

用科技开拓扶贫之路

“长虹式表达”助力脱贫攻坚

长虹作为四川国资国企,多年来不仅凭借扎实的企业综合实力助力国家制造行业的转型,更充分利用品牌的内外资源投身于扶贫工作中,通过自身在行业中的各方优势,在扶贫攻坚的一系列工作中,用实际行动作出了“长虹式表达”。

解决帮扶地区物资缺口

长虹在开展扶贫帮扶工作中,基于各个地区的实际发展需要,充分发挥自身在物资领域方面的优势,为所帮扶地区带去资源。四川省甘孜州色达县是长虹开展定点扶贫工作的对象之一。去年7月,根据色达县基层服务中心与活动中心建设需要,长虹公司向当地捐赠了134台55英寸4K高清智能电视,并捐赠1套120英寸4K超高清激光电视系统,协助当地建设“民族团结进步实验基地”;而在2018年,长虹公司还为色达县第二完全小学搭建起价值数十万元的远程智慧教育平台,为结对帮扶村捐赠了一批LED智能灯和缝纫设备,进而帮助当地的相关教育事业更好的开展。今年4月,为把开学期间的新冠疫情防控关,根据色达县开学实际需求,长虹公司主动发挥多元化的产业优势,及时向色达县县中学、红军小学捐赠两套热成像体温快速检测设备。

同时,长虹更在凭借自身优势,为扶贫县带来更多的发展机会与可能。四川省绵阳市平武县锁江羌族乡坝子村,是长虹公司的另一个结对帮扶村。基于平武县优质特产资源,长虹持续将平武绿茶和南充桑枰纳入公司采购名录。同



时,充分利用公司党工团平台,大力宣传、组织员工购买平武蜂蜜、土鸡、鸡蛋等农产品,帮助困难群众持续增收,稳定脱贫。今年3月,为了更好地促进当地茶产业的发展,长虹公司还组织专业力量实施了对症帮扶,帮助当地茶农提升采摘质量和完善销售机制。“在今年绿茶产量减少的情况下,有效提升了茶叶价格,达到了茶叶增产增值效果,带动全村实现了30余万元的茶叶销售额。”驻村的长虹公司扶贫干部魏兴龙表示。

在去年7月,长虹公司牵头并结合其余六家定点帮扶成员单位优势资源,组织色达县17个乡镇的34名学生和10名老师赴四川省成都市、绵阳市进行学习考察、拓展培训、参观体验等夏季游学活动。今年1月又继续组织了8名老师40余名学生开展了“七彩长虹”省直部门(单位)定点帮扶色达师生冬令营活动。

尖端科技助力扶贫

在脱贫攻坚工作中,扶贫资金的监管

是至关重要的一项工作,也是一大难点问题。面对这一困难,长虹公司利用互联网技术,依托10多年持续打造的云计算、大数据、人工智能、互联网等前沿技术为脱贫攻坚插上“云翅膀”的探索和实践。以“云尚行”智能财务云平台来说,它采取“平台+服务”的SaaS服务模式,并在全国首创了“互联网+精准扶贫代理记账”服务。去年以来,长虹公司财务云中心还专门组织了6次色达县“互联网+精准扶贫代理记账系统”培训以及现场调研,以改善色达县在云尚行村级代理记账项目中出现的问题,强化提升色达县精准扶贫村级代理记账工作。

据统计,截至目前“互联网+精准扶贫代理记账”服务已在四川省、青海省、重庆市等多地推开,代理记账累计核算上万个村(社区),完成村财记账处理单逾200多万笔,会计凭证近30万份,纳入平台管理资金账户1万多个,处理资金量高达近200亿元,为200多万名村民线上提供公开公示信息。此服务不仅大大提高了资金使用透明度和效率,更有效防止了各类惠民资金被截留或者挪用的风险。

在人工智能、互联网技术、大数据平台等方面,长虹通过结合自身技术和平台优势解决了贫困地区在线教学资源差的问题,基于对“互联网+远程教育”的综合探索,推出“云智能交互”教学系统,搭建了成都嘉祥外国语学校、绵阳外国语学校与甘孜州乡城县学校各年级每周对应的教学内容的远程互动教学平台,通过科技

手段打破传统教育在空间和地域上的限制,助力实现教学软件和教育资源的云端储存共享,极大拓展了山区学校获取优质教育教学课程渠道和存储共享管理手段。据悉,该项技术已被凉山州雷波县、金阳县、阿坝州色达县、甘孜州乡城县纳入远程教育扶贫等建设项目,惠及二十余所中小学上千名贫困学生。可以有效提升了民族地区学校使用优质教育资源的渠道和便利性,弥补了贫困地区使用成本高、信息协同性不足、信息安全性不足等问题。

在“互联网+医疗健康”领域,长虹公司基于贫困地区信息化水平低,医疗健康服务设施落后等现状,依托物联网、云平台、智能终端设备等技术手段,打造了基于物联网智能设备的基层公共卫生健康扶贫支撑系统,针对贫困地区基层医疗卫生服务机构,开发智能化自助体检设备、自助查询打印设备、公共卫生以及家庭医生智能体检套餐和设备,满足基层机构;利用智能设备、网络信息开展远程会诊以及上门体检随访服务要求;开发互联网+医疗健康服务平台,支持健康体检、健康随访、慢性病管理、远程监测、专家咨询、预约挂号、远程会诊、双向转诊、健康宣教等服务。通过与四川省卫健委、凉山州卫计委的合作和推广,长虹“妥医医”产品和服务目前已覆盖绵阳、凉山、遂宁、德阳、巴中、眉山等120多个区县以及浙江部分区县,活跃医生超过1万人,惠及80余万户贫困群众。



本报讯 10月18日,以“科技赋能、爱粮节粮”为主题的中储粮第三届公众开放日活动在黑龙江省哈尔滨市香坊区中央储备粮哈尔滨直属库有限公司举行。该活动邀请黑龙江省各界公众群体代表等60余人参加。代表们走进中储粮直属企业,实地感受和切身体验了现代化、科技化、智能化的大国粮仓,增加了对粮食储备工作的了解,增强了对国家粮食安全的信心。

活动期间,与会嘉宾现场参观了该公司“一卡通”粮食收购系统、远程监控中心、现代化仓储设施和智能化粮库管理系统,并入仓参观粮食储存保管情况,了解国内国际领先的绿色科技储粮技术。

据哈尔滨直属库有限公司总经理高永波介绍,哈尔滨直属库占地面积54万平方米,现有仓容46万吨。为落实好国家粮食收购政策,保护农民利益,自2015年开始,在国家政策性粮食收购中率先创新使用“一卡通”收购系统,加强了粮食收购风险控制,提高了收购效率,也从源头上预防了给农民“打白条”问题的发生,让农民卖粮更透明、粮款结算更安全。2019年新增“惠三农APP”网上预售系统,提升了便民服务水平。为确保中央储备粮数量真实、质量良好,致力于智能化粮库建设,该公司将“互联网+”技术应用于粮食仓储行业的创新实践,通过自主研发的新型粮仓通风循环一体化技术,实践运用5种通风方式,结合数百个温度传感器和高清摄像头实时监控,在线实时数据监测,多途径预警提示,运用科技手段的创新和实践应用,既确保粮食“看得见、管得住”的储存安全,又实现藏粮于技,节能降耗,绿色储粮。

据了解,该公司通过举办开放日活动,把一个真实、全面、立体、先进的“大国粮仓”展现在公众眼前,让大家直观地了解到中储粮现代化储粮技术和严格规范的管理,深刻的认识到中储粮“两个确保”宗旨和服务宏观调控、保障国家粮食安全使命,让民众深信中储粮有能力守住管好“大国粮仓”。

(赵玉刚 姜海鑫)

福田汽车新能源产品亮相 第五届中国(北京)国际电动车博览会

10月10日,第五届中国(北京)国际电动车博览会在中国国际展览中心(静安庄)正式开幕。福田汽车携旗下福田欧辉纯电动客车,福田智蓝新能源轻卡、大VAN、中VAN三款北京“油改电”政策认证车型亮相车展,充分展现福田汽车新能源产品多场景解决方案能力,助力北京绿色出行,“油改电”置换,共同守护北京蓝天。



性能升级 中国新能源客车的先行者和探索者

福田欧辉拥有整车控制集成技术、智能安全技术、节能技术、试制试验技术等领先的新能源核心技术,而且牵头完成了纯电动国家 863 研究项目,并实现“人一机一电”一体化智能操控平台,可定制用户的在线智能控制技术,在强电安全方面做到了领先行列。本次国际电动车博览会展出的福田欧辉BJ6117纯电动城间客车是新能源客车界的“人气之王”,车辆基于成熟底盘,采用新一代高效驱动技术,突破了纯电动城间客车技术壁垒,续航里程可达285公里,是新能源客车领域的佼佼者。此外,BJ6117的新能源系统防护等级为IP68,通过采用慢充快补的方式,机动匹配带电量,方便可靠。

对于用户来说,行驶平稳、环境舒适也同样重要。福田欧辉BJ6117纯电动城间客车搭载自动变速器,实时保证启停平稳、无颠簸感。同时针对乘客需求,车辆采用豪华时尚的内饰设计元素,定制化环保内饰材料,人体工程学座椅,车内WiFi、USB充电口等实用配置一应俱全,能够让用户在旅途中充分享受安静惬意的时光,感受新能源客车的独特魅力。

立足场景化需求 轻松完成“油改电”置换

今年8月,北京市交通委员会与财政局即联合印发了《2020年北京市新能源轻型货车运营激励方案》(简称:“油改电”政策),促进淘汰或转出北京市汽柴油货车并更新为新能源轻型货车。面对“油改电”政策的需求,福田汽车积极践行新能源化“福田主张”,立足于城市物流、末端配送等物流场景的需求,推动新能源物流运输装备迭代升级,成为首批通过北京市政府资质审核的首批企业和首批车型,此次展出的就是目前北京市符合置换需求的3款车型。

其中,智蓝4.5T纯电动轻卡选用宁德时代、力神等知名品牌电池,可选81度与104度两种电量,带来超长续航、高安全性、道路合规等出色优势,全面满足市内200公里的运营需求。整车通过轻量化、高温高寒极限环境测试,货箱最大容积可达19立方米,实现高可靠性、高安全性与高运营价值的完美结合。

VAN类产品包含2个车型。其中大VAN产品图雅诺智蓝配备79.92度动力电池,拥有10.2立方米的超大货箱;中VAN产品风景智蓝搭载宁德时代50.23Wh/kWh电池,并在整车舒适性和安全性上做了针对性提升,从而成为轻跑、短途、末端等物流场景的有效补充。

此外,福田智蓝还积极联合行业产业链企业及环交所等政府、企事业单位,共同打造二手车流通渠道,购车优惠、补贴申领绿色通道、充电优惠、全方位售后服务于一身的一站式置换解决方案。其中,二手车流通、补贴申领绿色通道让用户置换不必东奔西走,轻松完成“油改电”置换;超低首付、超低利率、超长周期的多元化的金融产品及“车电分离”的商业模式创新,有效解决客户购车成本高、运营效率低以及残值忧虑的痛点;多模式的充电服务保障,在充电便利性、降低充电成本等方面,让客户告别充电难;“站内+移动+上门+远程”的立体化服务模式,覆盖全北京,为客户提供快速服务响应,彻底消除客户用车顾虑。

面向未来,守护绿水青山是城市发展的必然,在这一过程中福田汽车积极践行北京市属企业责任,打造全方位新能源产品定制化解决方案,助力北京打赢蓝天保卫战。福田汽车将持续基于不同场景需求,打造更高效、更环保、更安全的产品,践行“福田主张”,不断开创商用车绿色低碳发展的新篇章。

丰台市场监管局之窗

坚持“四化”服务 做企业发展的有力推手

丰台区市场监管局东城铁营街道市场监管所紧紧围绕区局的各项工作部署,始终坚持认真履行自身职能,以服务铁营地区经济发展为中心,着力营造良好的营商环境,加大对重点企业的服务力度,扶持企业经营,服务企业。一是坚持便捷化准入,让开办企业更加便捷高效。二是坚持精准化服务,推动重点企业发展提速。三是坚持专业化指导,帮助企业经营体系更加完备。四是坚持成熟化导向,推动辖区企业发展的协同互补。下一步,市场所将继续综合运用市区属企业责任,打造全方位新能源产品定制化解决方案,助力北京打赢蓝天保卫战。福田汽车将持续基于不同场景需求,打造更高效、更环保、更安全的产品,践行“福田主张”,不断开创商用车绿色低碳发展的新篇章。

(刘洋)

积淀品牌文化 讲好品牌故事 西凤酒作品获第八届全国品牌故事大赛西安赛区一等奖



本报讯(记者 樊春勤)10月13日,以“百年逐梦全面小康 品牌引领品质生活”为主题的第八届全国品牌故事大赛(西安赛区)在西安举行,西凤酒品牌故事《丰碑》喜获演讲比赛一等奖。

完成“线下体验实体+社群经济落地+线上社交电商平台”数字化矩阵布局

安利获两项IDC中国数字化转型大奖

本届品牌故事大赛由中国质量协会主办、陕西省质量技术协会联合陕西省品牌建设标准化技术委员会、群众新闻网共同承办。此次大赛(西安赛区)比赛受到了有关部门的高度重视,并引起了社会各界的高度关注与大力支持。来自陕西全省制造业、服务业等领域的110余组作品参与比赛。经过层层选拔,共有10组优秀演讲选手闯入决赛,进行最后精彩角逐,选手们通过演讲形式同台竞技,精彩纷呈地讲述了企业在品牌创建、品牌培育、品牌文化积淀、品牌发展过程中的奋斗和坚守。

晋级演讲决赛的10组演讲选手紧扣主题,从不同角度生动地讲述了企业品牌的成长历程,展示了各行各业和广大企业员工在品牌发展工作中的不懈努力与具体成就,为大家献上了一场激情澎湃的品牌盛宴,深深地吸引和感染了在场的每一位观众。大赛经过激烈角逐,来自陕西西凤酒厂集团有限公司的《丰碑》获得演讲比赛一等奖;陕西圣唐乳业有限公司的《“羊奶哥”的理想》、陕西西凤酒厂集团有限公司的《西凤的“老黄牛”》获得演

讲比赛二等奖;陕西黄河壶口文化旅游发展有限责任公司的《唱响新时代的黄河大合唱》、宝鸡吉利汽车有限公司的《听!大国工匠吕义聪的职业信仰》、西安利君制药有限公司的《利君发展我成长》获得演讲比赛三等奖。此次大赛还评选出第八届全国品牌故事大赛(西安赛区)最佳组织奖,演讲比赛优胜奖、最佳故事奖、最佳风采奖、微电影比赛一、二、三等奖、征文比赛一、二、三等奖等多个奖项。据悉,荣获本次演讲比赛、征文比赛、微电影比赛的优秀选手和作品将被推荐参加“第八届全国品牌故事大赛”全国总决赛。

来自陕西省有关部门单位领导、陕西省企业代表、参赛选手以及新闻媒体共100余人参加了本次活动。

10月16日,由IDC科技市场研究机构主办的“2020 IDC中国数字化转型年度盛典”落下帷幕,安利(中国)斩获“零售行业技术应用场景创新奖”,安利(中国)总裁余放获得“数字化转型领军CEO”奖项。

作为一家经营60余年的老牌直销巨头,安利不断探索传统行业在数字化变革下的运营新模式,运用大数据、虚拟现实、人工智能和云计算等前沿技术为平台赋能,开辟“数字驱动+线下展业+线上社交电商一体化”的新路径;安利(中国)总裁余放,对商业模式保持敏锐洞察和创新再造,打造企业多层次数字化交互能力,构建数据驱动的业务管理能力,实现企业数字化、个性化、智能化的转型升级,均得到组委会的高度肯定,从众多参赛案例中脱颖而出。

IDC数字化转型大奖,由IT市场研究机构IDC(International Data Corporation)主办,在中国已成功举办5届,旨在表彰各个领域以应用数字技术和颠覆性技术成功将一个或多个业务领域进行数字化转型的组织和个人,展示其数字化转型卓越成就。拜耳(中国)、招商银行、宝洁等知名企业,都曾摘得IDC相关奖项。今年,获奖企业还包括百胜中国、海尔、永辉、康师傅等。

随着移动互联网、大数据、人工智能的发展,数字经济正在成为全球经济社会发展的重要引擎。

正是洞察到移动互联网和社交电商的潜在机会,安利中国在2014年布局数字化、体验化、年轻化战略,2015年起三年内持续迭代社交电商平台,营销人员移动工作室,“安利云购”、“安利微购”相继上线;2019年,安利全球数字创新中心、大数据创新中心、IT创新中心相继落户中国,打造矩阵式数字化战略。通过线上线下充分融合的“新零售”变革,安利拥抱变化果敢转型,打造了一个突破传统直销,以数字化和社交电商驱动的“新安利”。

通过一系列数字化工具,安利为其营销人员提供全面的商务支持,社交支持、内容支持、数据支持,营销人员可以“低成本、低风险”运营美食、健身、美容、养生、育儿等线下社群,开展社交电商,便捷实现线购物、顾客管理、社群运营等,帮助他们把兴趣发展成事业平台。

事实证明,安利6年来厚积薄发的数字化战略成效显著。安利目前超过90%的订单来自线上,超过80%来自移动端,引领直销业态全面转型社交电商。2020年以来的特殊时期,安利利用直播带货、线上商城、线下体验馆,赋能安利营销人员依托OMO社群创业,基于多年数字化转型的积淀,有效对冲了疫情影响,并化危为机。截至目前,安利本年度业绩与去年同期持平。

数字引领创新再造 打造社交电商新标杆

近日,埃森哲发布的《2020中国企业数字化转型指数研究》显示,尽管数字化转型全面展开,但只有11%的企业转型成效显著。疫情背景下,如何在巨大的不确定性中应对市场挑战,成为大部分企业和CEO必须面对的课题。

安利(中国)总裁余放说,中国市场正在经历消费升级、数字经济崛起的浪潮,数字技术改变了人们的生活习惯,工作、娱乐、消费全面线上化,也正在重新定义供应链、生产、物流和生活消费场景,是企业面对未来竞争的必备能力。

基于对数字技术和商业模式的敏锐洞察,安利(中国)在余放带领下,在完成了线下体验实体+社群经济落地+线上社交电商平台的数字化矩阵布局后,正在加快其数字化工具的创新速度。今年8月,安利推出“创玩家”计划,赋能营销人员挖掘自身兴趣成就事业。安利通过自有社交电商平台,帮助创业者打破地域限制和社交圈的瓶颈,开启个人带货直播,定制开发社群管理工具,构建数字



化新能力,打开网络新流量,实现他们粉丝量的指数级增长,深耕私域、广拓公域,进一步释放安利社交电商能力的破局点,完成商业模式的再造,打造社交电商新标杆。

余放介绍,中国作为安利全球最大市场,得益于中国数字化经济的蓬勃发展,中国市场一直是安利全球数字化转型的领头羊,未来安利总部资源和投入将更多向中国倾斜,2020年产品线更聚焦大健康领域,上线超过100款新品,完成集交易、商务服务、内容及智能数据支持于一体的社交电商平台,覆盖和链接更广泛的新生消费群体,同时以直播、大数据、人工智能等新技术手段,快速响应外界变化和消费者需求,为安利创玩家提供更全面、更有力的支持,完成企业整体进化。

太太乐第三届全国鲜味科学知识竞赛落幕

10月16日,太太乐第三届全国鲜味科学知识竞赛决赛在上海举办。在太太乐集团总裁张西强的高度重视下,历时5个月从5万多名参赛选手中脱颖而出,10位鲜味达人在决赛舞台上给出了最好的答案。

5月28日,当“画鸡之夫”王韬闻、书法界名人赵强、资深摄影师曹巨波齐聚太太乐鲜味博物馆,通过画作、书法

镜头记录鲜、演绎鲜时,第三届全国鲜味科学知识竞赛正式启动。主办方充分借助纸媒、新媒体、地铁广告等进行全方位宣传报道,覆盖人群近亿人次,逾5万名来自全国各地的行业专业人士、高等学府学生群体以及对鲜味充满热情的社会大众人士参加了海选。选手们一路厮杀,从初赛、复赛、复赛附加赛到半决赛,最终胜出的10位鲜味达

人进入决赛。决赛现场,总裁张西强也对各位选手寄予厚望。在他看来,鲜是一种味道,更是一种科学,一种文化。希望太太乐在鲜味文化传播的道路上越走越远,感谢在场的选手,呈现了一场高质量、精彩纷呈的比赛。中国调味品协会秘书长白燕也对此比赛给予祝福。三年来,太太乐向越来越多的“鲜

味科学无人区”挺进。新书籍、新赛事、新会议的成功问世和举办,都体现着中国的鲜味产业在科学技术方面不断地探索进步。决赛的圆满落幕,并不是鲜味学习之路的终点。作为鲜味科学的探索者、鲜味文化的传播者、鲜味生活的倡导者,未来,太太乐还将继续推进鲜味事业的发展,打造百亿乃至两百亿鲜味,力求惠及更多消费者,为中国复合调味品行业的发展开辟又一个辉煌时代。