的智慧生活方式。”阳丹说。

智能电视浪潮已经不可阻挡。当智能电视统治客厅之时,开发者们的机会也随之到来。阳丹以CHiQ电视为例,介绍了长虹及其应用开发合作伙伴进行智能电视开发的经验。“一是开发者要注意电视大屏的特性,游戏、教育、健康等才是电视屏区别于移动屏的核心价值;二是要注意到家庭应用,要从智能家居的角度系统把握电视价值,注重家电互联的多屏互动,从应用和服务角度进行切入。”阳丹希望开发者抓住智能电视发展机会,为用户带来更多具有美好体验的应用。(东升)

■本报记者 徐潇

8月下旬,搜房网正式转型卖房,西安万科与易居“相互批评”无疑是地产业内最引人眼球的大事。两起事件背后的起因指向一致:房产营销在移动互联网冲击下已全面渠道化,房产广告已经失去市场,传统的地产代理服务正在受到冲击。

加之8月12日,国务院下发了《关于取消和调整一批行政审批项目等事项的决定》,取消11项职业资格许可和认定事项,其中就包括取消房地产经纪人员职业资格许可和认定。“全民经纪人”时代或已来临。

搜房网谋求转型

8月20日凌晨,在群发给全体员工的内部邮件中,搜房网董事长莫天全将搜房网的长期规划概述为“房天下,大平台”,而这一规划的核心内容则是:“搜房网结束了‘信息平台’的发展阶段,正在走过‘资讯媒体平台’,已经启动向‘交易大平台’快速转型。”

这也意味着,未来搜房网只专注“网络平台”,“交易平台”和“金融平台”三方面建设。三大平台之下,搜房网直接取消新闻板块,彻底告别媒体属性;同时,电商项目全部转为新房分销项目。而现有的新房销售团队全员转为房产渠道团队,要求人人会卖房。

多位业内人士向记者证实,搜房网的转型方向实际上是房地产电商未来的“O2O”模式。该模式从根本上是要解决线上模式和

以海洋工程装备为例,目前,我国已基本实现浅水油气装备的自主设计建造,部分海洋工程船舶已形成品牌,深海装备制造取得一定突破。此外,海上风能等海洋可再生能源开发装备初步实现产业化,海水淡化和综合利用等海洋化学资源开发初具规模,装备技术水平不断提升。但与世界先进水平相比,产业发展仍处于幼稚期和起步期,经济规模和市场份额小;研发设计和创新能力薄弱,核心技术依赖国外;尚未形成具有较强国际竞争力的专业化制造能力,基本处于产业链的低端;配套能力严重不足,核心设备和系统主要依靠进口;产业体系不健全,相关服务业发展滞后,产业发展存在诸多问题。有业内人士就指出,“我国海洋工程装备制造与世界发达国家的发展水平差距较大,仍处于该行业的第三阵营。”这只是我国高端装备制造业的一个反应。

面临技术封锁挑战

尤为值得重新审视的是,随着我国的高端装备制造水平的日益提高,从国外引进技术尤其是核心技术已经越来越难。欧美等发达国家正在加大对我国的技术封锁,即便是一直合作良好的德国也不例外。

据赛迪智库为本报记者提供的研究显示,近年来,随着德资企业在华的不断壮大,德国在华投资呈现出独资趋势。一方面新成立的独资企业增多,另一方面越来越多的合资企业中的德方要求独资,通过内部收购、增资扩股或稀释中方股权的并购方式,实现其对经营管理权的控制。如,西门子计划将其在华近60家企业尽可能地全部发展成独资企业,以博世、马勒为代表的德国零部件企业大都采用独资或控股的形式经营。

德国跨国企业的独资化趋势对于试图通过合资取得先进技术的中国企业带来明显竞争压力。

“长期以来,我国通过市场换技术的合作方式获得了较多德国先进技术。但是近年来,德国等跨国企业日益重视对核心技术的保护,使得通过合资方式获取关键技术越来越难。德国企业对向我国继续进行技术转让也更加谨慎,阻碍了两国在尖端技术和新兴技术领域的进一步合作。”赛迪智库一位研究员说。

相对而言,德国对于中国的技术帮助并不小,日本、美国、法国等发达国家则更加注重对于其核心技术的保护和封锁。

日前记者在国内首个页岩气生产基



图为2013年9月25日,北京南站即将出发的高铁列车。这些由中国北车长客股份公司研制的CRH380CL新型高速动车组已投入运营。

本报记者 杨登峰摄

地——重庆涪陵页岩气采访时获悉,中国的页岩气开采技术和设备在短短三年内已经完全自主化。相关人士告诉记者,在这一过程中,中国石化经历了非常艰难的探索,因为以美国为代表的欧美页岩气公司只提供昂贵的服务和设备,不出售技术,这逼迫我们必须加大研发力度,创造自主的页岩气研发体系,这样才能把成本降下来。

国外大企业对中国的技术封锁还体现在汽车制造业方面,中国汽车曾经提出“以市场换技术”的战略,但在经历了十多年的合资发

展后,国外企业几乎垄断了其先进的汽车制造技术,但在某种程度上导致了中国的汽车工业发展缓慢。

近些年来,我国的一些企业也逐渐走出国门,希望通过并购欧美企业,来获得更多的先进技术,但这种尝试也受到了重重阻挠。另外我国装备制造企业的跨国收购还面临着艰难的整合问题。特别是德国对华投资和限制的措施不断增多,比如对投资收益利用的限制就制约了我国企业在德生产规模的扩大,给中德高端装备制造领域的合作带来了明显障碍。

■本报记者 丁军杰

每年的9月至来年的8月是空调业的一个冷冻年度。在9月新冷年即将开始之际,8月28日,中国家电网联合国家信息中心信息资源开发部,在京举行2014中国空调行业高峰论坛,就2014冷年空调市场的局势进行梳理。

论坛上发布的《2014冷冻年度中国空调市场白皮书》显示,2014冷年国内空调市场,整体销售趋势逐步向好,尤其三四级市场销量增长明显,中高端产品已由一二级市场向三四级市场延伸;空调行业产品结构调整效果显现,智能空调开始大放异彩;空调在电商渠道的销售增长明显。

政策依赖后遗症消除

市场回归常态增长

白皮书提供的数据显示,与2013冷年相比,2014冷年国内空调市场整体销售量同比增长16.24%,国内市场销售规模达到4200多万台,销售额同比增长17.49%。相较而言,无论是销售量还是销售额,空调都是冰箱、洗衣机、彩电、空调四大产品中同比增长幅度最高的产品。

对空调市场增长贡献较大的动力则来自于农村市场的增长。虽然自2008年开始家电下乡、以旧换新、节能惠民等政策透支了部分市场需求,使得城、乡家庭冰箱、洗衣机、彩电以及城市家庭空调的每百户拥有量趋于饱和,但目前空调农村家庭每百户拥有量在30台左右,这表明市场仍有增长空间。

2014冷年三级城市市场销售量、销售额同比增长22.14%和24.32%,四级城市市场增幅分别为31.48%和33.66%。三级城市销售

量、销售额增幅比整体市场水平高出5.9和6.83个百分点;四级城市市场比整体市场水平高出15.24和16.17个百分点。

国家信息中心信息资源开发部副主任蔡莹认为,正是由于三四级城市和五级市场呈现出较高水平的同比增长幅度,使得2014冷年国内市场规模得到了保障。空调市场已经摆脱家电政策后遗症的影响,依托市场内在的需求推动增长。如何有效有序释放三四级和五级市场较明显的潜在市场,是保证国内空调市场持续发展的关键。

智能空调成亮点

产品结构升级加快

2014冷冻年度,智能空调产品成为一大亮点。空调企业纷纷推出各自的智能空调,将空调行业的智能化趋势推向了高潮。数据显示,2014冷年,智能空调的整体销售规模比去年同期增长幅度超过300%。

单品效益较高是吸引空调企业纷纷推出智能产品的原因之一。智能产品的价格水平明显高于普通空调。2014冷年,国内重点城市普通空调壁挂零售均价为3000元,柜机为7255元,而智能空调壁挂零售均价为5354元,柜机为12299元,单品效益呈现明显差异。

中国家电网总编吕盛华认为,目前基于物联网和云计算为支撑的产业技术条件逐步成熟,消费者的个性化需求越来越多元,对智能终端产品的需求明显增强,这是智能空调迅速发展的重要推动力。智能空调主要生产企业已经开始关注智能产品的互联互通平台建设问题,企业希望通过通过管理或应用平台的开发,为消费者

提供一个相对完整的空气系统的解决方案,并通过后台大数据和云计算的参与,增加与消费者和产品的互动,提升粘度,从根本上改变售后服务的方式。

智能空调的快速成长也反映出目前空调行业在产品结构调整上取得显著效果。智能、变频以及柜机等中高端产品消费成为主流的趋势已经从一二线城市逐步向三四线城市延伸,为整体市场产品消费结构的提升奠定了重要基础。

网上销售受到重视

电商销售增长显著

随着空调企业2014年加大在电商平台的触网力度,电商渠道空调销售增长更加突出,成为空调企业不可忽视的重要渠道。市场研究公司奥维咨询提供的最新数据显示,2014年1~7月,空调电商市场销量同比劲增133.3%,空调市场线上销量占比达8.5%。

随着在线销售比重的增加,空调产品的结构也出现了一些提升。据京东的销售数据显示,2013年变频空调的销售占比为29.8%,而2014年1~7月占比达到了40.1%。不过相较而言,目前线下体验在中高端空调产品销售中作用突出,空调在线上销售的产品结构仍偏中低端,伴随电商的进一步发展,空调线上销售在产品结构、购物体验、物流配送、售后安装与服务等方面仍有提升空间。

京东预计,随着网购用户数量持续增长,渗透率不断提高,未来空调在线销售仍有较大增长空间,预计2014年其空调的销售规模将达到52亿元,2015年的销售规模有望达到88亿元。

“全民经纪人”模式开启

按照约定,搜房网每年都会收取中介公司一定的“端口费(房源录入刷新端口)”。据业内人士透露,搜房网每年收取链家地产端口费2亿元左右,收取“我爱我家”端口费一亿七千万。收费不菲,当然是在房市繁荣时期,在如今的大环境下,本就高额的端口费还要上调,这让中介公司心生怨怒。此前,北京、杭州等多个城市中介公司联合抵制搜房网,导致某股价大幅下挫,这使得搜房网意识到过去的盈利模式过于单一,存有较大风险,这才开始“稳中求变”,谋求转型。

“主要是搜房网盈利模式单一。”有房地产中介负责人介绍说,搜房网的一手房业务主要通过帮助开发商推广楼盘,提供服务获取佣金,二手房业务主要是给中介公司提供信息发布的平台。

八月中旬,西安万科因“万客通”的“全民经

国内首条自主研发超级电容器生产线投产

本报讯 记者近日从工信部获悉,国内第一条年产100万只超级电容器生产线近日在湖南投产。由湖南耐普恩能科技有限公司自主研发的这条生产线,涵盖了极片制备、单体组装全工艺流程。

超级电容器是近年来随着新材料科学的突破,出现的一种介于传统电容器与电池之间的新型绿色环保物理储能器件,是对化学储能技术的有益补充。其最大优点是,充放电时间短,可大电流充放电,功率密度远高于锂电池,可广泛应用于新能源汽车、轨道交通、升降设备和军事装备等领域。

清华大学教授王要武认为,该生产线是我国从基础研究到自主设计、研发生产的首条超级电容器生产线,改变了之前我国超级电容器产业核心技术依赖引进的局面,对中国超级电容器产业的发展具有重大意义。(肖宝)

农业部发布国家农机目录申报指南

本报讯 8月28日,农业部印发《2015—2017年国家支持推广的农业机械产品目录申报指南》(以下简称《申报指南》)。按照农业部等三部委联合制定的《国家支持推广的农业机械产品目录管理办法》,农业部以三年为一个周期,定期发布国家支持推广的农机产品目录。这次发布的《申报指南》,所列农业机械产品目录共10大类28个小型73个品目,与上次(2011年)公布的农业机械产品目录(10大类31个小型和90个品目)相比,小型减少了3个,品目减少了17个。

对已列入《2012—2014年国家支持推广的农业机械产品目录》(含年度增补的)的产品,《申报指南》明确:企业重新申报时,在相关信息未改变的前提下,可不提交鉴定证书、鉴定报告等相关材料,精简了程序。(喜子)

北塘污水处理厂项目获评环保示范工程

本报讯 近日,2014年国家重点环境保护实用技术示范工程名录(第一批)出炉,由中铁四局三公司承建的天津北塘污水处理厂工程榜上有名。

北塘污水处理厂是天津市发展规划重点工程之一,建设规模为日处理污水15万吨,远期规划30万吨。该项目作为天津市滨海新区最大的污水处理厂,因涉及专业多、结构复杂、工期紧等特点而被业内称为“市政工程之王”。在该项目建设中,中铁四局三公司坚持以科技为先导,针对工程的关键工序和特殊部位,成立了QC攻关小组,攻克了一道道技术难关,确保工程质量一次创优。该公司凭借该项目培养了一批环境保护工程管理人员,业务板块从污水处理厂工程向污泥干化工程、自来水厂工程逐步拓展,相继在天津、宁夏、安徽等全国13个省、市、自治区承建环保水务项目达20余项。(徐宝亮 刘克宇)

秦皇岛西工务段职工昼夜巡道防大汛

本报讯 近日,为确保大秦线山区铁路安全度汛,秦皇岛西工务段对管内5处山区铁路恢复昼夜巡道制度,通过三班巡道制的贯彻落实,确保存在溜塌或垮塌隐患的山区铁路在汛期安全稳定。

据悉,该段采取巡查及看守双人双岗制度,一人线下巡视检查,一人专职防护,二人必须保持20-50米距离,发现来车时按规定迎车,巡查人员应在线路路肩上巡查。防护员按规定穿专职防护服并携带防护用品。巡查作业时,严格执行《铁路工作安全规则》有关作业规定,横越线路时,必须执行“一站、二看、三通过”,不得扎堆、闲谈,确保人身安全。通过对山区铁路昼夜巡道,保证了大秦线煤运通道在汛期安全畅通。(何乃斌)

事事较真的“笨笨”工长

本报讯 胥登凯,28岁,呼和浩特工务机械段检测检修车间基础制动工班工长,荣获2012年全局春季技术比武工务系统大型养路机械车司机专业第一名。因为他事事较真,干什么事都着一股“劲”,从不投机取巧,身边的工友们都戏称他为“笨笨”工长。

参加工作5年来,每次保票到关键部位,胥登凯都反复琢磨,仔细观察,认真记录,不放过一个问题与缺陷。有一次因为要搞懂部件安装程序,他一天内向厂家拨打了10多次电话,厂家的技术人员从开始的不耐烦到最后被他这股真诚所打动,专门邮寄了一套图文资料给他,此事成为车间的佳谈。就这样五年如一日的坚持,胥登凯逐渐成了工班设备的活字典。同时他还利用休息时间积极筹备教案,在车间内流动授课,班组里青工们学技能、比技术的热情空前高涨,多次在车间班组对抗赛中摘得桂冠。(李红虹 王屹)

光伏发电示范项目建设受关注

本报讯 8月26日,在浙江桐乡世贸中心顶楼设置的2兆瓦光伏发电项目通过竣工验收收正式并网运行。

据了解,该项目计划每年发电量140万千瓦时,并全部供给世贸中心运营用电。该项目是今年嘉兴市单体屋顶面积最大的光伏发电项目,单体屋顶面积达4万平方米,被列入国家“金太阳”示范工程项目。根据推广光伏发电的鼓励政策,项目建成后建设方可获得国家补贴1000万元,6年时间就能完全收回投资成本,若项目运行顺利,从回报到盈利的这段时间将会更短,而该项目的设计寿命为25年。

据了解,自桐乡在去年出台了《关于鼓励光伏发电示范项目建设政策意见(试行)》后,光伏发电在当地吸引了越来越多的关注,今年桐乡市供电公司已受理了20多例申请,其中既有普通居民家庭,也有企事业单位。当天正式并网运行的世贸一期光伏发电项目是继桐乡市乌镇小区居民曹国荣家屋顶太阳能光伏发电项目、河山镇百力达太阳能股份有限公司光伏发电项目后,在桐乡成功并网运行的第三个光伏发电项目。(冷丽华)