

掌握核心技术 打破国外垄断

民用航空轮胎成功实现国产化

本报讯 记者刘成报道:青岛森麒麟轮胎股份有限公司近日在青岛发布首批由中国企业自行研制、具有完全自主知识产权的国产航空轮胎。该项目打破了民用航空轮胎长期被国外品牌垄断的局面,实现了我国民用航空轮胎制造领域“零”的突破。

航空轮胎就如飞机的双脚,是飞机起飞、降落和滑行过程中唯一接地的部件,对制造技术和工艺有着近乎苛刻的要求,一向被视为轮胎制造行业“皇冠上的明珠”。据中国民航局行业发展统计公报,我国民用航空飞机数量去年已达

2950架,但使用的却是米其林、固特异等国外品牌轮胎。

7年磨一剑,坐落在青岛即墨的民营轮胎企业森麒麟集团,突破了我国在民用航空轮胎领域落后被动的局面。据公司副总经理盛保信介绍,森麒麟航空轮胎项目于2010年立项,组建了一支囊括国内外53名航空轮胎领域资深专家的技术研发团队;2012年,森麒麟首条航空轮胎通过中国民航局技术标准CT-SO-C62e全部测试,标志着研发取得成功;去年11月30日,森麒麟研制的新一代波音737NG飞机轮胎在烟台蓬莱机

场试飞成功;去年12月,森麒麟取得中国民航局颁发的重要改装设计批准书(MDA),成为国内唯一取得该证书的民营企业,标志着森麒麟具备了航空轮胎装机使用资格,成为全球少数几个掌握航空轮胎核心技术的企业。

此次森麒麟发布的首批民用航空轮胎,主要为4种型号的斜交航空胎,适用于波音737NG、波音737CLASSIC两种机型。盛保信表示,森麒麟生产的每一条航空轮胎都经过了最严格的测试,除了物理性能试验、气密性能、水压爆破实验等静态测试项目外,还有模拟飞机最

极限使用条件下的61次动态模拟试验,保证了产品的安全性能。

“我们的目标是成为全球知名民航轮胎供应商。”森麒麟总经理林奕龙表示,除波音系列轮胎外,森麒麟也将空客系列轮胎、国产飞机轮胎、通用航空轮胎纳入产品研发规划。下一步,森麒麟将推动航空轮胎进入量产和产业化阶段,计划投资3亿元建成总面积约3万平方米的航空轮胎智能工厂,年产能15万条,预计可新增销售收入15亿元。届时,青岛森麒麟将成为国内最大、最先进的航空轮胎科研生产基地。

互联网催生新型电商匠人

本报记者 马洪超

在近日举办的主题为“以匠心 致未来”的首届中国匠人大会上,首份《中国匠人电商生态观察》报告正式发布。报告显示,越来越多的青年群体展现出对传统手工艺的认同,并将其作为职业选择。

这份《中国匠人电商生态观察》基于中国最大的匠人手工艺品电商平台“东家”的数据分析。目前,该平台汇聚了4000多名顶尖匠人,其中包括国内外顶级手工艺大师和年轻匠人群体。调查中,“80后”、“90后”手工艺从业者占比达六成,所调查的作品覆盖茶器、首饰、服装、文玩、家居、古法食品等全品类手工艺制品。调查显示,青年群体越来越表现出对传统手工艺的认同,很多人把从事传统手工艺品制作和技艺传承作为职业选择。这些年轻匠人群体普遍具有国际视野,在设计思维上更加新锐、大胆,敢于创新和求变。相对于传统匠人,他们更愿意借助团队力量完成作品设计和制作。同时,实用器物在他们作品中所占比重颇高。

中国手艺发展研究中心主任、“东家”联合创始人赵普介绍,互联网催生出一批新型电商化匠人,同时互联网化生产与销售方式让传统手工艺焕发了新的生机,成为电商匠人集中的新一线文化城市。

报告显示,除了北上广深这些一线城市仍是匠人聚集地外,更多过去并非文化一线城市的地域近几年释放出了惊人的活力,不少新锐设计师和文创品牌正在中国传统手工艺发源地聚集。其中,盛产瓷器的景德镇、宜兴、南平,盛产木雕的莆田等地均入选新一线文化城市。这些传统产区拥有丰富的原料资源和相对成熟的产业链条,人才优势也是其中重要原因。在这些传统手工艺发源地,不少创新的电商玩法不断出现,押客、众筹、拍卖、直播等玩法直接带动了匠人作品销量的提升。

匠人电商化的兴起,带动了更多的个性化生活方式。报告显示,穿汉服、玩手串、抄经、品茗成为新一代消费者的生活方式,吊坠、品茗杯、摆件、手串、茶壶、玉器、篆刻、手链、黑茶则入选兴趣类购买商品排行榜前列。同时,消费者倾向呈现出有趣的地域特征,四川人喜欢乌龙茶,浙江人爱好篆刻作品,北京人更喜欢创意文玩,广东人则对调味品青睐有加。

传统豆制品走向国际化

本报记者 常理

近日,第38届CAC(国际食品法典委员会)大会发布了《非发酵豆制品》标准,该标准是我国制定的第一个法典委员会商品标准,由中国商业联合会提出并全程组织完成。

据悉,该标准于2002年在食品法典委员会亚洲协调会上首次提出,2005年在CAC大会得到批准。在10多年的制定过程中,得到国内食品法典委员会牵头部门卫生部和农业部的指导,国内众多企业、行业协会共同参与技术指标的研究,全面履行CAC标准制定程序,与10多个CAC成员国成立电子工作组和实体工作组,反复修改文本,最终在第19届CAC亚洲协调会上完成了该标准的实质性审查,并在第38次会议上正式批准发布。

中国商业联合会会长姜明说,该标准覆盖豆浆、豆腐、豆腐干和腐竹4种产品,都是我国传统豆制品。该标准的实施,为中国制造“走出去”奠定了基础,搭建了平台,创造了机遇,提升了地位,增加了话语权。同时,引导我国传统产业积极利用国际标准开拓国际市场。

姜明说,我国是大豆主要生产国和加工国,食用豆制品有上千年历史,是中国饮食文化中具有代表性的食品。豆制品富含植物蛋白,具有低脂肪、低热量的优点,其营养价值符合现代消费者的健康原则。该标准的发布将提升我国豆制品的国际知名度,更好地为全球市场提供优质食物来源,也将促进我国大豆产业深加工和国际化发展。

此外,该标准的发布将有利于推动豆制品国际贸易。目前,我国豆制品形成了许多独特的加工工艺和上百种产品。随着我国豆制品加工技术进步,以及冷链运输的应用,国际贸易也在迅速增长。同时,该标准将有助于降低国际贸易中的技术壁垒,寻求新的增长点,扩大出口贸易。

禽肉食品安全合作项目获进展

本报讯 记者许红洲、实习生毕悦报道:世界自然基金会、希悦尔公司和中国连锁经营协会日前宣布,三方联手、历时3年的中国禽肉食品安全合作项目取得了阶段性成果。通过与包括加工商、零售商和政府机构在内的各方沟通合作,共同推动改善禽肉供应链,可以改善食品安全和减少食物浪费,降低禽肉生产对生态环境造成的影响。

“食品安全质量问题和供应链管理效率密不可分。从养殖场到消费端,不论是公共机构、企业还是消费者,每一个主体都有责任提升食品安全,减少食物浪费。这不仅是为保护资源 and 环境,也是为了降低交叉污染以及传染病爆发风险。”希悦尔可持续发展及企业社会责任区域总监彭智伟说。据介绍,中国消费者购买的鸡肉80%是无包装的,导致禽肉变质浪费比例高达15%。在北美和欧洲市场,通过升级分销和零售程序,浪费比例可控制在6%。

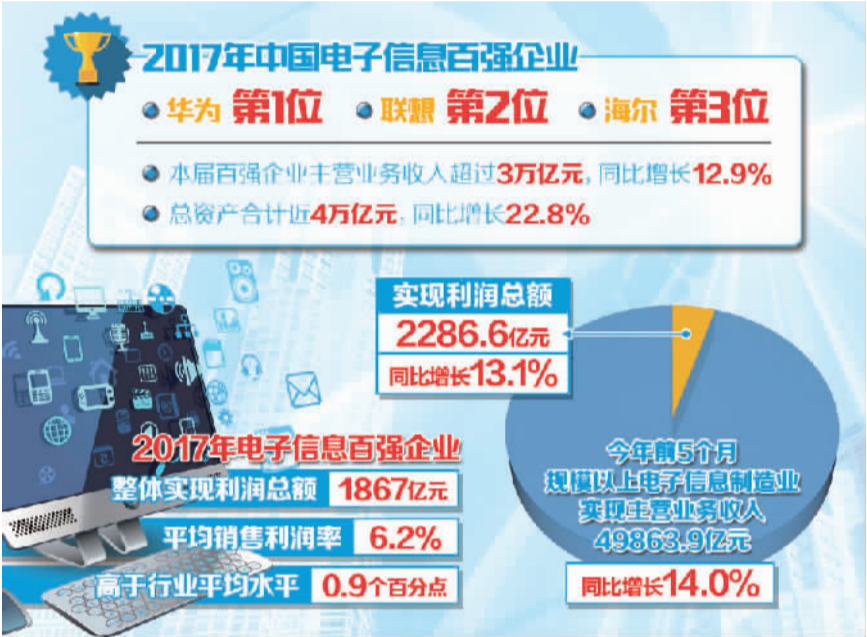
为此,各合作方共同制定了详细规定食品安全实践及程序的《管理实践规范指南》,力求减少禽肉供应链各环节污染和损坏所带来的产品损耗。“从零售业到消费者,都会从禽肉供应链的不断改善中受益。一是可以为消费者提供更加安全、放心的禽肉产品,二是将减少浪费和对环境的负面影响,三是协同合作将为各方带来利益。”中国连锁经营协会可持续消费推进部主任王文华说。

本版编辑 李 景

总资产近4万亿元,同比增长22.8%——

电子信息百强企业成为行业风向标

经济日报·中国经济网记者 黄鑫



透视

电子信息产业是全球研发投入最集中、创新最活跃、应用最广泛、辐射带动作用最大的技术创新领域,是全球技术创新的竞争高地。我国的电子信息产业近年来蓬勃发展,在集成电路、显示面板等领域不断夯实基础,大数据、云计算等新兴领域加快成长,电子信息百强企业已经成为行业转型升级、由大变强的重要引领力量和风向标——

工信部7月21日公布了2017年(第三十一届)中国电子信息百强企业名单,华为、联想和海尔分列前三名。本届百强企业主营业务收入超过3万亿元,同比增长12.9%;总资产合计近4万亿元,同比增长22.8%。

工信部电子信息司司长刁石京表示,“在PC时代和互联网,我国始终处于模仿跟踪阶段。但在移动互联网阶段,中国正在实现超越。以华为为代表的一批智能终端企业快速崛起,在智能可穿戴产品、智能无人机等领域,也已经出现世界领先的龙头企业”。

龙头企业引领行业

“近年来,我国电子信息产业蓬勃发展,在集成电路、显示面板等领域不断夯实基础,大数据、云计算等新兴领域加快成长,涌现出一批规模效益突出、技术水平先进的大型龙头企业。这些企业,尤其是每年评选出的电子信息百强企业已经成为行业转型升级、由大变强的重要引领力量,成为反映我国电子信息产业未来发展趋势的重要风向标。”中国电子信息行业联合会常务副会长曲维枝说。

据中国电子信息行业联合会副会长兼秘书长周子学介绍,新一届电子信息百强企业不仅整体规模继续扩大,实现利润总额1867亿元,平均销售利润率为6.2%,高于行业平均水平0.9个百分点。“信息技术创新成果不断跨界融合,产业生态体系日益成为全球产业竞争的焦点。”刁石京指出,电子信息百强企业要发挥龙头企业在协作引领、产品辐射、技术示范、知识输出和营销网络等

方面的核心作用,通过专业分工、服务外包、订单生产等方式,加强与上下游产业链中小企业的信息交流、协作配套,带动中小企业朝规模化、专业化、高端化方向发展,构建具有全球竞争优势的产业生态体系。

电子信息百强企业研发投入不断加强。据周子学介绍,本届百强企业研发投入合计1890亿元,同比增长19.6%,平均研发投入强度达到6.3%,比上届提高0.4个百分点。百强企业专利总量30.7万件,比上届增加4.2万件;其中发明专利18.9万件,占比超过60%。

积极布局智能终端

智能信息产业的蓬勃兴起,带动了以智能手机为代表的智能终端产业创新,且十分活跃,智能可穿戴、虚拟现实、智能健康、智能机器人等智能硬件领域孕育着新的突破。据信通院预测,2020年全球消费市场智能硬件市场规模将超过百亿台,市场规模可达万亿元。

据周子学介绍,电子信息百强企业正加快布局智能制造和“互联网+”,积极助力“大众创业、万众创新”,全面推行绿色制造,不断强化质量品牌建设,产生了良好的社会效益和影响力。

在推行“中国制造2025”方面,电子信息百强企业积极布局智能制造,不断深化融合发展,华为、中兴、海尔、比亚迪等企业投资建立智能工厂,浪潮、紫光等与传统制造业企业紧密合作,力求在“工业4.0”时代掌握新的竞争优势。

在推行“互联网+”和扩大信息消费方面,电子信息百强企业贡献突出,产品

和服务全面走向网络化和智能化,国产高端智能手机、智能电视不断涌现,市场渗透率持续提高;智能手表、智能眼镜、虚拟现实设备和智能家居等新兴产品加快成长。在推动“大众创业、万众创新”方面,海尔、海信、TCL等充分发挥了大企业引领作用,整合产学研用资源,为“双创”提供平台和基地。

“智能终端产业潜力巨大,需要产业界、学术界以及资本和社会各界的结合,共商产品发展和技术突破大局,在现有基础上实现我国智能终端产业飞跃,为电子信息产业发展助力。”刁石京说。

引领产业创新发展

工信部最新数据显示,今年上半年,

链接

联想全面部署人工智能战略

本报讯 记者黄鑫、实习生曹曼庭报道:在联想集团近日举行的第三届全球创新科技大会上,联想集团董事长兼CEO杨元庆表示,在即将来临的人工智能时代,联想要做这一轮“智能变革”的推动者和赋能者,并通过“设备+云”与“基础设施+云”赋能产业和行业。

“设备+云”就是让手机、电脑等智能设备通过云,连接到云内容、云应用和云服务,为用户提供智能服务;“基础设施+云”是通过打造软件定义的数据中心,实现IT基础设施的智能化,满足不同类型企业对计算力的差异化需求,并

在此基础上提供垂直行业解决方案,帮助各行各业的智能化转型。

此外,联想还展示了一系列针对不同用户和使用场景的创新技术和人工智能应用,包括全球首款拥有视觉识别功能的智能音箱、联想自主研发的混合现实智能眼镜晨星、可实现“刷脸”查看手机信息的虚拟智能助手咪哇、联想服务机器人、智能心电图衣等。在大会上,联想与京东启动了大数据战略合作,双方将共同打造人工智能大数据平台。同时,联想还将与蔚来汽车联合开发智能汽车计算平台。

餐饮业迎来多元化发展

本报记者 王轶辰 实习生 曹曼庭

近日,由绿橄榄餐创机构主办的“北京绿橄榄餐创高峰论坛”举行。业内人士普遍认为,餐饮行业已经迎来了多元化时代,业态层出不穷、快速迭代,创业者只有不断创新才能保持竞争力,“小而美”正在成为餐饮行业发展的新趋势和新时尚。

数据显示,2016年中国餐饮市场规模突破3.5万亿元,餐饮行业在竞争加剧的同时,大品牌发展势头不如中小品牌。此外,主打线上消费的外卖餐饮品牌、O2O平台、餐饮管理服务商及美食新媒体等不断涌现,运营方式也日趋多样。目前,餐饮企业数量呈快速增长态势

势,大量新兴品牌出现,爆款产品不断更新,细分市场越发专业。例如,外卖平台沙拉订单量占比从2016年的1%跃升到现在的5%。沙拉已经逐渐变成人们日常的正餐选择之一。

绿橄榄创始人李斌认为,餐饮业消费升级满足的是情感需求,互联网技术的高度应用,改变了餐饮行业的发展方式。O2O崛起为不同规模餐饮机构提供了以流量为主的支持,有效带动了餐饮行业整体增收。现在,餐饮业已经呈现出智能化发展趋势,从运营、推广到供应链、生产等各个环节,都变得更科学高效。

新技术运用以及消费群体的需求为

行业带来了发展新机遇。菜品从过去的“大而全”转向“小而美”的饮食特征。此外,差异化服务定位满足了越来越多食客的个性化需求。调查显示,在餐饮消费中,年轻人对大品牌没有明显偏好,中小餐饮品牌却对年轻人有很强的吸引力。略显浮夸的色彩搭配,耳目一新的菜品设计,甚至是餐厅的整体装潢设计,都可能成为吸引顾客的原因。

值得注意的是,虽然面对不断被挖掘的市场潜力,越来越多的人参与到餐饮行业中来,但是成功者寥寥,从业者缺乏相关方式管理经验是失败的重要原因。“餐饮不仅仅是好吃这么简单,绿

橄榄餐创辅导就是要解决餐创领域的这一痛点。”李斌说。据《经济日报》记者了解,绿橄榄餐创辅导可以系统性地为创业者提供培训,从门店管理、装潢等各个环节全面讲解,让创业者可以快速上手,成为一名合格的店长。此外,绿橄榄还将传授爆款产品的制作,帮助创业者快速打开市场。

中国烹饪协会副会长高炳义表示,餐饮企业应注重餐厅的品牌文化建设,做好产品与服务,强化个性与风格,积极参与市场竞争。餐饮企业不应过于追求单一和理想模式而裹足不前,应该贴近市场,抓住根本,注重创新,敢于创新。