

长虹入选工信部首批工业产品绿色设计示范名单

近日,记者从工信部网站获悉,节能与综合利用司公示了首批工业产品绿色设计示范企业名单。2018年以来,工业和信息化部对完成试点工作的企业陆续进行了验收,共有61家试点企业通过验收,其中长虹、美的、京东方等8家电器电子类企业入选。

早在2014年,工信部印发《工业和信息化部关于组织开展工业产品生态设计示范企业创建工作的通知》(工信部节函〔2014〕308号),先后确立两批共99家绿色(生态)设计试点企业。2018年,工信部对完成试点工作的企业陆续验收,长虹以优异的表现通过验收。

今年9月,工信部公布的第四批绿色制造名单中,共有23款房间空调器入选绿色设计产品名单,其中,长虹空调共有7款产品入选,累计入选数量达到10款,在国内空调企业中处于领跑位置。

在即将上市的新款家电中,绿色、节能、能效比等,和以往产品相比也再有提升。例如,声纹识别空调Q5D和睡眠空调Q5A均为超一级能效产品。与

三级能效变频空调相比,大约可节能500度和260度电。

值得一提的是,打造绿色供应链管理已在长虹家电主业以及上下游产业全面落地,且效果显著。

作为国内较早从事绿色供应链的企业,长虹已形成从研发设计、采购、制造、销售到回收的产品全生命周期产业链。并在此基础上纵向延伸了废旧塑料、印制板、屏、荧光灯等深加工业务,横向拓展了土壤污染防治与修复、综合危废处置、锂电池循环利用等环保业务。2017年,长虹首批入选国家绿色制造示范企业,成为四川省绿色制造企业标杆。

长虹电源公司完善环境管理体系,健全环境管理机构,始终将环保工作放于首位。长虹电源公司近年来投资了300余万元,分别建成了日处理能力2000吨废水处理系统、专业的回用水处理系统、规范的废气处理系统及危险废物贮存场所。同时,在工业废水外排、工业废气过滤、工业噪音降低等多方面,均达国家相关标准。

长虹华意在保持产销规模保持全

球第一同时,也通过持续优化等方式履行节能责任。以长虹华意旗下的加西贝拉为例,每年以2000万台的高效压缩机的节能计算,为全社会省下的电力就相当于2个新安江水电站的发电量。

除了研发、生产绿色产品外,长虹十分重视废旧家电回收。2018年,长虹

格润实现废旧家电和电子产品近200万套/件,由此实现铜、铁、铝等金属提取近1500吨,相当于为国家节省了一座600万吨吨规模矿山的开采所造成的资源损耗,相当于节约标准煤炭1万吨,节约用水280万立方米,减少碳排放820吨。

工业产品绿色设计示范企业公示名单(第一批)

序号	企业名称	行业(产品)	推荐单位
一、电器电子(8家)			
1	联想(北京)有限公司	电子信息	中国电子学会
2	四川长虹电器股份有限公司	电器电子	四川省经济和信息化厅
3	美的集团股份有限公司	家用电器	中国轻工业联合会
4	北京京东方显示技术有限公司	显示器	北京市经济和信息化局
5	莱克电气股份有限公司	小家电	江苏省工业和信息化厅
6	厦门宏发电声股份有限公司	继电器	厦门市工业和信息化局
7	华为终端有限公司 (原华为终端(东莞)有限公司)	通信设备	中国电子质量管理协会
8	新特能源股份有限公司	光伏产品	新疆维吾尔自治区工业和信息化厅

14度蝉联 青岛啤酒成“最受赞赏的中国公司”常青树



日前,《财富》(中文版)对外发布2019年“最受赞赏的中国公司”50家人选企业榜单,其中“食品、饮料”行业,茅台、青岛啤酒、五粮液位列前三,青岛啤酒连续14年上榜。

“最受赞赏的中国公司”被称作“中国公司软实力的晴雨表”,通过《财富》(中文版)一年一次调查评选产生,主要针对中国500强和世界500强中的中国公司,以及部分知名的中国大

型企业进行问卷调研。从管理质量、产品质量、创新能力、长期投资价值、财务状况、吸引及保留人才的能力、社会责任、资产的合理使用、全球化运营的有效

性9个方面考量。用高质量发展抗周期赢得未来。纵观整个榜单不难看出,百岁以上的企业中,青岛啤酒与茅台、五粮液共享“食品、饮料”榜单,可谓名副其实的中国百年潮牌。

在如此漫长的百年岁月中,青岛啤酒又是凭什么抗击周期,赢得未来呢?对青岛啤酒而言,高质量发展是其关键因素。这里的“质量”,一是传统意义上

的产品质量,116年精益求精的酿造质量,为青岛啤酒打下了牢固的生长基础。而更为重要的是,这个“质量”还包含了“企业的发展质量”,有质量的发展,则成为百年青啤打破企业生命周期率,另辟蹊径寻找“第二曲线”,乃至第N条成长曲线的源动力。

体现在经营业绩上:青岛啤酒2019年半年度业绩报告显示,上半年实现营业收入165.51亿元,同比增长9.22%。实现净利润17.26亿元,同比增长23.59%,净利润创历史新高;净利润增长率创近十年最高。

回归企业经营的本质的

罗宾贝格联合全球退税服务商环球蓝联在《千禧一代,重塑旅行与购物习惯》报告中提出“中国‘千禧一代’消费者将主导未来10年中国乃至全球消费格局”。在基本物质生活得到充分满足的背景下,小众、个性化消费成为中国千禧一代消费趋势的关键词。

对于啤酒企业而言,规模化与个性化之间就是一件“难事儿”,如何从每小时生产6-8万罐啤酒的生产线上挑出一罐“私人定制”的产品,从而满足个性化需求?

前不久,青岛啤酒推出15箱起定的私人定制业务,一经推出即引爆社交网络,“定制美好时刻”,一罐私人定制的背后,是青岛啤酒对传统制造模式的升级变革。在传统制造模式下,企业决定产品的输出,消费者按需购买,而在个性化、定制化时代,一切都变了,它赋予消费者更多“话语权”,代表了消费者的个性化需求正得到规模化生产流水线的彻底尊重。

青岛啤酒把更多的人文情怀融入一杯啤酒之中。正如《财富》(中文版)在《中国企业靠什么抗击周期,赢得未来?》一文所言:“突破商业竞争中狭隘的结局,回归到为人类社会服务的本质,才能最终成为具有全球影响力的公司,在更高的赛道上证明自己。”

人脸识别、AI互动打造专属牛奶

伊利“未来健康能量站”亮相世界互联网大会

10月20日,第六届世界互联网大会在浙江乌镇拉开帷幕。在大会的“重头戏”——“互联网之光展览会”上,伊利的展台前早早就排起了长队,观众争相体验一个被称为“未来健康能量站”的新奇事物。在这里,通过人脸识别、AI互动,观众就能得到一份量身打造的专属牛奶,“个性化、定制化、健康化”的智能乳制品征服了一个又一个参与者的“味蕾”。

伊利乳制品何以备受消费者青睐?这与伊利积极运用互联网思维与工具,依托互联网的超大量数据构建的大数据雷达平台密不可分。通过这一系统,伊利深入洞察消费者需求,为消费者创造一个又一个高品质产品。在伊利安慕希采用利乐冠新包装的产品上市后,为了考察消费者满意度,伊利运用了脑神经测试方法。在测试时,受测者分别戴

上仪器,从拿到产品、拧开盖子、品尝第一口,直至最终喝完,盖上盖子。整个过程中消费者的情绪变化通过脑电波数据反映出来。伊利借助脑神经测试的各项数据进行分析,了解产品需要改进优化的地方,进行产品的优化升级,从而不断改善消费者体验。

而作为本次大会官方指定牛奶——舒化无乳糖牛奶,也是伊利通过对消费者大数据的深入分析所推出的创新产品。大会现场,舒化无乳糖牛奶凭借“有效解决乳糖不耐症问题、营养好吸收”等特色吸引与会嘉宾争相品尝。一位嘉宾更在品尝后为“舒化无乳糖牛奶”竖起大拇指“点赞”:“我以前喝牛奶总会腹泻、胃胀,但喝了舒化无乳糖牛奶则完全没有不适,以后我只喝这一种奶。”

一直以来,在伊利集团董事长潘刚“不创新、无未来”的理念引领下,伊利

以“智慧乳业”打造数字经济、用互联网思维重构产业的行动,正是伊利多年来稳居乳品市场占有率第一的秘诀。

今年,伊利与中国电信已开始“5G+智慧乳业”方面的战略合作,共同以尖端科技为消费者提供最优的产品与服务。正如伊利集团执行总裁张剑秋在大会“企业家高峰论坛”上所言,对于制造业企业来说,数字化升级既是挑战,也是机遇。伊利将始终立足于消费者多元化的健康需求,致力于为消费者提供精准的健康产品与服务,构建“全球健康生态圈”,实现“让世界共享健康”的梦想。



“六必居第二届糖蒜美食文化节”在京启动

10月16日,“六必居第二届糖蒜美食文化节”在北京大栅栏三庆园戏楼启动。作为北京首农食品集团旗下最具影响力的中华老字号品牌,近年来,北京六必居食品有限公司在致力于以各类经典产品适应市场化需求的同时,不断满足消费者对老字号文化和情怀的追求。

六必居糖蒜严选具有“天下第一蒜”美誉的山东苍山白皮大六瓣越冬蒜为原料,历经8道手工古法炮制,历时百余天方能成品,体现了国家级非物质文化遗产“六必居酱菜制作工艺”最精湛的工艺水平。此次活动系统展示了“六必居”经典的糖蒜古法制作工艺,挖掘老字号深厚的历史底蕴和内在的文化价值,全面提升了中华老字号“六必居”的品牌社会形象与影响力。

“六必居第二届糖蒜美食文化节”的正式启动,体现出老字号企业蓬勃向上的发展态势和与时俱进的经营理念,标志着六必居以“弘主旋、品美味、传文化”为核心的品牌建设进程全面提速。更使人们真正走进中华老字号,品味中国传统饮食文化,了解店之历史、国之文化,感受中华大工匠精益求精、登峰造极的文化精髓,以文化自信彰显民族力量。

“六必居第二届糖蒜美食文化节”将历时半个月,从10月16日至10月31日,向消费者和社会各界全面展示以“六必居糖蒜”为代表的公司旗下各类名优产品。届时消费者可以从六必居公司前门、西单等直营门店及六必居天猫、京东旗舰店订购国家级非遗传承大师手工制作的纯正六必居糖蒜及精品酱菜等产品。

很多没有尝试过创业的人,都会问这样的问题:什么是创业者呢?他们是什么样的人?他们有着什么样的生活状态呢?我适合创业吗?

其实,创业者是世界上最勇敢的人,拥有可以改变世界的可能性。

可能在创业一开始、中期,甚至离成功很近的时刻选择了放弃坚持。这个时候的放弃,往往离成功只有一步之遥。作为众多创业者之一,UCC用二十余年的成功经营经验告诉您:失败不是必然的,成功也绝非偶然,只要我们愿意用心去经营和揣摩。

现时环境下很多人尝试创业,也切实感受过创业的压力,当拿着自己的储蓄支付员工工资时内心是很慌乱的。但即使如此,资金也并非创业者的最大压力,创业者的最大压力就是所有的问题到你这里都必须要有答案,但其实很多时候自己并不知道答案在哪里,可是还得硬着头皮和员工说,面包会有,牛奶也会有的。

读懂创业:成功需要厚积薄发



事实上成功的人永远都只有20%,因为成功的人懂得逆向思维,懂得舍得和坚持,他们即使遇到困难也仍坚信一切的不可能并且愿意去探险,这是创业者应具备的成功特质。

我们很小的时候老师就给我们讲过一个道理,成功没有捷径!很多人奉为

真理,但其实时代在进步,当我们手里掌握了一定资源的情况下,成功是有捷径的!不然,何来行业巨人?何来背靠大树好乘凉?何来站在巨人肩膀上一说?所以,对于成功开一家甚至几十家门店来说,我们最好的成功捷径就是选择行业第一的领军品牌!这样加盟商才能切实体会到“靠山”的便利。

UCC国际洗衣作为国内洗衣行业的第一品牌,通过多年精心的宣传和营销,UCC品牌已经进驻到消费者的内心。餐饮、零售连锁以及B2C等所有服务行业都有一个共通性,即变成行业第一之后,除非品牌犯了很大错误,否则别的品牌

是很难取代的。就好比可口可乐,敢放豪言:即使所有的可口可乐工厂连夜失火,消失殆尽,明天慌乱的不会是可口可乐,而是各大银行,因为银行会排队等着要贷款给可口可乐重建基地。原因并非可口可乐的产品配方,也绝非其销售奇迹不可复制,而是全球无数的可口可乐忠实的消费者,可口可乐多年的经营,使得品牌在消费者心中独占鳌头、无可替代。

同理,UCC国际洗衣经过二十多年的拼搏,在国内已经是行业佼佼者,每一家UCC门店都是站在总部这个巨人的肩膀上,每一家UCC国际洗衣的门店在品牌竞争力上享有绝对优势。有了良好的品牌优势,有总部帮您配置营销组合使得盈利最大化,如此加持,何愁创业不成功呢?

扶贫日 安徽蒙城集中展示脱贫攻坚成果

10月17日是中国第6个扶贫日,安徽省亳州市蒙城县在梦蝶广场举行“10·17扶贫日”脱贫攻坚成果展,集中展示近几年脱贫攻坚工作取得的成果,19家单位设立宣传台,接受群众咨询。

据了解,2012年蒙城县被确定为省级扶贫开发重点县,近年来,该县坚持以党的建设为统领,以脱贫攻坚为统揽,全面实施

乡村振兴战略,始终把脱贫攻坚作为首要政治任务和第一民生工程来抓,并于2018年8月8日顺利实现脱贫摘帽。扶贫日当天,蒙城县委常委、常务副县长刘卿,县委常委辛治宏到现场查看展示情况。与此同时,三义镇等17个乡镇也举办不同形式的脱贫攻坚成果展示和宣传活动,进一步营造浓浓的脱贫攻坚氛围。(郗 岭)

波司登获评全国“万企帮万村”精准扶贫行动先进民营企业

10月17日,全国工商联、国务院扶贫办发布了表彰99家全国“万企帮万村”精准扶贫行动先进民营企业名单,波司登集团多年来致力产业扶贫,助力脱贫攻坚,被评为全国“万企帮万村”精准扶贫行动先进民营企业。

波司登集团董事长兼总裁高德康在会上作交流发言。党的十九大提出“三大攻坚战”,精准扶贫和精准脱贫就是其中之一。全国工商联提出“万企帮万村”精准扶贫行动,号召广大民企投身扶贫事业,引导民营企业向贫困地区及经济薄弱地区,以资金优势、项目优势、技术优势以及资源优势“精准扶贫”开发。波司登发源于农村,多年来不忘初心、心系“三农”,坚持扎根农村和基层一线,发挥企业的产业优势和龙头带动作用,积极参与“万企帮万村”,倾力助力脱贫攻坚。

波司登发源于农村,多年来不忘初心、坚持扎根农村和基层一线,1999年以来,高德康出资1.3亿多元,建设家乡康博村,全面加快富民强村和美丽乡村建设,为推动新农村建设和树立起一面旗帜。

波司登发挥企业的产业优势和龙头带动作用,把产业扎根在农村基层,把产能转移到农村腹地,在中东部地区建成8大生产基地,推动区域产业集群和品牌集聚,促进产业链和平衡发展,为上下游产业链创造30多万人就业。2018年以来,

波司登在河南滑县建设华中地区最大的智能化羽绒服生产基地。“生产基地+卫星工厂”的模式,使当地村民就地转化,实现家门口就业,受到当地政府和农民的热烈欢迎。

波司登集团热心慈善公益事业,履行企业社会责任,截止目前,累计捐款捐物超过9亿元。近年来,波司登积极参与“精准扶贫”、“精准脱贫”,情系妇女、儿童、老人等社会弱势群体,扶贫助困,排忧解难,向西藏、新疆、陕西、山西、四川、甘肃、江西、云南等地区贫困农牧民、贫困学生、孤寡老人等弱势群体捐赠防寒物资,公益项目的足迹走遍全国28个省、58个地级市、102个县,惠及86.58万贫困群众。从2017年至今,波司登携手中华慈善总会等向全国贫困村捐赠防寒服装;和中国光彩事业基金会达成战略合作,开展专项扶贫行动;和江苏省、苏州市慈善总会共同出资1100万元援建贵州省思南县长坝中心小学,扎实推进教育脱贫。波司登以实际行动,为贫困地区带去温暖,为“万企帮万村”活动累计捐款捐物3000多万元。

高德康表示,波司登未来将心无旁骛创新创造,踏踏实实办好企业,并在此基础上积极践行社会责任,助力脱贫攻坚,在全国工商联的指导下,为“万企帮万村”、为精准扶贫工作做出应有贡献,践行“波司登温暖全世界”的使命。

大石桥:镁都做大“镁”文章

辽宁大石桥市是一个“依镁而立,因镁而兴”的资源型城市。2014年,营口大石桥高端镁产品产业基地(有色金属(镁)·辽宁营口大石桥)被工信部评为新型工业化产业示范基地,大石桥也被国内外誉为“中国镁都”。

如今,镁质材料产业已成为大石桥经济发展的支柱产业,为全国和世界钢铁、建材等高温窑炉发展作出重要贡献。然而,如何让镁产业在发展中克服“尴尬”难题,让百年镁都、百年梦想插上腾飞的翅膀,进而实现镁产业健康、优质、高效发展,是摆在镁业面前的迫切课题。

发挥科技优势 冲破“瓶颈制约”

在新形势下,大石桥市镁质材料产业的发展受到了环境和资源的双重制约,镁产业发展陷入了瓶颈阶段。为此,大石桥市以供给侧结构性改革为导向,以生态文明建设为契机,大力推进镁产业结构调整、创新升级和环境保护,推动行业向“创新、高效、绿色、循环”方向发展。

目前,大石桥市高新技术镁制品种类和产量均居全国第一位,镁制品企业技术创新能力居全国第一位。全市已创建国家级高新技术企业13家,其中涉镁企业10家;建立镁质材料企业科研机构36个,其中省级工程技术研究中心7个。在已开发的产品中,国家和省级科技计划58项,获省部级科技进步奖、优秀产品奖和专利奖69项,其中国际领先19项,国内领先39项。先后与辽宁科技大学、北京科技大学、大连理工大学等14所高校院

所建立全面科技合作关系,252家镁质材料企业与国内外高校院所及大型企业集团建立了长期技术协作关系。

谋求绿色发展 突出“环保效益”

为走生态优先、绿色发展的路子,大石桥涉镁产业积极响应国家号召,以壮士断腕、刮骨疗毒的勇气进行环保整治。2010年,营口三华集团成为全国第一家舍弃重油技术、改用天然气技术修建隧道窑炉的耐火材料企业。

近几年,大石桥加强环保执法力度,陆续拆掉了排放不达标的129座(台)落后窑炉,关闭了963座漏窑,对320台雷蒙及镁砂粉碎系统污染设施进行了专项整治。全部482家镁质材料生产企业中有130家被关停,淘汰过剩产能90万吨。

打造交易中心 实现“强势重组”

如何让桥市“一镁独大”的产业继续壮大?“中国镁都”前行的脚步又该往哪里走?大石桥市副市长栾舰表示,大石桥将按照“总量控制、存量升级、增量调结构”的思路,不断做优做强镁质新材料精深加工产业集群。今后,大石桥将通过镁行业重组等方式逐步实现投资驱动向创新驱动转变,高速增长向高质量增长转变。同时将突出抓好信威耐火等3项国家科技支撑及“863”项目的验收和推广应用,并以金龙集团、东邦环保等企业形成的6项国家标准引领产业创新,为我市镁资源交易中心的顺利建成及百年镁都梦想大发展添砖加瓦。