

超威创元公司锂离子电池技改项目竣工投产

9月28日,超威集团旗下浙江超威创元实业有限公司锂离子电池技改项目竣工投产仪式在超威集团总部举行,标志着超威新能源产业转型跨越迈出新关键一步。

浙江省长兴县委常委、常务副县长高胜华在仪式上说:“超威创元锂离子电池技改项目,从研发、设计、开工到建设、竣工、投产,只用了短短15个月的时间,迈出了集团公司在新能源产业转型发展的关键一步,速度之快、效率之高、技术之先进令人叹服,值得大声叫好。他强调,长兴县牢牢把握新能源产业发展历史机遇,与2015年11月成功创建了画溪新能源小镇。当前,小镇的各项基础设施、产业项目等建设正在如火如荼开展。此次项目竣工投产,必将引领带动一批标杆型企业、高端人才技术向画溪新能源小镇汇聚,掀起特色小镇项目建设新高潮。他希望,超威集团以此次项目竣工投产为新的起点,开启新的征程,进一步强化创新,为打造百年企业和伟大公司夯实根基。”

长兴画溪街道党委书记黄平在致辞时说:“今天竣工投产的超威创元项

目,既是企业响应国家新能源汽车产业政策的一项举措,也是长兴县画溪街道培育壮大新能源产业的一项重点工程,是新能源小镇十大重大产业项目之一。随着项目的投产达产,不仅为企业在激烈的市场竞争中进一步做大做强奠定坚实基础,而且对于提升画溪街道传统产业层次,加快经济转型升级起到巨大的推动和促进作用。”

超威集团董事长周明明表示:“该项目是超威厚积薄发,对标国际先进,在三年省重大项目持续集中攻关基础上建成的。项目把创新融合作为切入点,引进世界一流的生产和辅助设备,采用超威自主研发的大容量动力电池技术工艺,必将爆发出巨大的聚合效应。他表示,从海外并购MOIL公司后,到推进电动汽车项目,再到锂电池技改项目竣工……超威在新能源的道路上始终锲而不舍、驰而不息。我们期待,未来我们的城市、小区、工厂,都能用上清洁的能源。”他说,要实现这一梦想,重要的不是明天超威该做什么,而是为了明天,今天超威要做什么。要把要素势能转化为发展动能,



充分发挥在电池研发生产上积累的经验、技术,放大科研创新平台的人才集聚效应,加大创新投入,提升研发水平,为新能源的使用、储存、运输提供全套解决方案;要把传统优势转化为领先优势,聚焦安全性、循环使用寿命等产业难点、研发重点,努力走出一条亮点突出、特色鲜明的差异化发展之路;要把优势发挥到极致。坚定不移沿着“两条路径”,一条是从动力电池到动力系统再到电动汽车,另一条是从储能电池到储能站再到储能系统,向新能源行业伟大的公司目标迈进,让绿色能源的利用变得更加便捷、更加高效,让未来世界

变得更加美好。

据了解,该项目总投资7.5亿元,其中固定资产投资达到5.15亿元,形成年产2260兆瓦时电动汽车用锂离子电池、900兆瓦时电动自行车用锂离子电池产能。项目达产后,将实现销售收入52.3亿元,利税5.04亿元,将为新能源产业发展注入强大动力,实现经济效益和社会效益的双丰收。

来自长兴县有关部门主要负责人、画溪街道相关负责人、超威集团管理层、创元公司员工共100余人参加了仪式。

(曾庆华 吴甜)

恒安集团阿米巴项目变革委员会第一次会议召开

10月9日,恒安集团阿米巴项目变革委员会第一次会议在集团总部召开,标志着集团平台化小团队经营正式进入实践阶段。CEO许连捷、COO许水涛,集团相关部门负责人以及咨询方柏明顿公司顾问参加会议。

结合前期调研和论证等基础工作,会上,咨询方系统介绍了适合恒安发展需求的阿米巴方案建议,同时展示了阿米巴项目推进组织、职能及相关资源需求。针对以上内容,会议展开了热烈讨论,并确认了相关事项。

随着本轮变革的深入推进,运营中心和共享中心成功上线推广,阿米巴项目的落地执行有了坚实基础,同时也显得更加紧迫。

会上,与会人员对阿米巴规则制定、职能划分等关键问题进行了深入探讨。接下来,项目将高效快速推进,推进工作将在组织架构划分、规则细化、试点区域准备、学习培训、“巴长”竞聘等领域相继展开。按照进度安排,阿米巴项目将于12月率先在闽粤展开试点。

CEO许连捷表示,通过本轮变革,建立运营平台体系和“公平、公开、公正”的平台规则,让大家享有平等的机会在平台上根据规则施展自己的才华和潜力,这使人人成为经营者变为可能,能够重新激发创业热情,真正做到回归初始再出发。

他强调,阿米巴项目必须根据企业战略定位与方向、依托平台,制定出“公平、公开、公正”的规则,真正把指挥权交给听见炮声的人;“巴长”们要贴近市场,贴近客户,以客户需求为导向,持续满足客户需求。同时,阿米巴也将根据“分算奖”原则,依照规则加大对付出多、效益好、贡献大者奖励力度,通过小团队经营与核算,做到利益共享。

据悉,阿米巴项目推进将从商贸开始,逐步扩展到品类、生产以及更广更深度领域。此前,10月8日,集团召开总监扩大会,专门针对阿米巴项目推进做了工作部署。

(陈发沛 戴作辉)

创维空调两款产品获“金点设计奖”

近日,2016年“台湾金点设计奖”获奖名单出炉,创维空调两款产品均荣获此次金点设计奖的产品设计类奖项。

台湾金点设计奖(Golden Pin Design Award)拥有35年历史,来自全球华人市场的参赛厂商超过数千家,报名作品累积上万件,领域涵盖了生活日用品、3C产品、自行车、家电、视觉海报、书刊、数字动画、商业包装、空间设计等。

创维空调在本次评选中获得“产品设计奖”的两件家电产品,分别是逸派柜机与欧珀除湿机,值得一提的是,逸派还在由德国红点奖机构发起的首届“中国好设计奖”中获过奖项。

逸派的设计思路来自于以简约闻名的北欧家居,设计风格稳重、简洁,设计师们故意减淡了产品本身的情感色彩,更偏向于做成一款做工精良、功能强劲的空调产品,并通过细节的设计体现产品的科技时尚感,让产品无论在家庭还是公共场所使用均没有违和感。

逸派还实现了LED全隐藏显示方式及触控式感应按键,配合高灵敏度,独特的接近检测功能,使得手指在不用接触到面板即可感应亮点控制,多种空调模式自由切换,为用户提供更好的使用体验。

普通的除湿机只将关注点放在单纯的除湿能力上,而创维空调则通过研究人们日常使用需求,深度发掘

产品功能,抓住干衣功能点,进行了创新设计,使之更为实用。

工业设计师们赋予了欧珀除湿机的伸缩拉杆以拖移和挂架的功能。除湿机的拉杆升起后,还可以向两侧延伸形成挂架,用来挂一些轻巧衣物,当除湿过程产生的风从顶部吹出时,则能起到快速干衣的效果。

产品设计为侧面进风,顶部出风,隐藏了进风格栅,使外观更加圆润简洁;在除湿机的背部还巧妙的做了一个隐藏式的绕线结构,保证了表面的干净整洁;取消了水箱透视窗,是整个产品的一体化效果更为自然,当然,水满后会有自动提醒。

(悦 军)

LG电子 SIGNATURE 玺印系列新品闪耀北京国际设计周

日前,2016北京国际设计周在北京798艺术区举行。作为全球消费电子领导者及工业设计先锋,LG电子受邀参加本次展览,其展出的LG SIGNATURE 玺印系列超高端智能家电产品,凭借创新的智能科技和灵动至美的设计感,赢得科技和设计爱好者追捧,吸睛无数,收获超高人气。

据悉,LG SIGNATURE 玺印系列家电由LG精英团队打造,整个系列在设计上不但追求了整体风格的统一化,在性能上更是超出同类产品的旗舰级水平,凝聚了LG目前最尖端的技术与设计理念,被誉为引领未来高端家电技术和设计双重创新方向的系列作品。

LG电子相关负责人表示,源自把“本真”可视化的构想,LG SIGNATURE 玺印系列产品摒弃了所有与品牌精神相背离的附加功能,以呈现流线型的产品外观,为用户带来独

一无二的专属感。优雅而直观的外观设计,大面积运用玻璃作为核心材料,智能传感器以及隐形支架的配备,所有这些元素共同打造出了LG SIGNATURE 玺印的终极外观和感受,即所谓的“本真艺术”。

此次展出的LG SIGNATURE 玺印系列超高端智能家电产品涵盖了全球最薄的4K HDR OLED电视、Door-in-Door 体感冰箱、全新改进的TwinWash 洗衣机、未来派空气净化器。其中,LG SIGNATURE 玺印系列65英寸电视OLED面板厚度仅为2.57mm,与4张信用卡厚度相当,此次突破对整个电视行业来说都具有里程碑式的意义。同时,画质更是有跨越式升级,搭载HDR技术,提供前所未有的炫真色彩和极致的视觉享受。

LG SIGNATURE 玺印冰箱延续

了经典的Door-in-Door设计,并且创新性的融入了更人性化的操作设计:用户只需轻轻敲击冰箱的门中门区域,就可使门板衍隔层瞬间透明,并点亮内部LED光源,可轻松观察箱内食物。同时,LG SIGNATURE 玺印冰箱还拥有极具未来感的自动开门功能,只要对冰箱说话或在冰箱前挥动手脚便可实现自动开门,方便拿取。

LG SIGNATURE 玺印空气净化器外观造型别致,创新性地采用了透明面板,让空气清洁的过程完全可视化,让用户能够直观的感受到净化器的净化过程,并有四种颜色的指示灯来显示超细尘埃颗粒的聚集程度。LG将创造性的PM1.0纳入空气净化器设计日程,将消灭更小颗粒污染物列为净化器的日常净化目标之一。

(中 一)

今年7月2日,茅台召开了2016年度中期生产技术分析会。9月21日和26日,2016年度生产技术分析会以及2017年度生产质量大会相继召开。之后,公司密集出台了一系列旨在提升茅台酒生产质量的举措,其中包括关于加强技术通道建设的意见。关于做好2017年度生产工作的指导意见,2017年制曲、制酒下沙生产技术要求等指导性文件。这些针对性极强的举措,释放出一个明确的信号,那就是公司对茅台酒生产质量重视程度的进一步加码,表明了集团高层对于搞好

道怎样才能达成最理想的结果之前,遵守程序与规范就是最优的选择,它可以保证好的结果并且防止最坏结果的发生。茅台已经不是小企业,试错成本如此高昂以至于我们不可负担,茅台工艺博大精深,以至我们不知道哪一个操作点的变动会引起“蝴蝶效应”。停止争论、执行规范的工艺是唯一理性的选择。

在“2017年度制曲、制酒下沙生产工艺技术要求”文件中,我们看到如投料水分、糊化程度、收糟温度、起堆温度等等都有细致的规定,有诸如“上堆温度需

茅台发布提升生产质量系列指导意见

茅台酒生产质量坚如磐石的决心。

在茅台历史上,像这次一样在下沙前密集出台有关生产的举措并不多见,但这种决心并非突如其来,在漫长而精彩的发展进程中,“愚钝”的茅台人可能错过了一些机会,但唯独对质量问题有着智者般的认知。茅台人不止一次按捺住飞奔的步伐,抵制住市场的诱惑,转而致力于科研、环境、文化、管理,甚至关注于机关作风建设,这一切的源由,都是来自于骨髓里对卓越品质的眷恋。而这一次,在新的生产年度开始之际,集团高层在全公司强化生产操作和质量意识,用心仍是统一认识、严格工艺、彰显决心,落脚点仍是“质量”二字。只不过,这一次大家明显感受到了集团高层坚如磐石的决心,以往的有关重视生产质量的做法——打招呼、提要求,被上升、固化为了法律性文件,人人必须遵从,不可逾越。

“程序与规范”将是今年生产工作中的关键词,怎样理解程序与规范呢,借用一位管理学名人的话说就是:在我们不知

呈梯度下降”的耐心细致的表述。对制曲生产更有曲胚厚度控制在多少范围内及装仓、曲胚堆放层数、每层多少块等等严谨得如电脑程序般的要求。不得不说,这种重视和关注已经到了苦口婆心的程度,当程序与规范,严格工艺成为共识,成为新一年生产工作的看点,我们更有理由认为,茅台酒之所以品质卓越,在以上文件的字里行间便蕴藏了部分答案。

其实,茅台人对质量的要求一直是“偏执”的,如果认可“偏执成就卓越”论断的话,茅台甚至是其中的典型,因为对质量的要求偏执、顽固、严苛,才成就了国酒茅台伟大的基业。

制造业企业,产品的质量是立身之本,一切精心设计的广告宣传、公关策划、销售方案、售后体系,都无法抵消产品质量平庸给企业带来的伤害。尤其在茅台酒已经处于“高端的象征”、“品质的保证”、“卓越的代表”的良性发展阶段,茅台人对生产质量的坚守实际上具有生死悠关的意义。

百岁山成为上海网球大师赛荣誉赞助商

百岁山通过上海网球大师赛组委会层层严格筛选,成为赛事荣誉赞助商,全方位、深层次地融入到本次高端网球赛事中,比如为运动员提供高品质的饮用矿泉水,在现场为观众开辟一有趣味天地,以及设置专题包厢等,不仅细心策划,为观众提供观赛的舒适体验,同时也力求寓教于乐,在趣味互动中增加对网球运动的理解和喜爱。



一家专注于体育营销的矿泉水企业品牌

从女排参观百岁山生产基地,到乒乓球世界冠军拜访百岁山企业,再到FIBA篮联签约仪式上的亮相,以及最近如火如荼的中超虚拟广告投放……无一不让百岁山品牌在体育界声誉鹊起。在最近,上海劳力士网球大师赛的赛上,靓丽优雅的百岁山再次以品牌夺目的光环吸睛众人的目光。

据了解,网球大师赛组委会的相关负责人表示之所以会选择百岁山作为本次赛事的唯一指定用水品牌,是看重百岁山具备的水中贵族品牌的口碑。同时,组委会的相关人员还前往百岁山的生产基地进行实地考察,充分了解其企业的赛上生产全过程。通过对百岁山地深入了解,发现百岁山品牌的企业文化与网球大师赛有很多相匹配的地方。另一方面,也考虑到了百岁山国内优质的矿泉水品牌,近年来持续赞助各种高规格的体育赛事和高端的峰会,品牌美誉度有口皆碑。

创建平台促一流人物认识一流的水品牌

据百岁山方面解释,健康饮水与体育运动的关系极大,强烈运动会导致出汗量剧增、运动员需要补水并补充体内流失的矿物质。因而选用优质的矿泉水对于身体及时补充流失的水分及微量矿物质十分重要。多年来,百岁山矿泉水一

直坚持投身体育营销,积累了对赞助赛事活动丰富的经验,相信品牌具有充分的实力能服务好这次高规格的体育赛事。此外,百岁山的品牌定位与网球大师赛的形象高度吻合。从优质的水源、独特的包装、一流的厂房和国际领先的生产设备百岁山皆可称得上高端大气、实力雄厚,与同属高端赛事的网球大师赛不谋而合,其合作在业界可称得上是强强联合的经典案例。

当然也有业内人士表示,百岁山与上海网球大师赛的联手除了品牌气质方面两相吻合外,也不排除百岁山想利用网球赛的项目这样高规格的赛事活动,进一步打开品牌海外市场的布局。早在2012年就有媒体报道百岁山在海外全球各地建厂的版图扩张计划。而多年来,百岁山的产品也一直出口海外并成为了国内出口量最大的水企业。参加国内外各种高端活动的赞助对于品牌而言不仅提供了独特的展示形象的平台,更创造了让各地一流的运动员、政商界人士亲身品尝、体验百岁山高品质水质的机会。

据悉,本次网球大师赛在全球共有九站,分别为上海(全亚洲唯一站)、印第安维尔斯、迈阿密、蒙特卡罗、马德里、罗马、蒙特利尔/多伦多(加拿大两个城市单双数年)。

浦发银行守护西部儿童健康

浦发银行“逐梦萤火虫”西部地区儿科医护人员进修百人计划首都儿科研究所开班仪式近日在京举行。首批27名来自西部地区7个省、自治区的基层儿科医护人员将在北京首都儿科研究所附属医院进行为期半年到一年的进修学习。该计划是浦发银行通过跨界合作,践行社会责任的一次创新实践,旨在撬动优质医疗资源,帮助西部边远地区提高儿科医疗服务能力和技术管理水平。浦发银行北京分行行长夏云平表示,儿童发展事业是浦发银行长期关注的领域,发起“逐梦萤火虫”公益活动是浦发汇聚社会力量,回报社会的又一次重要实践。

第十四届赣台经贸文化合作交流大会 10月举办

本网讯 (记者 郝海霞 周枫)由国务院台湾事务办公室支持,“赣台会”组委会主办、南昌市人民政府、江西省人民政府台湾事务办公室共同承办,全国台湾同胞投资企业联谊会、台湾旺旺中时媒体集团、台湾工业总会、台湾商

业总会、台湾工商协进会、台湾水电公会、台湾农业合作社联合社、台湾创业投资商业同业公会、台湾机器人协会协办的第十四届赣台经贸文化合作交流大会于10月15日至17日在南昌举办。本届“赣台会”着眼江西全面融入

“一带一路”和长江经济带发展战略,紧紧围绕江西省战略性新兴产业如电子信息产业、南昌“光谷”、VR产业和现代农业的发展,进一步深化和拓展赣台经济合作新领域,提升赣台产业合作层次,推动赣台经贸合作再上新台阶。围绕“两岸一家亲、携手同打拼”的主题,今年“赣台会”较以往相比,特别突出了赣台产业合作。

一汽马自达亮相成都车展

日前,一汽马自达携CX-4与全新阿特兹双6.5代产品惊艳亮相成都车展,其自上市以来以轿跑SUV的独特风格受到消费者追捧,已成市场最强的运动型B级车。作为上市仅仅两个多月的新车,凭借独特的产品价值在市场中站稳脚跟。

B级车是车企品牌形象和造车实力的重要体现,该市场一直是各车企竞相争夺的高地。对于马自达来说,阿特兹无疑是整个体系中的旗舰产品,中日双方在充分了解中国消费者需求之后斥巨资实现全新阿特兹70多项的提升,体现出其旗舰地位。

第七届 WaterEx 北京水展开幕

10月13日,由中国膜工业协会、住建部·中国建筑文化中心、荷兰阿姆斯特丹RAI国际会展中心、上海荷瑞会展有限公司主办、住房和城乡建设部支持的第七届WaterEx北京水展在中国国际展览中心新馆拉开帷幕。

中国膜工业协会装备与配套专业委员会副会长李虎山主持开幕式。中国膜工业协会秘书长李守荣、副理事长王继文、中国质量检验协会净水设备专业委员会秘书长邓瑞德、中国建筑文化中心主任李岗、中国膜工业协会装备与配套专业委员

中国大学生方程式汽车大赛推线上助威活动

2016年是昆仑润滑油公司全力支持中国大学生方程式汽车大赛的第6年,昆仑润滑油推出了“谁是冠军”竞猜和“超级赛车手”两个线上助威活动。参与者首先通过“谁是冠军”环节竞猜投票选出自己心目中的冠军车队,竞猜奖项会在10月15日

会会长李友清、阿姆斯特丹国家会议中心国际展览高级副总裁Bas Dalm、环境与健康相关产品安全所水质安全监测研究室主任鄂学礼、国际水生态安全(中国)委员会副主任谢庆军、中关村天合科技成果转化促进中心成果评价部部长刘芳等出席开幕式。

据了解,本届展会展示面积扩大至4万平米,设“工业水区”、“净水区”、“膜区”、“泵管阀区”、“空气新风专区”等主题展区。包括博一环保、沪东麦斯特、工源机械、时代沃顿、滨特尔、立升、赛高波特、爱

力浦、艺达思、华生塑业、朗适新风、霍尔新风等品牌在内的近千家优秀展商,以及来自英、美、德、日、韩的国际展商,立体呈现水处理全领域技术设备及解决方案。展会期间,主办方安排了30多场论坛会议,权威专家针对技术、生态、合作等话题开展交流。预计3天展期将迎来超过2.5万专业观众。作为全球最大专业水展(AQUATECH CHINA上海国际水展)的系列展,WaterEx北京水展持续整合全球顶级资源,促进行业交流,进行全方位价值引领,已成为华北地区规模最大、品质最高的专业性水展以及末端净水行业高度认可的最佳展示平台之一。

“最新活动一助力FSC”即可参与。点击首屏“参与助威”,进入到“谁是冠军”页面,从页面下方2016年参赛的79支车队中选择一支最喜欢的车队(只能选择一次),按下投票,即可开始为该车队助力。然后点击“超级赛车手”开始游戏,按照游戏规则,赢取昆仑币,所有单局游戏赢得的昆仑币,将会累计给投票支持的车队。