

打破高压变频器市场长期被洋品牌占据的局面，向电力电子行业挺进——

中信重工成功“跨界”转型

本报记者 刘瑾



近日，中信重工机械股份有限公司举行发布会，正式发布其自主研发、具有独立知识产权的CHIC1000、CHIC2000系列重载型工业专用高压变频器。这一创新打破了国内高压大功率变频器市场长期被洋品牌占据的局面，也标志着这个老国企成功实现由传统机械制造领域向电力电子行业的“跨界”转型。

变频产业是嫁接重型装备和生产工艺的桥梁，也是实现工业自动化、信息化的重要媒介。“我们不仅仅只是生产变频器。”中信重工总经理俞章法告诉《经济日报》记者，通过变频器生产，中信重工打通了产业链，实现了工艺设计、装备制造、控制系统的全覆盖，公司由此开启机械制造驱动向控制驱动的转变。

目前国内变频器市场上，ABB、西门子等国际传动巨头的占有率约七

成，我国大部分相关企业成立时间不长，产品的成熟度和品牌知名度很难与国际知名品牌抗衡。

俞章法表示，切入这个市场，是公司紧盯市场及国家产业政策，拓展产品延伸业务的结果。

以战略转型推进战略升级、以创新驱动引领持续发展的中信重工，在打造中国经济“升级版”中，主动肩负起国家高端大功率变频器国产化的战略使命，以高端人才团队为支撑，依托企业现有的工艺、装备和控制一体化综合优势，组建传动研究院，进行高性能、高可靠性高低压变频器的研发与中试。

2012年底，中信重工副总经理张其生带领四五十人的团队主攻高压变频器的研发。“大型装备的制造在我们手里，却总在变频控制系统受制于人，为什么我们不自己做呢？”张其生感慨地说。

在集团公司的大力支持下，变频器研发工作不断取得新突破。2013年4月，经过14项实验的严密验证，中

信重工的CHIC1000系列高压变频器顺利通过国家电控配电设备质量监督检验中心的型式试验，各项性能指标均达到或优于国家标准。值得一提的是，该系列产品的调速比高达5000:1，远高于国内同行的100:1，其快速启动和制动特性、超低速运转特性、堵转功能、空中悬停功能等填补了国内空白。在此基础上，2014年5月，中信重工的CHIC2000系列产品通过C-TICK认证（澳大利亚）。截至目前，中信重工研发出的各系列和不同电压等级的产品，广泛应用于煤炭、矿山、冶金、有色、电力等领域。

山西紫金矿业是运用CHIC1000矿井提升机专用高压变频器的首家客户，该公司负责人表示，投用一年来，整机运行稳定、安全高效，效果令人满意。

俞章法说，目前中信重工变频器已经在豫光金铅半自磨机、平煤干熄焦风机、唐山六九水泥线风机上成功投用，并出口大洋洲、亚洲和东欧等地区。

在快速推进变频技术集成创新研发

的同时，中信重工还大力推进高端大功率变频器的产业化发展，公司全新规划建设了现代化的变频器生产基地。

近日，在位于洛阳伊滨区的变频器专业化生产基地车间，记者看到，该车间从产品原材料的采购到生产、测试、物流等各环节都与国际接轨。筹建中的变频传动实验室，从硬件、软件等各方面确保变频产品的高稳定性和高可靠性。

资料显示，中国变频器市场正处于一个高速增长期，变频器在纺织机械、空调、电梯、冶金等行业应用广泛。预计今后5年内，变频器市场需求将保持10%以上的增长，我国变频器总的潜在市场空间为1200亿元至1800亿元。有专家表示，未来几年甚至更长时间，中国经济深度转型和提质增效的发展趋势，将为变频器市场提供更广阔的空间。

可以预见，众多领域借力变频技术、实现转型升级，将为拥有高端变频技术的中信重工提供转型升级、跨界发展的重大市场机遇。



江苏物价局表示——

奔驰汽车属纵向价格垄断

据新华社南京8月17日电（记者刘巍巍）记者17日从江苏省物价局获悉，该局对奔驰汽车的垄断调查已经掌握相关证据，其对下游售后市场的零部件价格以及维护保养价格进行控制，为典型的纵向价格垄断。数据显示，奔驰C级零整比高达1273%，相当于一辆奔驰车零部件能购买12辆整车。

针对多家跨国汽车巨头的反垄断调查正在全国进行，江苏省物价局受国家发改委指定，负责奔驰汽车垄断案调查工作。负责该项工作的江苏省物价局反价格垄断分局局长周高介绍，7月下旬起，江苏对苏州、无锡、淮安、扬州、丹阳5市的奔驰经销商开展突击检查，并调查了上海奔驰东区总部、大连中升之星汽车销售公司总部，掌握了奔驰价格垄断的相关证据，案件取得重要突破。

“奔驰案是典型的纵向价格垄断，即利用自身主导地位，对下游售后市场的零部件价格以及维护保养价格进行控制。”周高说，许多进口车的整车售价远高于海外数倍甚至十几倍。尤其是零部件遭整车生产厂大幅加价，是极不正常的现象。

一辆车所有配件的价格之和与整车售价的比值形成了“零整比”指标，反映着汽车的维修成本。据中国汽车维修协会4月披露，奔驰C级的零整比竟高达1273%，这就意味着一辆奔驰C级轿车拆了卖零件的钱，够买12辆整车。

新名片“白云鄂博”获准使用

包钢稀土完成商标海外注册

据新华社呼和浩特8月17日专电（记者于嘉）记者17日从内蒙古包钢稀土(集团)高科技股份有限公司获悉，包钢稀土“白云鄂博”商标目前已在欧盟、美国、日本、澳大利亚、韩国完成注册，获准使用。

作为我国最大的稀土生产、科研、贸易基地，包钢稀土生产的稀土产品畅销国内，还远销美国、日本、韩国等30多个国家和地区，出口量位居全国稀土企业之首。世界重要的稀土资源地名字——“白云鄂博”日渐成为包钢稀土的新名片。

2012年，包钢稀土对“白云鄂博”商标进行重新设计，启动“白云鄂博”商标的海外注册。

我国是全球最大的稀土资源国和生产国、供应国，长期供应着全球90%以上的稀土产品。

本版编辑 陈艳 梁剑箫

精准定位品牌个性 创新品牌营销模式

中国重汽变销“产品”为卖“方案”



本报讯 记者管斌报道：日前，中国重汽发布“豪沃”、“豪瀚”两个品牌形象标准，重新布局营销网络。今年上半年，中国重汽整车销售同比增长19%，主要经营指标同比均实现增长。中国重汽集团党委副书记韦志海对记者说：“在市场营销和品牌推广上，我们融入创新思想，通过对品牌个性的精准定位和推广传播，提升重汽品牌对用户的吸引力和感

召力，增强品牌竞争力。”

在上季度上海国际固体废物、清洁专用设备与技术展览会暨上海园林机械装备与技术展览会上，中国重汽T5G产品大放异彩，5平台产品成功导入上海环卫市场。中国重汽销售部根据城市管理部门对治理城市渣土车扬尘、抛洒滴漏、超载超速、乱跑乱倒等需求，推出5款新型城市渣土车，分别投放到北

京、上海、长沙、石家庄、太原、郑州、沈阳等城市。销售部采用项目跟踪制，由专人负责，制作了城市渣土自卸车宣传图册，召开不同形式的区域推介会，组织分公司积极推进与当地渣土车管理部门、渣土车运输公司、用车司机之间的沟通互动。目前，各地已实现近百辆新型城市渣土车的销售。

为更好地服务用户、实现产品销售，中国重汽转变营销思路，将销“产品”转变为卖“用车解决方案”。对营销人员提出了更高的要求，在充分了解客户对车辆的诉求、使用工况、运送物品种类等信息后，在系列产品丰富

的车辆配置中选择和推荐最优配置给用户，保证用户买到最适合的车辆，同时为用户制定从购车用车到售后服务完整的解决方案，全方位保障客户利益，使客户获得最大收益。

2014年，中国重汽根据不同产品和区域特点制订营销方案，相继开展了石家庄地区豪瀚品牌“六省运煤专线服务保障，豪瀚用户关爱活动”，南京地区渣土车“重振行动”，石家庄和山西地区豪瀚8×4轻量化自卸车“导入行动”等一系列活动，为新产品导入和重点区域突破开了好头，为下一步行动打下坚实基础。

ACTIF 第六届中国国际影视动漫版权保护和贸易博览会
The 6th China International Animation Copyright Fair

www.actifchina.com

漫博会官网

官方微信

动漫有我 欢乐无限

2014年8月21-25日

东莞国际会展中心
松山湖创意公园

打造国际动漫产业全优对接平台 中国影响力一流的玩具礼品交易平台 中国动漫产业发展的“晴雨表”

主办单位：国家新闻出版广电总局（国家版权局）、广东省人民政府
承办单位：东莞市人民政府、广东省文化厅、广东省新闻出版广电局（版权局）、广东广播电视台
执行单位：东莞松山湖高新区管委会
咨询电话：0769-82822000 东莞会展中心