

吉林农安：致富「稻」路「丰」景正好



本报讯(记者 王春宝 口 董建伟)9月23日,迎来了我国第五个丰收节。又是一年秋收时,吉林大地到处一派丰收景象,秋风起稻花香,田野里收割忙,这边乡村“丰”景独好,恰是收割好时节。

在吉林省农安县的乡间田野里一片片水稻长势喜人,金灿灿的稻穗颗粒饱满,处处洋溢着丰收的希望。在三岗镇永远村稻田里,53岁的水稻种植户潘占仁用手掐着稻穗的尾部,再用牙咬了一下饱满的稻粒,脸上露出了欣喜的笑容。潘占仁说:“今年的稻子丰收了,也该收割啦。”

在农安县宁亮种植专业合作社院内,已经收割回来的水稻正在晾晒,稻米加工生产线正在加紧作业,今年新收割的稻米香味四溢,包装完成后即将销往外地。三岗镇永远村地下3000米蕴含着天然矿泉水,清澈透明、甘甜爽口,富含多种对人体有益的锶、硅矿物质和微量元素,有着号称“吉林宝藏”的宝泉天然矿泉水群,滋润灌溉着永远村的千亩稻田。合作社理事长宁亮介绍,永远村的水稻水源来自共青团水库泉水泡田,土质是含盐碱的弱碱性黑土地,优质水稻品种有机种植、活秧收割,自然晾晒,稻花香品种的大米销售全国各地。目前,水稻穗大、粒多,整体好于去年同期。

在农安县龙王乡的高标准农田示范区,站在地头放眼望去,成片的稻田满目金黄,已经处于成熟期的稻穗儿在绵绵细雨中随风摇曳,送来阵阵稻香,绘就了一幅丰收在望的田园画卷。龙王乡素有“鱼米之乡”的美称,水稻是该乡的主要粮食作物,由于特殊的土壤和水系,龙王乡所产的水稻远近闻名。今年,龙王乡种植水稻2000公顷,目前水稻总体长势良好,无大面积病虫害,丰收在望。

松花江畔,农安县小城市乡的稻田边,一幅喜迎丰收的美丽画卷跃然眼前。今年,这里的顺民心农业专业合作社种植水稻218公顷,实行种养结合、循环发展的新模式。其中,稻田养鸭20公顷,稻田养蟹20公顷。鸭子和蟹除除草虫,粪便作为稻田肥料,实现了绿色种植和养殖的双丰收,被长春市政府确定为绿色有机水稻示范园区。2022年,小城市乡水稻生产采取“选好品种、精心育苗、优化管理、田间水足、科学施肥、防虫防治”等措施,加上天公作美,光温条件适宜,降水适时,光、温、水、土壤条件匹配较好,对农业生产,特别是水稻生产十分有利,为全年水稻丰收打下了基础。

今年,农安县水稻播种面积达到了19.87万亩,农作物播种面积623.1万亩。藏粮于地,藏粮于技。农安县利用资源禀赋,紧盯大力推进生态大米基地建设,引进优良品种种植,提高培种植技术,引导农户开展科学合理种植,统一收购、加工、包装和销售,通过抓好“米袋子”,切实让群众鼓起“钱袋子”,助力群众致富增收,进一步夯实农业产业基础,为粮食安全提供了重要保障,也为乡村发展注入新动能。

不用灰头土脸“搬砖”、在线上与消费者频频互动、提供更加细致周全的交付服务
广东陶瓷企业成大湾区“潮流达人”

“一桥连三地 天堑变通途。”临近国庆,对于想去香港、澳门游玩的人来说,55公里长的港珠澳大桥是热门的旅行体验选项。鲜为人知的是,在这项“超级工程”背后,有着许多广东陶瓷企业的身影。不用灰头土脸“搬砖”、在线上与消费者频频互动、提供更加细致周全的交付服务……作为粤港澳大湾区传统制造业的代表之一,陶瓷企业近几年屡屡打破外界刻板印象,并在数字化、智能化技术的加持下变得越来越“潮”。

迎合消费新需求
从“等客上门”到主动出击

根据《2021中国家居行业洞察白皮书》显示,家居消费者决策链条基本实现线上化,仅35%用户购买链条还未上线。事实上,尽管线上消费对传统的家居建材企业带来较大冲击,但纵观众多行业数据,家居建材市场在过去几年里仍保持着稳定增长的状态。

然而,随着新技术的发展与成熟,尤其是疫情因素的叠加影响,让喊了多年的“往线上去”的家居建材企业惊觉“等客上门”的好日子不复存在,才真正看到未来消费市场升起的地平线——数字化营销。陶瓷行业也不例外。通过大数据的广泛覆盖及准确反馈,进而对产品的研发方向、定价、营销投放人群等系列市场行为进行决策,正在成为更多陶瓷企业在价值链

的更高端实现战略升级的重要举措之一。

蒙娜丽莎佛山的特高板数智化示范车间内,地面用不同色块划分不同功能区域。所有生产设备、智能设施均整齐排列在指定位置上,有条不紊地进行原料精选、检测、均化、配比、球磨、除铁过筛、陈腐均化、喷雾干燥、微机配料与布料、压制成型、辊道干燥,再到施釉、印花……经历数百道工序后,一块漂亮的瓷砖或岩板带着余温缓缓出现在窑内。

数智化转型给陶瓷行业带来的变化有多大?业内人士算了一笔账,前些年的一条陶瓷砖生产线需要用工200—300人,现在国内最先进的陶瓷砖生产线只需约50人即可胜任。窑炉温度、产品检测分级等都能通过智能化控制以实现节能减排。

而实际上,蒙娜丽莎已经实现将整个生产控制系统全部接入智能制造数字中心,通过数字中心即可操控整个车间的设备系统,整个流程全部实行自动化、可视化。该品牌相关负责人向记者提供了一组数据:该系统上线前排产周期7天,系统上线后,排产周期仅需一天,效率提升85.71%;库存周转率从原来的4个月提升到2.5个月,周转率提升37.5%。同时,生产交付得到显著提升,系统上线后生产交付率高达92%,比原来提升37%。至于在人力成本方面,原来每条生产线需要120人,如今每条生产线仅需55人,

人力成本下降54%。过往工人灰头土脸的“搬砖”场景被取代,转而是坐在干净明亮车间内,对着大数据看板实时监控每条生产线、每个工序的生产状况,实行远程调控。

据了解,蒙娜丽莎推行智能制造乃至数字化转型等一系列举措,使得公司的数控装备占有率超过90%、平均装车时间缩短7分钟,单位产品综合能耗降低9.69%。不久前,蒙娜丽莎被评为2022年佛山市一级数字化智能化示范工厂,成为佛山首批数字化转型示范企业。

选材、设计、购买、加工、铺贴到售后
一键数字化交付

对于不少有装修需求的消费者来说,瓷砖的选购和铺贴是一件令人头疼的事情。由于陶瓷半成品的消费属性限制,从家居建材卖场、专卖465店样板间再到家里的应用场景,消费者似乎很难将理想的家居照进现实。陶瓷产品要如何从半成品属性到成品消费品属性的行业跃迁?在近两三年里,成品交付成为了众多企业的破解法门。

“时代在变,产品、文化品位、技术都在变,但人们对美好生活的需求是不变的。”简一集团副总裁胥子毅接受采访时解释此举的初衷,“所以,我们围绕客户对美好生活的需求,在售前、售中、售后构建了工地属地、交付标准可视化,以及有问题直达董事长等有利

于消费者美好家实现的服务升级动作以及节奏,逐步构建数字化交付的全链路。”

据介绍,相较过往,简一的交付服务实现了全流程的可视化,即从运输配送、铺贴过程,到验收交付,实现交付每个环节的在线可视化。用户只要手机登录“简一美好家”小程序,通过“成品交付可视化”功能就能随时随地监督自己家变美的全过程,还可以邀约家人共同参与“在线监工”。

在数智化转型的过程中,身处其中的陶瓷企业也更加深刻洞察到消费者认知的改变。胥子毅提到,“当下,消费者对瓷砖认知不仅仅是单一的装饰材料,更是家庭空间的‘皮肤’,其如何与家具、吊顶、橱柜等搭配以及实际在空间的落地效果细节等都非常关注,‘瓷砖+成品’交付所形成的产品组合越来越受到消费者青睐。”

面对消费趋势的新变化,简一在供应端,需求端以及连接端找准了自身的生态定位。譬如,以自家的0.5毫米密缝连纹铺贴技术为核心,为用户提供从选材、设计、购买、加工、铺贴到售后的一站式成品交付系统,从而解决“设计不合理,空间浪费;进度不透明,耽误工期;铺贴水平低,质量难保;过程没感知,难以监控;服务缺保障,投诉无门”五大瓷砖消费痛点。又或者从单一提供瓷砖材料转变为实现客户美好家服务,再通过用数字平台最终实现成品交付,让用户放心消费。(新快报)

广西加快推动村庄从干净整洁向美丽宜居升级

本报讯 近日,广西壮族自治区农业农村厅、乡村振兴局研究制定了《2022—2023年度全区农村人居环境整治提升村庄清洁行动方案》(以下简称《方案》)。要求各市农业农村厅、乡村振兴局聚焦农民群众最关心、最现实、最急需解决的村庄环境卫生难题,充分激发农民群众“自己的事自己办”的自觉,不断增强农民群众的获得感、幸福感。

《方案》指出,要围绕农村人居环境整治提升五年行动方案,以“清洁村

庄助力乡村振兴”为主题,围绕凝心聚力建设新时代中国特色社会主义壮美广西“1+1+4+3+N”目标任务体系和“立足清、聚焦保、着力改、促进美”12字要求,以“三清一改”为重点,深入开展村庄清洁行动,着力解决村庄环境脏乱差问题,持续改善农村人居环境,加快推动村庄从干净整洁向美丽宜居升级,为乡村全面振兴夯实环境基础。

《方案》明确,以“县级主抓,多方参与”“村为单位,村民主体”“因地制宜,分类实施”“教育引导,培养习惯”

“完善机制,长效运行”为主要原则。针对当前影响农村人居环境的突出问题,广泛宣传,群策群力,集中力量推进农村人居环境整治,掀起农民群众自觉行动、各界积极参与村庄清洁行动的热潮,重点做好“清理农村生活垃圾、清理河道塘沟、清理农业废弃物和改变影响农村人居环境的不良习惯”的“三清一改”工作。

《方案》强调,各地在实施村庄清洁行动中,要及时清运垃圾,禁止随意焚烧垃圾,防止二次污染。各地在完成

“三清一改”规定的基础上,可以围绕《广西农村人居环境整治提升行动方案(2022—2025年)》,结合本地实际,拓宽“三清一改”内容,提升“三清一改”标准。多开展“自选动作”,对基本实现干净整洁有序的村庄,进一步提升标准,建设美丽乡村为重点,加强基础设施建设,加快推进村庄绿化美化,注重乡村风貌引导,增强村庄生态、休闲、教育、文化等多种功能,让村庄从“干净整洁”逐步升级为“美丽宜居”,为乡村全面振兴夯实环境基础。(王新)

打出“组合拳”“连环招”

天津19条措施加快消费恢复提振

日前,《天津市关于促进消费恢复提振的若干措施》(以下简称《若干措施》)正式印发。《若干措施》在深入贯彻落实国家部署要求的基础上,聚焦重点、精准施策,紧紧抓住天津市培育建设国际消费中心城市有利契机,在做好疫情防控基础上探索新的消费规律和特点,加强消费供给,打造更多场景,丰富消费新业态,提升消费市场活跃度,加快消费回补和潜力释放,提振消费信心。

消费是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎,对经济具有持久拉动力,事关保障和改善民生。当前国内消费需求恢复缓慢,有效需求不足已成为经济运行中的主要矛盾。为深入贯彻党中央、国务院决策部署和天津市委、市政府工作要求,市发展改革委、市商务局、市交通运输局、市住房城乡建设委、市文化和旅游局、市工业和信息化局会同有关部门结合天津实际,研究制定了《若干措施》。

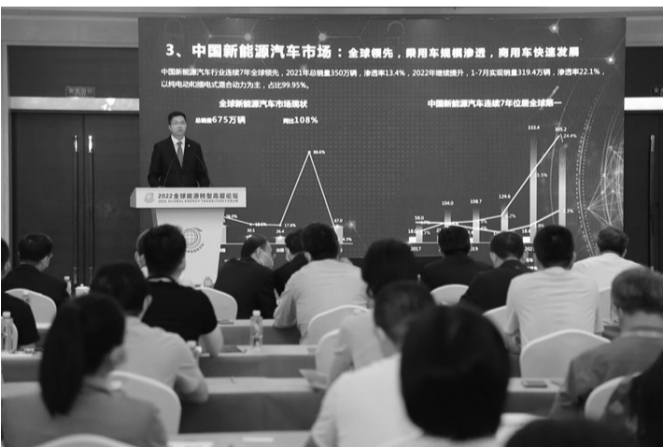
《若干措施》呈现三方面特点:一是聚焦重点领域,精准释放消费潜力。《若干措施》聚焦汽车消费、家电家居消费、住房消费、文旅消费、夜间消费、农村消费、会展消费、新型消费等重点领域,精准施策、靶向发力,提振消费市场信心。二是坚持效果导向,强举措求突破。如针对群众关心的小客车摇号指标问题,《若干措施》中提出定向投放2万个个人小客车专项摇号指标,面向仍在摇号且已累计参加60期以上(含60期)的“未中签”申请人进行配置,进一步激发汽车消费需求。三是坚持因地制宜,突出天津特色。

《若干措施》立足天津市实际,提出结合优势资源构建文旅消费新场景,打响“夜津城”、海河国际消费季品牌,开展振兴老字号行动等具体举措,增强发展活力,推动天津市消费市场繁荣发展。

《若干措施》从9个方面提出了19项具体措施,打出促消费“组合拳”“连环招”,全方位释放天津市消费潜力。在鼓励汽车消费方面,推出了增加个人专项摇号指标、加大新能源车推广应用、搞活二手车市场3项措施。在支持家电家居消费方面,推出了强化家电消费扶持、鼓励开展家电家居促销活动2项措施。在促进住房消费健康发展方面,推出了稳定住房消费1项措施。在拓展文旅消费方面,推出了打造精品旅游线路、强化文旅市场线上线下合作、构建文旅消费新场景3项措施。在繁荣夜间消费方面,推出了打响“夜津城”品牌、丰富夜间活动内涵2项措施。在激活农村消费方面,推出了加快开展消费下乡、推进农产品进城2项措施。在做强会展消费方面,推出了安全有序恢复展会活动、强化展销联动2项措施。在培育新型消费方面,推出了创新消费业态和模式1项措施。在优化消费环境方面,推出了开展消费促进活动、优化消费金融服务、营造放心消费环境3项措施。

下一步,市发展改革委等部门将加强统筹协调、政策联动,推进《若干措施》各项任务落实落细,促进天津市消费市场恢复提振,充分发挥消费对经济发展的基础性作用。

(北方网)



氢能及燃料电池行业是国家高新技术产业代表,行业发展关乎国家产业升级和能源转型大计。为了进一步打造全球领先的氢能产业技术创新高地,支撑北京率先实现“碳达峰、碳中和”目标,9月17日,在“2022全球能源转型高层论坛”上,福田汽车以实际行动践行“双碳”战略,开启商用车氢能新纪元。

竞速新赛道
担当氢能产业“领头羊”

当前,气候变暖、环境污染倒逼全球能源革命,减碳成为全球共识。中国交通运输领域碳排放总量占全国碳排放总量10%,公路交通为主。截至2021年底,我国汽车保有量3.02亿辆,其中,商用车占比约11%,商用车年碳排放量约5.9亿吨,占比56%,其中,中型和轻型货车占比最高。交通领域尤其是商用车行业实现减碳意义重大。

随着国家“双碳”战略的推进,以新能源汽车为代表的零碳产业飞速发展,而作为新能源中最为清洁的能源,氢能产业成为各地追捧的对象,纷纷将之纳入发展规划。

“目前,氢能产业处于初期示范和商业模式探索阶段,我国国家和地方政府均从政策层面支持氢能产业发展,已开启城市群示范运营加速产业发展。北京市先后发布燃料电池汽车和氢能产业规划,明确了发展目标和产业规划。”福田汽车副总裁、智蓝新能源总裁袁志东在主题演讲时指出。国外氢能燃料电池汽车

2022年6月底全国已建成加氢站超270座,我国氢能产业已经初步形成较完整的产业链条,具备一定规模化基础。

在此基础上,福田汽车凭借超前战略眼光和布局,以新能源车为跳板,正加速走向氢能舞台中心。尤其是在氢能商用车方面,福田汽车更是领跑新赛道,已经成为行业绿色发展的先锋力量。有数据显示,截至今年9月,福田汽车已形成丰富的氢能商用车产品体系,累计推广1339辆,累计运行里程2000万公里,验证了不同环境下车辆均能良好稳定运行的可能性。

特别是在2022年北京冬奥会上,福田汽车携以客车为代表的能源全系产品齐上阵,共有1600余辆汽车服务于冬奥会。其中,有1223辆福田欧辉客车为冬奥赛事提供保障服务,包含氢能燃料电池客车515辆,在为本次冬奥会提供保障的氢能大客车中占比高达63%,创下有史以来氢能燃料电池客车服务国际级运动赛事规模最大、车型数量最多的纪录。

十九年厚积薄发
助力我国氢能驶入快车道

今年3月,国家发展改革委、国家能源局联合印发的《氢能产业发展中长期规划(2021—2035年)》进一步明确了我国氢能产业发展方向。随着我国能源消费主体地位得到实质性确认,氢能多样化消费形态有望彻底“激活”,产业发展再迎“加速期”。作为商用车头部企业,福田汽车长

福田汽车积极构建氢能产业生态

以乘用车为主,而中国氢能燃料以商用车为切入点,燃料电池商用车在全球领先。2021年中国建成加氢站数、在营加氢站数、新建加氢站数实现全球三个“第一”,截至

期以来以技术研发为先,不断积累前沿科技保持核心优势,早在2003年投入新能源领域研发,2006年就已抢先布局氢能领域,完成国内首个燃料电池客车及卡车公告。经过十九年潜心研发,福田汽车目前已成熟掌握氢能商用车技术,产品覆盖客车、物流、冷链、环卫、自卸、牵引等全系列车型,并在全国多地投用。

十九年来,福田汽车在新能源领域创造数个业内“第一”,即2006年国内第一款燃料电池客车公告、2015年国内第一款燃料电池货车公告(8t)、率先研发全球第一辆49吨液氢重卡、全球第一辆240千瓦燃料电池重卡;成功实现了国内首批示范运营—参与北京夏季奥运会示范运营,2012年新一代燃料电池城市客车首次服务于北京公交集团、全球首个批量化订单100辆燃料电池客车,2022年冬奥会示范(515辆客车)首次规模化应用,全国首批100辆智蓝氢能冷藏车交付用户等多个批量化运营项目。

同时在氢能核心技术突破上,福田汽车已全面掌握了国内首辆大功率燃料电池发动机、超大容量储氢技术、燃料电池整车集成技术、先进智慧物流技术、分侧均衡能量管理、极寒环境冷启动和热管理等核心技术,引领我国氢能开发和推广应用驶入发展快车道。

此外在产业布局上,福田汽车还以北京为发展中心,优先布局整车发展,逐步布局燃料电池系统、氢系统及电堆,在其它核心零部件、产业生态方面开展合资、合作,逐步提高氢能领域核心竞争力,进一步推动了我国氢能产业提速升级。据悉,在北京氢能产业规划指导下,福田汽车还将坚持与大兴区氢能产业协同,在昌平区打造氢能产业基地,以整

车为牵引,布局五大板块,助力昌平区产业转型升级。

双轮驱动
开启低碳转型能源革命新时代

氢能是中国战略性新兴产业,是实现低碳转型、能源革命的重要载体,是交通领域实现减碳的重要途径。在国家“30·60”战略指引下,燃料电池汽车将逐步进入“技术驱动+规模化”发展的产业化发展阶段。

当前,全球已有30个国家和地区发布氢能发展战略,国家“十四五”战略规划更将氢能列入“前沿科技和产业变革领域”。我国氢能产业已进入快速发展期,催化剂、质子膜、碳纸、膜电极、电堆等多项技术难关也已攻破,新一轮燃料电池商用车产业化浪潮正处于规模化前夕。

“值得一提的是,福田汽车燃料电池产品示范运营已取得阶段性丰硕成果,首个示范年度销售962辆,第二年度计划销售1000—1200辆,将在京津冀探索更多中长途示范运营线路,同时立足京津冀,拓展全国市场。”袁志东表示,福田汽车作为商用车龙头企业,将继续积极践行“双碳”战略,与产业链合作伙伴一道,共同构建氢能产业生态,开启新能源和氢能发展新时代,共创绿色、美好物生活。

(苏明悦)

