

首设独立展台 全球新品首发

美乐家再度亮相进博会

11月5日,第三届中国国际进口博览会在国家会展中心(上海)拉开帷幕。进博会是疫情常态化下的大规模展会,今年进博会仍然吸引了世界500强和行业龙头企业积极参展,总展览面积比上届规模扩大近3万平方米。作为一家为全球数百万家庭提供产品与服务的企业,美乐家携全球首发新品和旗下营养辅助食品系列产品再度亮相进博会。

美乐家中国区总裁许玮表示,此次进博会的顺利开展,彰显中国对疫情防控和阻击的坚定信心和决心,也给全球企业提供了强有力的支持,为全球经济复苏注入强劲动力。同时,进博会为国内国际双循环相互促进新发展格局提供了重要平台。后疫情时代,将会是一个多元、共享、可持续和开放的时代。这与进博会的主题不谋而合,也是美乐家持续探索和发展的方向。美乐家将不断致力于为中国消费者提供更丰富及优质的产品,践行可持续发展理念,与全球优秀企业一起,共享未来。

美乐家今年的展位位于食品及农产品展区。与去年不同的是,美乐家今年首次设立了自己的独立展台,以更好地



向公众诠释美乐家“善用自然与科学的力量”,全方位展示企业在理念、文化、科技以及可持续发展上的卓越成果。“这主要得益于进博会的溢出效应,让我们的品牌和产品在这个平台上得到充分地释放,并促进我们业务的发展。连续两年亮相进博会,并首设独立展台,是美乐家对中国消费市场充满信心体现,我们希望能够借助这一世界级的大舞台,把握中国消费升级的机遇。”美乐家中国区总裁许玮对此表示。

值得一提的是,今年美乐家在进博会上全球首发了两款新品,包括全新低

糖配方玫瑰荔枝味胶原蛋白肽果味饮料以及低糖配方红藜果味饮料,这两款新品都是为中国市场的消费者独家定制。胶原蛋白肽与糖化反应是肌肤老化的两大诱因。额外补充胶原蛋白有助于提升肌肤弹性和延缓衰老的作用。同时,红藜萃取物可有效抑制糖化终端产物(AGEs)的产生达80%,从而帮助保护胶原蛋白结构,促进胶原蛋白生成。

近年来,“颜值”越来越受到消费者的关注和追捧,“颜值经济”也被推上新消费的风口井受到企业的广泛关注。其中,口服美容品类消费增速远高于各个品类的平均增速。有数据显示,亚太市场对美丽健康补剂的需求,远远大于全球其他市场。同时,2016—2022年中国口服美容产品市场规模增长强劲,预计未来中国口服美容市场将步入高速增长期,2022年或达238亿元。

对此,美乐家中国区总裁许玮强调,“中国市场是美乐家全球最重要的海外市场。深耕中国市场让美乐家稳健成长并不懈壮大。我们在中国拥有广泛的消费者基础,我们也在努力为他们研发适合他们需求和口味的产品。美乐家将充分把握这一机遇,开拓研发和创新,将更多美丽和健康带给中国消费者。”

此外,美乐家还在进博会期间展示了旗下营养辅助食品系列逾20款产品,以满足消费者对日常健康与营养的管理。目前,美乐家在全球拥有超过400款产品,覆盖身体保养、家庭清洁、营养辅助食品以及美容护肤等系列产品。秉承“品质卓越,价格合理”的产品理念,尊崇自然与科学,美乐家将“取材天然、善待环境、先进研发、品质卓越”贯彻对产品的追求。

进入中国市场17年,美乐家持续推动和深化在华的投资和业务。2019年,美乐家投资1.5亿美金在上海市奉贤区打造其海外最大的区域总部和日化生产基地。此次美乐家借助进博会这一重要平台,继续深耕中国市场,用优质的产品和服务回馈中国消费者。



11月3日,滁州创维智能家电产业园开园,项目一期竣工投产,首批空调新产品下线,这意味着创维集团在长三角战略布局中迈出了具有里程碑意义且扎实关键的一步。

开园当天,滁州市和全椒县领导及相关工作人员、创维集团领导、项目建设单位代表、创维空调公司代表和客户代表等400余人参与开园仪式。滁州市委书记张祥安、滁州市委副书记市长许继伟、滁州市人大常委会主任王图强等滁州市各级领导,全椒县委书记朱大纲、政协主席董光林等全椒县各级领导,创维集团董事局主席赖伟德、总裁刘荣枝、董事林卫平、副总裁黄明岩、创维空调公司董事长吴启楠、智能电器产业园总经理赵瑞等共同参与了剪彩和揭幕,标志着创维集团以安徽滁州为主要产业基地的长三角战略布局正式拉开帷幕。

在举行开园仪式时,创维集团项目开发和空调产业的负责人分别向来宾介绍了项目进展情况,项目一期总占地540亩,总建筑面积27万平方米,已全部竣工。空调生产基地分两期实施规划,包括年产:分体机375万台,柜式机100万台,多联机20万台,汽车空调5万台,压缩机500万台。目前一期已经投产,下线新产品包括6款分体机、4款柜机和3款商用机,一期规划产能为300万台套空调。

滁州市人民政府副市长姚志、中共全椒县委书记朱大纲发表了讲话,充分肯定创维集团的布局与远见。

创维集团董事局主席赖伟德在致辞中表示,一年多来,建设团队在时间紧、任务重、用工难的条件下,克服新冠肺炎疫情、特大洪涝等巨大困难,完成了创维智能家电产业园新建厂房及配套用房27万平方米的建设任务;完成了创维空调业务从深圳到全椒的一期项目搬迁任务;完成了13款空调新产品开发;为创维滁州空调产业基地建设迈出了具有里程碑意义且扎实的关键一步。

仪式上,滁州市领导和创维集团领导共同为工业园开园剪彩和揭幕,并参观了创维滁州产业园的展厅和一期空调生产线,在现代化生产车间举行了热烈的空调新产品下线仪式。

2017年,创维制定了“一三四”转型升级发展规划,大力推动智能化、精细化、国际化战略,积极布局深圳、珠三角和长三角新产业基地,大力推动从制造业向服务业、硬件向软件、终端向系统的三大转变,大力推动企业高质量发展,努力实现营业规模1000亿元的战略总目标。2018年1月,滁州市人民政府、全椒县人民政府与创维集团有限公司签订《麒麟湖智能家电产业园战略合作框架协议》,旨在全面打造滁州市智能家电产业,打造创维集团长三角产业发展基地。同年6月,全椒县人民政府与创维集团有限公司签订《创维智能家电产业园投资项目协议》,创维集团长三角总部基地正式落地全椒。

滁州智能家电产业园作为创维布局长三角发展、实施智能化战略的重要基地,总投资规模50亿元,总建筑面积100万平方米,计划产能1000万台智能家电产品,包括智能空调产品、智能小家电产品等。创维坚决贯彻滁州市委市政府关于大力发展智能家电产业的战略要求,努力把创维滁州基地建成长三角的总部基地,全力推动智能人居产业发展,力争三年实现年营收100亿元。

赖伟德在致辞时表示,创维滁州智能家电产业园一期项目的成功落地,离不开滁州市、全椒县各级领导和同志们的大力支持,让创维深切感受到市、县各级党委、政府对发展地方经济肩负着重大责任和担当,以及全心全意为企业排忧解难的新的精神和作风。未来,创维将在“享满意”营商环境越来越好的滁州踏出长三角发展第一步,努力把企业办大办好,为滁州市成为长三角一体化排头兵做出新贡献。



安徽肥西高店乡：古稀老人“编织”晚年幸福生活

安徽肥西县高店镇长镇街道内,一处不起眼的小屋前晾晒着破好的细长竹篾,一位老人正手法娴熟地在编着竹篮。“现在生活好多了,可我是个闲不住的人,前几年我没事自己摸索,学起了编制竹篮的手艺。”老人一边摸索一边说道,乡村生活比较单调,而编竹篮是老人唯一的爱好。

老人名叫蒋余芳,今年已有76岁,但编织竹篮时看起来一点也不显笨拙。据蒋余芳介绍,编篮子的竹材都是他专门去购买的,选以不弯曲虫眼,长了三四年的成年竹为好,他要把竹条削成细细的蔑,每一条还要粗细均匀,每一根蔑条不能在中途有接头,保持竹篮表面的整体美观,这完全是熟能生巧的活。“我编织这个才两三年,完全自学,没有请师傅,这是个精细活,不过我年纪大了,一天也只能编织一个。”蒋余芳略显骄傲的说道。

据了解,蒋余芳每天一大早就骑着陪伴他多年的三轮车到周围的集市去



卖,附近的官亭街道、高店街道和余集街道都是他的“工作地点”。当问起每天的收入时,他乐呵呵地说道:“我也不指望这挣多少钱,有时卖的多,有时一天一个也卖不出去,主要是找点事给自己做,充实。”说话间,只见老人手中的竹篮从手指缝中不停地穿进穿出,拉紧、压实……动作娴熟而流利,慢慢变得匀称美观。一个竹篮最多卖20元,但蒋余芳却乐此不疲,他认为,只要自己能干得动,晚年生活才更有意义。

“中国数字化转型先锋榜”揭晓 长虹摘得两项大奖

近日,“2020鼎革奖中国数字化转型先锋榜”在《哈佛商业评论》中国年会上正式揭晓。联想、长虹、TCL、小米等企业项目上榜。其中《长虹数据中心ARM平台战略推广项目》、《长虹财务云项目》分别获得“年度新技术应用突破奖”“年度财务转型典范奖”。

据悉,该评选活动由清华大学全球产业研究院、《哈佛商业评论》中文版以及思爱普(SAP)共同发起。清华大学全球产业研究院副院长李东红教授在颁奖现场表示,“今年的评审主要围绕‘管理’和‘项目’两大维度。一方面,了解企业的数字化战略制定和执行情况,以及在组织架构、人才团队、数字化基础设施和工作环境、数字化文化打造方式、商业模式创新层面的变化。另一方面,重点关注项目的实施效果,与同行业间相比的核心优势,项目推进把控情况,以及公司高层、项目负责人体现的作用。”长虹、小米等项目及成果获得评审团好评。

以数据平台做保障 提升运营效率

据长虹相关负责人介绍,《长虹数据中心ARM平台战略推广项目》,是为响应国家数据中心国产化及公司战略转型要求,在现有数据中心基础上推进业务系统向ARM平台转移,包括ARM硬件及其



之上的信息系统、数据库、中间件等ARM适配、测试、运行等工作,通过技术积累,成为公司天宫服务器战略中ARM生态迁移和保障的重要一环。据上述负责人介绍,该项目一期历时近一年时间,将长虹数据中心内合计51个业务系统、23个集群、334台服务器、逾150TB数据迁移至ARM环境,每年为公司节约30%总体成本,大幅提升运营效率。通过该项目,长虹打造了一支具备ARM生态技术迁移、开发和运维的技术体系,形成14个专业团队,实现从底层设备到业务系统整个生态体系的ARM适配,至今已连续无故障运行6个月。后续将通过不断的技术积累,打造成为公司自产ARM系列产品保障的重要一环。

树立数字化典范 输出服务能力

近年来,长虹利用互联网模式,依托自身强大的财务团队和信息技术团队,以“业务驱动、业财融合”为理念,建成的集“财务云、税务云、金融云”为一体的应

用平台。该平台集云计算、大数据、人工智能、互联网等前沿技术为一体,具有智能性、灵活性、可配置等优势,实现扫描原始凭证后,财务处理、资金结算、发票认证、会计报表和纳税申报等全部可通过平台自助完成的一站式财税综合解决方案。

据了解,该项目自2019年6月建成后,内部管理效率和效能不断提升。目前超过156项业务单据实现电子化,98%以上的会计凭证由业务系统驱动自动生成;差错率从2009年的万分之五下降到目前的万分之0.45;单据处理成本下降60%,整体提升人效27%以上。

据长虹上述负责人介绍,该项目协助探索“互联网+精准扶贫代理记账”模式,革新传统财务管理,是科技扶贫典型案例,目前该记账模式在四川广泛推广

与应用。同时,该项目也帮助中小微企业实现业财一致、税会一致、账实一致、银税一致,一站式解决了中小微企业财务不健全、税务不规范等问题,进而解决了中小企业因缺乏可信财务、税务数据而难融资、融贵的问题,长虹财务服务能力正服务更多企业。

另外,长虹财务云项目打造的saas服务,免安装免维护,全过程、全信息都是在云平台上完成和反映,实现了移动办公的模式,公司业务人员足不出户就可以完成全部财务工作。新冠肺炎疫情期间,长虹云尚平台持续为上万家客户提供财税服务,仅今年一季度就完成了120多万笔凭证账务处理,处理资金流水近1500亿元。在抗击新冠肺炎疫情时期,云尚平台的财税云服务以安全的居家隔离远程办公模式有效地解决了安全全面复工复产问题。

近年来,长虹围绕数字化转型持续推进企业转型升级,并取得阶段性成绩。据了解,2014年4月,长虹财务共享中心的案例被哈佛商学院研究成果案例纳入MBA课程,在此前该案例被国内清华大学管理学院中国工商管理案例中心收录,2016年7月,长虹智能战略转型案例再次被哈佛商学院案例库收录,在中国家电史上还属首次。

重卡产品,实现了国内首例大宗物资在市内通过“铁路干线+新能源重卡驳运”的全过程零排放绿色运输,还有引领新能源市场未来发展的32T液氢重卡、轻卡冷藏车等产品,实现了城市客车、城郊客车、轻卡、中卡、重卡等车型全系列覆盖。

不久前,福田汽车作为北京市属国有企业,更是针对北京新能源商用车推广的痛点和难点,发布了北京绿色商用车全新解决方案,围绕北京市生产和居民生活,深度聚焦首都绿色物流发展需求,洞察从城市、城郊、城乡各运输工况痛点,打造包括产品、技术、运营、商业等一整套绿色系统性解决方案,以丰富新能源产品、高排放产品的丰富组合,智能完善的服务体系,成为推动首都绿色物流的典范,进而助力国内新能源产业化健康快速发展,践行绿色智慧物流领导者的责任和使命。

福田汽车还针对城市建设运输场景发布了北京市法规城建产品,为北京产品定制打造了欧曼渣土车、城建用车等产品组合,以全新的绿色法规版城建装备彰显企业的社会责任感,以更高排放标准、更高轻量化水平、更高出勤效率,助力北京绿色城市建设。

销量是结果的体现,也是综合实力的体现。在“三年行动计划”的指引下,福田汽车凭借科技赋能下的创新产品和绿色引领下的前瞻布局,坚定走出了中国自主品牌不断向上之路。未来,在战略指引不动摇、创新发展不动摇的指引下,福田汽车必将保持高速增长态势,稳定的向目标快速迈进,助推“中国商用车第一品牌”落地,也必将实现“三年行动计划”的成功收官。

福田汽车10月销量突破6万辆



福田汽车“三年行动计划”战略及“聚焦价值 精益运营”理念的正确指引,另一方面也得益于其在产品、技术等方面的不断创新,使其持续获得市场与用户的青睐。

深度聚焦用户需求 以科技赋能产品

连续增长的优异成绩,离不开福田汽车产品的精准布局和技术持续创新。

据了解,基于对用户需求的深度聚焦,福田汽车针对不同行业用户痛点,在产品研发之初即引进了基于“场景+区域+工况”的产品开发和验证体系,将之细分成253个应用场景,并制定了完善的产品价值解决方案。这其中,不仅有针对长途城际物流定制而生的重卡系列产品,也有针对中长距离城际运输、城市运输等运输场景,深度定制而生的中卡产品,还有针对城市配送市场定制打造的轻卡系列产品。

另外,以科技赋能产品是福田汽车创新发展的核心动力。为此,福田汽车链世界顶级技术品牌力量,创建具备驱动系统一体化定制集成能力的福田动力系统集成创新中心,通过对工况+场景的深入研究,以物理集成系统、控制集成系统、软硬件协同、用户价值突破口,同比增长17.2%。截至10月底,福田汽车2020年累计销量超过56.3万台,为“三年行动计划”的成功收官,进一步奠定了坚实基础。良好的业绩表现,一方面得益于

最佳匹配。

同时,福田汽车根据商用车应用场景和可行性分析,组建福田商用车轻量化技术联盟,着重从新结构、新材料、新工艺入手,以科技力量全面铺开整车轻量化技术路线。随着衍生式设计、半固态压铸铝技术和高强度钢、铝镁合金、低密度非金属材料等复合材料的广泛应用,最终实现超过20%的“减负”成绩。

践行“绿色福田”主张 彰显首都国企风范

如果说“产品与技术创新”是福田汽车度势破壁的动力,那么“绿色引领”则是福田汽车剑指未来的变局举措。经过二十多年的发展,福田汽车以绿色科技驱动行业升级,推进行业变革。尤其在国内新能源发展加速推进下,福田汽车深入市场需求,全方位绿色解决方案应运而生,直击市场痛点。

作为国内最早布局新能源化发展的商用车品牌,福田汽车依托完备的数据支撑、产品储备和十余年的新能源技术积淀,针对新能源领域率先于行业内提出基于场景化定制、商业模式落地的商用车新能源发展新主张,并通过“三纵三横”技术布局,高度聚焦新能源产品使用场景,现已实现对城市物流、末端配送、城市建设、市政环卫、机场、矿山、港口等七大新能源商用车应用场景布局,并打造了符合用户需求的新能源产品解决方案。这其中,有聚焦矿山(能源)场景的换电