

低空安全保障产品
助力“夏季达沃斯论坛”

本报讯 近年来,随着各类小型无人机的普及,低空安保成为重大活动安保新内容。2019年世界经济论坛第十三届新领军者年会(夏季达沃斯论坛)7月1日至3日在大连举行。为确保此次论坛安全顺利举办,低空安全防护,特别在无人机反制方面,成为本次论坛安全保障工作的一项重要内容,一批低空安保创新产品登台亮相相当热闹。

据了解,融鼎岳(北京)科技有限公司自主研发的“玄武低空安防防御系统”“便携式无人机防御系统”“手持式无人机预警管制设备”三款产品,以优越的性能、优良的服务等优势成功入围此次大会低空安保设备,并会同其他企业的产品执行本次论坛的低空安全保障任务,为“大连夏季达沃斯论坛”提供可靠的安全保障。

据了解,融鼎岳(北京)科技有限公司不断提高创新能力,研制的多种低空安防产品,具有自主知识产权,凭借性能优、价格低、保障好等特点,在国内同类产品中处于领先地位。其中,在业界率先推出的“青龙1号”手持式无人机预警管制设备,填补了业界在此领域的空白,其“察打一体、自动预警、概略测向”的优越性能,获得一线安保用户的喜爱;“玄武低空安防防御系统”凭借高度集成、异构兼容、智能决策、无人值守的先进性特点,在有关部门举行的反无人机公开赛、进阶赛中均获得好成绩。公司与行业内多家科研院所、骨干企业以及行业协会紧密开展技术合作,建立了稳固合作关系,自主研发的多项技术达到国内外一流水平。近年来,公司研制的低空安防产品,先后参加“广西成立60周年庆祝大会”、“2019年大连市马拉松等十余项大型活动的低空安全保障任务,受到组织方的肯定。(东升)

更好服务“一带一路”建设
在鄂建筑央企建立“走出去”合作机制

本报讯(记者邹明强 通讯员尹志远 齐郑)7月4日,湖北省建筑产业战略联盟举办共建“一带一路”座谈会。6家在鄂建筑央企通过协商,签订走出去合作机制,抱团出海,携手参与“一带一路”。

中建三局、中国葛洲坝集团、中交二航局、中铁大桥局、中铁十一局、中国一冶6家在鄂建筑央企,现场签订《关于建立在鄂建筑央企“走出去”合作会商工作机制协议》。根据协议,由湖北省住建厅牵头,6家企业每年将举行1至2次协商,聚焦共建“一带一路”中有关市场开拓、项目实施、融资需求、人才需求、风险防控、社会责任、海外建筑等问题,研究探索合作共赢的方式方法和途径,推动打造走出去政策、市场、项目、风险等信息共享平台。

湖北省副省长王勇表示,加快建筑企业“走出去”步伐,推动建筑产业国际化,是湖北大事、中国大局、人类命运共同体大计。“要抓住共建‘一带一路’宝贵的历史性机遇,共同树立‘中国建造、湖北铁军’的良好形象,为湖北经济高质量发展,扩大‘中国建造’影响作出新的贡献。”

中国一冶集团总经理刘一鸣表示,“一带一路”倡议给企业发展带来了新机遇,为技术进步提供了更广阔的交流平台,为建设人类命运共同体提供了良好的社会基础。“下一步,我们将在合作协议框架下,进一步探索企业间新型市场合作关系,示范和带动湖北建筑企业积极参与‘一带一路’建设,不仅‘走出去’,还要‘走得稳’。”

中国一冶集团总经理刘一鸣表示,“一带一路”倡议给企业发展带来了新机遇,为技术进步提供了更广阔的交流平台,为建设人类命运共同体提供了良好的社会基础。“下一步,我们将在合作协议框架下,进一步探索企业间新型市场合作关系,示范和带动湖北建筑企业积极参与‘一带一路’建设,不仅‘走出去’,还要‘走得稳’。”

本报讯(记者邹明强 通讯员尹志远 齐郑)7月4日,湖北省建筑产业战略联盟举办共建“一带一路”座谈会。6家在鄂建筑央企通过协商,签订走出去合作机制,抱团出海,携手参与“一带一路”。

中建三局、中国葛洲坝集团、中交二航局、中铁大桥局、中铁十一局、中国一冶6家在鄂建筑央企,现场签订《关于建立在鄂建筑央企“走出去”合作会商工作机制协议》。根据协议,由湖北省住建厅牵头,6家企业每年将举行1至2次协商,聚焦共建“一带一路”中有关市场开拓、项目实施、融资需求、人才需求、风险防控、社会责任、海外建筑等问题,研究探索合作共赢的方式方法和途径,推动打造走出去政策、市场、项目、风险等信息共享平台。

湖北省副省长王勇表示,加快建筑企业“走出去”步伐,推动建筑产业国际化,是湖北大事、中国大局、人类命运共同体大计。“要抓住共建‘一带一路’宝贵的历史性机遇,共同树立‘中国建造、湖北铁军’的良好形象,为湖北经济高质量发展,扩大‘中国建造’影响作出新的贡献。”

中国一冶集团总经理刘一鸣表示,“一带一路”倡议给企业发展带来了新机遇,为技术进步提供了更广阔的交流平台,为建设人类命运共同体提供了良好的社会基础。“下一步,我们将在合作协议框架下,进一步探索企业间新型市场合作关系,示范和带动湖北建筑企业积极参与‘一带一路’建设,不仅‘走出去’,还要‘走得稳’。”

第83届IEC大会将在上海召开
以标准促进创新成果转化

本报讯(记者蒋蕊)“我是2008年参加IEC工作的,当时我们国家专家主导的标准累计27项。到2018年底选举我担任主席时,已经达到186项。”在市场监管总局7月5日举行的新闻发布会上,IEC(国际电工委员会)候任主席、华能集团董事长舒印彪谈及十年间他亲感受到的变化,“这背后,体现了我们国家电工领域科技水平的不断提升。”

IEC是制定和发布国际电工电子标准并制定相关合格评定体系的国际标准组织,成员覆盖173个国家,自成立以来在发电、输电、配电、用电、电子、信息技术等领域组织制定了1万多项国际标准,在推动科技创新成果转化、促进国际贸易、保护人身安全中发挥着重要的技术规则作用。

我国是全球最大的电工电子产品生产和贸易国。近些年,随着我国电工技术从跟随、并跑到领先,越来越多的中国专家投身于国际标准组织的工作。舒印彪去年当选IEC主席,是IEC成立112年来首次由中国专家担任最高领导职务。目前,中国承担IEC技术机构主席、秘书处数据位居成员国第6位。同时,以“积极成员”身份参与了99%的IEC技术委员会和分委员会,注册了国际标准专家2000多名。

IEC大会则是IEC大家庭一年一度的盛会。第83届IEC大会将于今年10月在上海召开。市场监管总局副局长、国家标准委主任田世宏表示,要借助IEC大会在中国举办的契机,加快推动新技术、新工艺、新材料、新产品向国际标准转化,以标准引领产业发展,以标准促进创新成果转化,让标准化成为大众创业、万众创新的新动力。

吉林松原工程项目审批“做减法”

总体审批时限压缩60%以上

本报讯(记者柳姗姗 通讯员程光 李秋颖)从立项到竣工验收,工程建设项目建设全流程由之前平均189个工作日压缩至50个工作日以内,总体审批时限压缩60%以上,审批时限限制在36个工作日以内。

今年2月11日,松原召开“抓环境、抓项目、抓落实”动员大会,深入推进“项目建设年”,加快营商环境大改善。4天后,由市委、市政府分管领导挂帅的工程建设项目推进小组正式成立。该小组抽调涉及项目审批流程再造的16个部门业务骨干,在全方位摸底调研的基础上,多次召开协调会,先后对项目审批流程涉及的部门、环节、时限以及需要中介机构完成的事项进行10多轮修改、完善、梳理、汇总,并多次邀请建设单位负责人参与,大幅缩减工程建设项目审批流程。

同时,松原各审批部门还在政务大厅集中设置6个工程建设综合受理窗口和专业审核窗口,实行“前台综合受理、后台分类审批、材料网上上传、窗口统一”的“一网通办”综合受理模式,从项目谋划到项目落地与事中事后监管全流程覆盖,最终实现让投资主体“只跑一次”服务目标。

“原来审批一个项目手续多,人来来回跑、材料反复送,费时又费力,现在只要跑一个窗口,甚至只跑一次就解决了。”松原一位企业负责人拿到立项批文时感慨地说。

“一个项目要想落地,前期审批涉及国土、规划、发改等部门,环评、安评等一个都不能少,有人把它比作万里长征。”松原市相关负责人说。

为尽快解决审批难题,工程建设项目推进小组每周召集一次调度会,紧盯投资项目开工前审批“最多50天”工作目标,对审批过程中出现的问题逐一进行解决,为项目单位提供更流畅、更高效的审批服务。

咖啡品牌纷纷发布茶饮新品,茶饮品牌不断推出咖啡产品

咖啡与新茶饮上演跨界混战

本报记者 杨冉冉

7月8日,瑞幸咖啡召开新品发布会,宣布从7月10日起,将陆续上线10余款小鹿茶产品。这些产品中将包括芝士茶、手摇茶、牛乳茶等4个品类,从品类和数量来看,瑞幸咖啡开始全面布局茶饮市场。

与瑞幸作出同样选择的还有咖啡连锁巨头星巴克。早在今年4月,星巴克即宣布将陆续推出8款茶饮新品。

在咖啡品牌大举进入茶饮市场的攻势下,茶饮品牌也不甘坐以待毙,新茶饮品牌喜茶、奈雪的茶都在今年陆续跨界推出咖啡系列产品。渐入盛夏,整个饮品消费将进入爆发期,新茶饮行业和咖啡行业的跨界混战正愈演愈烈。

咖啡“抢食”茶饮市场

进入2019年,茶饮市场竞争愈加激烈。4月瑞幸咖啡尝试上线“小鹿茶”;随后星巴克推出8款以“低卡健康”为主打的玩味冰调茶饮新品;6月,太平洋咖啡也加入茶饮大战,14款新品种仅有3款咖啡系列,其余均为茶饮。再到此次瑞幸咖啡在全国40个城市近3000家门店全面上线10余款小鹿茶产品。一系列动作无不显示了咖啡品牌大举抢食茶饮市场的决心。

随着社会消费升级和茶饮行业的不断更新迭代,从3~5元的珍珠奶茶到10元左右的快乐柠檬、Coco奶茶,再到十几元一杯的一点点,以及二三十元一杯的新鲜现制茶饮,如今一杯茶饮的均价已经接近一杯咖啡的价格。新茶饮行业超过60%的毛利率让不少企业趋之若鹜,成为中国饮品界的一道新风潮,像喜茶和奈雪的茶等新茶饮品牌都发展迅速。

根据美团点评发布的《2019中国饮品行业发展趋势报告》,截至2018年第三季度,全国现制茶饮门店数达41万家,较2017年同季度增长18万家,同比增长74%,同时茶饮净利润高达60%。新增长

主要来自消费者对常规饮料的替代和消费群体对“健康茶饮”的需求。随着消费升级、市场下沉,现制饮品业未来还将在二三线城市拥有巨大市场空间。

插足如此快速发展的茶饮市场,对瑞幸和星巴克等咖啡企业来说,无疑有着巨大的诱惑。星巴克、瑞幸咖啡推出了茶饮产品系列,明显也想在茶饮市场的巨大流量里分一杯羹。

有业内专家分析称,当下是我国整个饮品行业进行升级、布局的创新节点。咖啡品牌进军茶饮行业有较大的优势,不但能够满足更多用户更多元化的消费需求,依托其高密度的门店覆盖,也将对现有新茶饮市场的竞争格局产生重大影响,行业内部的竞争将进一步加剧。

新茶饮开卖咖啡

“新茶饮”只是一个概念,与最原始的奶茶店相比,它采用茶叶原叶茶萃取手段,加入新鲜水果、鲜奶等产品,通过先进的设备调制出一杯更健康、更新鲜的饮品。更为重要的是,新茶饮的定位也符合90后消费群体对茶饮产品的需求——方便获得、健康无添加。在售卖方式上,新茶饮学习了咖啡的方法,用卖咖啡的方式卖茶,不仅实现了从档口店向空间体验店的过渡,也同时融入了休闲化、文创化、品质化等元素,对传统茶饮进行了全方位的升级。

近年来,一批新茶饮品牌迅速崛起,将中国茶与奶茶进行有机结合,俘获了大批消费者,也成为资本竞相追逐的新消费风口。喜茶、因味茶、奈雪の茶纷纷获得过亿元融资。买杯喜茶或奈雪の茶,曾经一度要排队3小时,这波叫做“新式茶”的热潮,在行业内出足了风头。

但新茶饮由于技术壁垒不高,入门门槛也比较低,导致目前同质化竞争越来越激烈,新茶饮品牌开始纷纷寻找新鲜感、做创意。推出咖啡口味饮品,也是其中一种新玩法。

2018年末,奈雪推出一款茶与咖啡融合的

产品——冻顶鸳鸯。在主打的鲜奶茶中,加入一份咖啡增加奶茶香气,销量和复购表现突出。之后,奈雪又在招牌系列霸气鲜果茶基础上,推出水果咖啡饮品,成为消费者最新鲜的一种选择。

2019年一季度,喜茶也上线了“喜茶咖啡”——至此,新茶饮的两个代表性品牌,都涉足咖啡新战场。

除了寻找产品创新的新玩法,咖啡市场的巨大诱惑无疑也是新茶饮品牌跃跃欲试的主要原因。根据国际咖啡组织的数据统计,我国咖啡消费正在以每年15%左右的速度增长,远远高于全球2%的平均增速,预计到2025年,我国将成为万亿元级的咖啡消费超级大国。

“茶饮店卖咖啡,吸引的第一对象是喝咖啡的人,而不是喝茶的人。”奈雪相关负责人曾表示,奈雪的客人很多也是咖啡需求者,选择推出咖啡产品,茶饮店在不额外增加运营成本、不影响茶饮销售的基础上,为消费者提供新的选择,留住喜欢喝咖啡的顾客,这是在提供增量价值。

有业内专家分析,在行业红利期消失殆尽过后,如何保持市场地位,成为新茶饮品牌的担忧。以茶饮与咖啡融合带来新品种的全新体验和高人气招牌产品,继续维护用户黏性,也许将成为一条行之有效的破局之路。

多元化的产品线竞争

新茶饮品牌跨界推出咖啡产品;与此同时,新茶饮同样作为风口品类也在吸引着咖啡品牌进入,茶饮与咖啡的跨界融合成为饮品界一个很明显的趋势。

瑞幸咖啡相关负责人表示,咖啡和茶天生就不是矛盾的,在很多情况下两者还是相辅相成的,辩证统一的。而从年轻群体的消费习惯来看,茶和咖啡是目前办公室最受欢迎的两大饮品,客群高度重合。“喝茶饮已经成为年轻人新的生活方式,很多年轻白领都是早晨喝一杯咖啡,提神醒脑认真工作,下午喝一杯茶,放松自己愉悦心情,下



瑞幸咖啡推出茶饮新品“小鹿茶”,于7月10日在全国上线。 东方IC 供图

午茶是一个非常庞大的消费场景。”

一方面,新式茶饮市场和咖啡市场都表现出了极强的消费红利,品牌纷纷跨界是顺势而为;另一方面,品类的单一性和制作的高度可复制性,也是想要抓住年轻消费群体的新茶饮和咖啡品牌纷纷跨界很大的原因。

咖啡和茶饮两大阵营之间的边界越来越模糊,各品牌正从单一的品类竞争走向多元化的产品线竞争。有业内专家分析认为,从为客户创造价值的角度来看,品牌尝试创新的核心其实是为了给消费者提供更多“可选择的价值”,在把自己典型产品做好的情况下,适当性拓展新品,以满足用户更多的需求,这不失为增强市场竞争力的一个有力手段。

有分析指出,目前,市场刮起的这波茶饮、咖啡跨界风刚刚开始,各大茶饮、咖啡品牌的后劲如何还有待考察,但不可否认的是,随着市场的不断升级,在茶饮店里买咖啡、在咖啡店里喝茶已然成为了现实,也许未来我们还会看到更多跨界混搭模式。

西北油田打造承包商井控管理新模式

本报讯(记者孙喜保 通讯员邵洪涛)近日记者在西北油田采访时获悉,该公司完井测试管理中心打造的井控能力考核验证经过一年3000多人的考核验证,已经形成承包商井控管理新模式。截至6月底,井控实训基地成立以来已经考核验证近120支井控队伍,为塔河油田输送了近3000名合格的技术工人,确保了西北油田井控安全。

油田勘探开发属于高风险作业,特别是西北油田是中国石化集团公司井控风险最高的油田之一。钻井和完井测试过程的井控技术难度为国内仅有,国外少有,尤其是塔河油田具有“两超五高”即:超深、超稠、高压、高温、高含硫化氢、高黏度、高矿化度的油藏特点,极易发生井控风险。

近年来,为满足施工要求,承包商新入职员工较多,现场作业人员井控素质低、操作能力差,对基本的应急操作程序不掌握、操作不熟练,导致整体技能水平呈现下滑趋势。对这些员工进行井控实训刻不容缓。2017年10月西北油田按照“有实物、有仿真、有实操、有理论”培训考核模式和总公司相关要求,建成“四室两区一场”井控实训基地,实操培训达到或超过内地油田实训基地水平。井控实训基地实操区教师姚亚林说:“目前井控实训基地主要对钻井、井下作业和试油等专业对承包商进行考核验证,确保承包商全员持证上岗和井控安全。”

西北油田完井测试管理中心主任崔龙兵表示,今年他们将持续推进和发挥井控实训基地考核验证作用,打造品牌工程,开拓测井、录井等专业井控能力验证考核,形成具有西北油田特色的井控实操考核体系。

技能大赛和劳动竞赛助推精品工程建设

本报讯(记者刘静)日前,2019年中国技能大赛——中国中铁股份有限公司第二届员工职业技能竞赛暨第十八届青年职业技能竞赛轨道交通信号工大赛在郑州举办。此次比赛属国家级二类竞赛,为铁路信号专业技能大赛最高级别。竞赛由中国就业培训技术指导中心主办,中铁电气化局承办,来自中国中铁股份公司下属12家单位共计60名参赛选手展开同台竞技。

据了解,近20年来,技能大赛和劳动竞赛已经成为中国中铁的一项优良传统,也助推了精品工程建设。火红的6月,在昌赣高铁段潭牵引变电所建设工地,掀起了施工建设高潮,这是中铁电气化局集团在昌吉、昌赣、郑万、鲁南、蒙华线开展“六比六创”劳动竞赛活动中的一个施工场面。劳动竞赛活动在中铁电气化局三公司昌赣项目部开展以来,不仅提高了参建员工的专业技能水平,为建功昌赣线提供了坚强的技术保障,还培养了多支理论水平高、实战能力强的施工队伍,有力地推动了昌赣客专精品工程建设。

小农场专利农机走出国门



6月26日,技术人员正在抓紧组装专利农机产品。近日,黑龙江省八五二农场索伦农机制造厂研发制造已获国家专利产品的3WG21-12喷洒组合机走出国门,被在俄罗斯种地的中国用户先后购买12台,并不断扩大订单销量。 邵维信 高翔 摄

汽车零部件业走到十字路口

雍君

今年上半年,车市寒风凛冽,汽车零部件企业面临来自内外部环境的压力,再次走到行业剧变的十字路口。活下去还是被淘汰,汽车零部件企业面临严峻考验。

遭遇“腹背受压”

今年以来,汽车零部件企业遭遇“腹背受压”。一面是外部环境的压力,整车市场下滑,将压力转移给上游的零部件供应商,同时原材料、用工成本的上涨进一步导致企业成本增加。另一面危机则来自长期潜伏的自身症结大爆发。资料显示,我国汽车零部件企业数量保守估计在10万家以上,但规模以上企业仅13333家,多数企业集中在低端、低附加值领域,盈利能力低、产品品质不高、运营管理粗放,而且产业空间布局分散导致集群内产品不成体系、集成能力薄弱。在研发层面,多数中国品牌零部件企业核心能力薄弱,技术创新投入低,制造和管理能力远低于国外零部件领先企业,且许多核心技术不掌握在自己手中,人才缺口大。

不仅如此,战略投入及企业创新能力不足,在高端零部件领域竞争力弱。特别在乘用车领域,电喷系统、发动机管理系统、ESP、涡轮增压器等高附加值零部件市场多由外资企业占据。在智能网联汽车等新兴领域的竞争中中国品牌零部件企业同样不具优势。

另外,我国汽车零部件市场竞争生态不够健康,行业生态趋于恶化。虽然零部件企业从数量、质量、效益等方面得到发展,但零部件市场竞争相对无序,受上下游挤压,自身竞争力较差,受到的制约较多。而零部件产品同质化、价格竞争白热化的问题也日益明显,催生假冒伪劣的现象。后市场缺乏规范,对优良企业产生负面影响,给打假维权带来困难。此外,零整关系不协调也是汽车零部件企业面临的难题之一,长期以来,稳定的战略合作

作关系难以形成,使零部件企业的生产能力不能充分发挥。作为汽车产业的上游与核心支撑,我国汽车零部件行业的现状与发展令人担忧。

两极分化加剧

近来,国内汽车零部件上市公司一季度财报陆续发布,其呈现的冰火两重天状况,引发业界广泛关注。财报显示,零部件企业受到汽车市场大环境影响,亏损者数量有所增加。

受市场大环境等因素影响,银亿股份、万向钱潮、凌云股份、威孚高科等汽车零部件上市公司一季度净利润持续下滑。其中银亿股份一季度净利润2985.52万元,同比减少93.10%;凌云股份净利润4800万元,同比下降29.05%;华域汽车净利润18.45亿元,同比下降36.61%;中鼎股份净利润3.09亿元,同比下降18.04%;亚普股份净利润6302.35万元,同比下降12.57%;威孚高科净利润6.89亿元,同比下降12.12%;玲珑轮胎净利润2.24亿元,同比下降12.2%;万向钱潮净利润2.22亿元,同比下降10.12%;天齐锂业净利润