

壮丽70年 奋斗新时代·走一线看企业

新飞展翅 康佳振兴

经济日报·中国经济网记者 周雷

不久前，河南新飞制冷器具有限公司(以下简称“新飞电器”)的广告在央视黄金时段亮相，一句“新飞广告做得好，不如新飞除菌冰箱好”唤起了众多消费者尘封已久的记忆。

用时尚潮品再度诠释经典广告词，展示了新飞电器紧跟时代步伐的奋进姿态，更彰显了母公司康佳集团全力振兴民族品牌的担当作为。

新飞焕发新活力

位于河南新乡的新飞工厂一派繁忙景象。生产线上，工人们紧张有序地进行着家电产品装配工作。货场上，即将发往全国各地客户门店的冰箱、冷柜、洗衣机等产品整齐码放着。

“今年3月，我们的日发货量最高突破1.5万台。近期销售再创新高，预计6月份销售规模是3月份的两倍。”河南新飞制冷器具有限公司总经理吕剑表示。

新飞电器成立于1984年，主营业务为冰箱等白色家电，巅峰时曾经是国内冷柜的第二大品牌和国产冰箱四大品牌之一。后来，企业一度出现经营问题濒临绝境。2018年6月29日，康佳集团以4.55亿元成功竞购新飞电器旗下3家公司100%的股权。新飞电器由此迎来重大转机。

在康佳的大力支持下，新飞电器实现当年复产、当年盈利；2019年一季度，新飞电器完成销售规模爬坡，实现“开门红”。

新飞电器的强势回归显示，这家老牌企业已经重新步入正轨。在产品技术方面，新飞电器相继推出物联网生态冰箱、AI智能科技系列等多款新品，河南新飞制冷器具有限公司实验检测中心获得中国合格评定国家认可委员会的认可证书；在研发方面，公司前几年投入资金几乎为零，今年预计研发费用占销售额的7.5%；在品牌方面，今年4月底，新飞电器与新乡市政府就“新飞”部分商标所有权归属签署协议，“新飞”系列商标将由新飞电器统一管理，从而为新飞品牌再度腾飞奠定了坚实基础。

“大家都憋着一股劲，只为实现心中那个新飞梦。”河南新飞制冷器具有限公司研发总监张宏伟表示，正是有着浓厚的“新飞情结”，很多业务骨干又回来了。“未来，我们要着重做好两方面工作，其一是继续坚守产品质量，其二是不断创新，重点发力除菌保鲜技术、节能技术、智能技术等，打发展新局面。”张宏伟说。

康佳方面也表示，新飞电器齐全的产品线序列、较高的行业知名度以及在品牌价值、研发能力、产能设备、人才队伍等方面宝贵的宝贵资产，均为康佳所看重。并购后的新飞电器继续保持相对独立的运营。目前，新飞电器拥有900多名员工，除康佳总部派来的18人，其余均为“原班人马”。

“重整新飞电器只能成功，不能失败，这不仅事关康佳白电业务发展战略，更是我们对新乡人民以及新飞人的郑重承诺。”康佳集团总裁周彬表示。

按照康佳的计划，从2019年开始，未来3年，新飞电器将努力实现“3个亿”目标，即研发投入1亿元、品牌再造

右图 重新出发的新飞推出了冰箱、冷柜、洗衣机等一系列产品。
下图 康佳集团办公大楼外景。
(资料图片)



投入1亿元、智能制造改造再投入1亿元，力争3年内重回一线品牌阵营。

振兴发展大棋局

数据显示，2018年康佳白电业务(包括新飞电器)规模增长22.46%，今年一季度白电业务销售收入逾10亿元，同比增长约47%。

在周彬看来，启动“康佳白电+新飞电器”双品牌运作、多品类协同的运营模式，对于迅速扩大康佳在白电领域的产业规模，提升盈利能力及市场竞争力具有巨大推动作用，而且也有利于借助智能冰箱这一未来用户入口开展智慧家庭生态布局。其中，新飞“振翅”既是康佳壮大白电业务的关键一步，也是这家传统彩电巨头振兴发展大棋局的重要落子。

作为我国改革开放后第一家中外合资电子企业，康佳素以彩电业务见长。不过近年来，康佳也与很多传统制造企业一样面临爬坡过坎的严峻考验。

2018年，康佳推出转型升级战略，明确“以科技创新为驱动的平台型公司”的核心定位，坚持“科技+产业+园区”的发展方向和“硬件+软件、终端+用户、科

技+投控”的发展模式，以消费电子业务为基础，逐步向战略性新兴产业升级、向产业链地产业务拓展、向互联网及供应链服务业延伸，全力构建四大业务群协同发展新格局，开启了迈向千亿元营收新征程。

为突破同质化竞争“红海”，康佳坚定不移地改造提升家电业务，加速向价值链高端迈进。在标准先行方面，康佳积极参与中国家电协会牵头的云云互联互通标准制定工作，率先研发出基于该标准的APP——物联网云平台KiLink。该平台具备跨厂商、跨平台的操作和信息交互能力，将助力康佳从智能产品向智慧家庭生态场景延伸。

与此同时，康佳还积极拓展产业新赛道，重点发展业务前景广阔的战略性新兴产业。截至目前，康佳新布局的水务治理、再生资源回收再利用以及新材料等环保业务营业收入均保持高速增长，环保业务已中标多个PPP项目，订单总额累计达178亿元。

创新是引领发展的第一动力。近年来，康佳集团不断加大研发投入力度。2018年，康佳研发投入同比增长68%，目前已拥有具有自主知识产权的“8K解码芯片”，并推出OLED电视、AI人脸识别电视、“K极鲜”保鲜冰箱等产品。今年，

康佳将进一步加大研发力度，强化研发队伍建设，重点聚焦Micro LED、新材料、物联网、半导体等前沿技术领域布局，努力实现在关键技术上的创新与突破。

资料显示，今年以来，康佳参与的《数字电视广播系统与核心芯片的国产化》项目获得国家科技进步二等奖，主导研发的《电冰箱食品品质管理的关键技术研究及应用》项目获得2018年度中国轻工业联合会科学技术进步奖。

得益于企业强大的创新能力，康佳在彩电业整体低迷的情况下实现逆势上扬。公告显示，2018年，康佳实现营业收入461.27亿元，同比增长47.71%，归属上市公司股东的净利润为4.11亿元。2019年一季度，康佳实现营业收入108亿元，同比增长38.58%。

“世界正面临着百年未有的大变局，变局中危和机同生并存，这也给我们的跨越腾飞带来了重大机遇。”周彬表示，“未来3年，康佳要坚决完成收入翻两番的目标。目前，康佳已经构建起可以应对未来挑战与各种考验的产业布局和战略体系。我们要以不变的初心、变革的力量、奋斗的姿态全面推进集团跨越式发展，实现康佳振兴，续写品牌传奇”。

三只松鼠“啃”零食

本报记者 周明阳

范围已经从坚果拓展到干果、休闲零食等更多品类。

“三只松鼠”自建了中央品控云平台和中创食品检测有限公司，通过检验检测倒逼上游生产商提升产品品质，以用户评价为指针调整产品结构，从而在提高行业整体运行效率的基础上更好地满足消费者的需求。”“三只松鼠”行政总经理潘道伟说。

在“三只松鼠”中央品控云平台前，记者看到，8块巨大的屏幕上实时数据正在不断滚动，产品好评率、合作伙伴质量指数、物流配送质量指数、差评解决率等数以亿计的信息在这里汇总、分析，形成可执行的指令，并分发到供应商、物流、分装车间等各个环节……与其说这里是一家零食企业，不如说它更像是一家数据管理公司。

此外，“三只松鼠”还进一步深耕供应链，与第三方检测认证机构ITS、全球

最大的香精香料企业奇华顿、特种植物油脂生产商AAK等公司建立了战略合作关系，从而完善了食品生产的“基础设施”建设。凭借这一系列举措，“三只松鼠”打通了产品的整条供应链，全面参与研发和生产，形成了独特的“造货”模式。

“举例来说，‘三只松鼠’如果要推出一款面包产品，可以与供应商一起成立一个项目，为面包的研发、工艺、配方、品控等环节制定标准，然后由供应链去执行。依托这个研发平台，‘三只松鼠’面包里会有益海嘉里的面粉，AAK的油脂，还有奇华顿的香精香料。”潘道伟说。

今年，三只松鼠数字化战略再升级，通过对数据的挖掘整合，打造柔性供应链，向数字化供应链平台企业迈进，力图以更高的效率、更优的品质和个性化的产品“重新定义”零食。“以数字化为驱动，实现供应链前置和组织的高效率，这是‘三只松鼠’的发展战略。”章燎原说。

“三只松鼠”将在数字化道路上继续前行。

今年，“三只松鼠”投资数千万元打造了“松鼠云造”系统。该系统将在两方面实现提升，一是通过该系统尽量缩短产品从工厂到消费者的距离，把时间压缩到20天。换句话说，消费者买到的产品是在20天内生产的，未来他们还打算进一步缩小时间区间，为消费者提供更新鲜的产品；二是打通各相关部门与供应商之间的业务数据，通过大数据对原材料、生产、包装、仓储、物流、销售等整条供应链进行统筹和监督，以更高效的资源配置实现快速响应的柔性供应链，满足消费者的个性化需求。

“三只松鼠”还有一个更大的梦想——以柔性供应链推动新制造，引领新消费。”章燎原说：“我们不是零食企业，而是一家基于数据驱动的供应链平台企业。因此，‘三只松鼠’的未来才刚刚开始。”

作为我国领先的电信软件和信息服务提供商，亚信科技控股有限公司如何布局5G备受业界关注。近日，亚信科技举办的一场5G战略及系列产品发布会揭晓了答案。

“全域虚拟化、全域智能化和全域可感知是亚信科技5G战略的核心。”亚信科技控股有限公司首席技术官欧阳晔介绍，“全域虚拟化”是指帮助运营商在网络体系内实现网络和业务功能上的自动化和虚拟化；“全域智能化”是帮助运营商在通信生态系统内向各垂直生态输出统一的能力；“全域可感知”则以优化提升运营商的消费者用户和垂直行业用户在网络业务层面的感知与体验为目的。

资料显示，亚信科技从2016年起就针对5G业务模式和场景启动了新一代业务支撑系统的规划和预研工作，并在5G网络智能化、人工智能、平台支撑、大数据、场景计费等领域取得突破性进展。

近几年，亚信科技又发布了5G网络智能化产品战略及规划，搭建起系列产品原型，包括客户体验管理产品、网络虚拟化产品、网络智能分析产品等。目前，公司已与三大电信运营商及所属研究机构、省公司展开试点合作。

欧阳晔表示：“作为中国三大电信运营商26年的长期合作伙伴，亚信科技与运营商在每一代技术演进上都实现了高度战略与技术协同。如今，5G时代已经到来。我们希望，在技术上做运营商网络和业务的编排者，在商业模式上做运营商和垂直行业的赋能者。”

以三个“全域”理念为核心，亚信科技发布了6个方向的5G产品。其中，AISWare Billing作为亚信科技面向5G的计费系统，将实现多量纲计费、权益共享、SLA定价、能力开放变现、多种计费模式组合以及计费对象场景化，推动实现场景计费，助力5G价值变现；AISWare AIF将帮助客户以最小的成本、最快的速度构建大型IT系统，为上层应用提供标准、便捷、稳定、高效的技术组件服务。

据了解，成立于1993年的亚信科技，一直深耕电信行业软件产品及解决方案研发，目前已经拥有逾500种“电信级”软件产品组合。

同时，亚信科技已形成包括客户关系管理、计费账务、大数据、物联网及网络智能化等全套AISWare系统产品体系，在智慧城市、车联网、物联网、公共服务等领域均有获得业界高度认可的创新实践。目前，公司大型企业客户已经覆盖能源、广电、邮政、金融、保险、交通等行业。

“5G商用牌照的发放标志着中国正式进入5G商用时代，这无疑给我们带来了巨大的商机和不小的挑战。亚信科技将凭借领先的5G商用支撑能力全力支持电信运营商的5G建设，为大型企业数字化转型赋能。”亚信科技控股有限公司执行董事兼首席执行官高念书说。

比亚迪转向“技术+设计”双轮驱动

本报讯 记者杨阳腾从比亚迪股份有限公司获悉：比亚迪全球设计中心“黑水晶”日前在位于深圳的比亚迪全球总部落成。比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福表示，今后比亚迪产品将从“技术”单轮驱动转变为“技术+设计”双轮驱动。

据了解，比亚迪全球设计中心建筑面积为1.26万平方米，可容纳300名设计师及100名外部设计人员同时开展工作。

在过去的20多年里，比亚迪始终以技术创新为驱动，将3万多名技术工程师视为集团“最宝贵的财富”。这种对技术的执着让比亚迪成为新能源汽车的引领者，连续4年夺得全球销量冠军。

王传福表示：“技术是比亚迪的‘硬实力’，设计将成为比亚迪的‘软实力’。技术与设计两手都要抓，两手都要硬。要让比亚迪产品‘既有里子，又有面子’，内外兼修。”

天津石化发布绿色企业行动计划

本报讯 记者武自然报道：中国石油化工集团公司旗下天津石化公司日前发布“建设世界一流绿色企业行动计划”。根据计划，到2020年，天津石化将构建形成世界一流环境保护管理体系，各项环保排放指标全面达到世界先进的环保排放标准，实现清洁、高效、低碳、循环发展。

近年来，天津石化积极按照“绿水青山就是金山银山”重要理念指引，努力打造绿色低碳发展竞争新优势，推动企业高质量发展。2013年以来，天津石化以“美丽天津·一号工程”和中国石化“碧水蓝天”专项治理行动为契机，坚持源头管控和末端治理相结合，瞄准行业前沿，先后投入20亿元，实施燃煤锅炉超净排放改造、废水提标改造、挥发性有机物和扬尘治理等近80个项目。

经过持续治理，在企业规模和综合实力大幅提升的基础上，天津石化主要污染物总量削减了55%，外排废水指标达到国内先进水平；燃煤锅炉烟气优于燃气锅炉标准，“无异味工厂”基本建成。

生意经

您还记得几年前，如果想吃坚果，该去哪里买吗？对于大多数消费者来说，选择恐怕只有两个，要么在街头购买散装坚果，要么去超市选购——直到电商的出现改变了人们的消费习惯。

“三只松鼠”就是在这一轮消费升级过程中发展壮大的。作为一个“土生土长”的互联网坚果品牌，“三只松鼠”创立7年来，借助电商平台累计销售超过200亿元。庞大的销售数字背后折射出零食行业收益水平和质量水平的显著提升。

早在2012年，“三只松鼠”创始人、董事长章燎原就看到了数字化带来的巨大机遇，决定创立一个线上销售的零食品牌。与传统零食厂商不同，“三只松鼠”并不直接生产产品，而是以食品的研发、分装及销售为主，它的主要“工作”是用数据供应链连接消费者和供应商，从而参与到生产的各个环节中。随着生产规模不断扩大，目前“三只松鼠”的业务

范围已经从坚果拓展到干果、休闲零食等更多品类。

“三只松鼠”自建了中央品控云平台和中创食品检测有限公司，通过检验检测倒逼上游生产商提升产品品质，以用户评价为指针调整产品结构，从而在提高行业整体运行效率的基础上更好地满足消费者的需求。”“三只松鼠”行政总经理潘道伟说。

在“三只松鼠”中央品控云平台前，记者看到，8块巨大的屏幕上实时数据正在不断滚动，产品好评率、合作伙伴质量指数、物流配送质量指数、差评解决率等数以亿计的信息在这里汇总、分析，形成可执行的指令，并分发到供应商、物流、分装车间等各个环节……与其说这里是一家零食企业，不如说它更像是一家数据管理公司。

此外，“三只松鼠”还进一步深耕供应链，与第三方检测认证机构ITS、全球

最大的香精香料企业奇华顿、特种植物油脂生产商AAK等公司建立了战略合作关系，从而完善了食品生产的“基础设施”建设。凭借这一系列举措，“三只松鼠”打通了产品的整条供应链，全面参与研发和生产，形成了独特的“造货”模式。

“举例来说，‘三只松鼠’如果要推出一款面包产品，可以与供应商一起成立一个项目，为面包的研发、工艺、配方、品控等环节制定标准，然后由供应链去执行。依托这个研发平台，‘三只松鼠’面包里会有益海嘉里的面粉，AAK的油脂，还有奇华顿的香精香料。”潘道伟说。

今年，三只松鼠数字化战略再升级，通过对数据的挖掘整合，打造柔性供应链，向数字化供应链平台企业迈进，力图以更高的效率、更优的品质和个性化的产品“重新定义”零食。“以数字化为驱动，实现供应链前置和组织的高效率，这是‘三只松鼠’的发展战略。”章燎原说。

“三只松鼠”将在数字化道路上继续前行。

今年，“三只松鼠”投资数千万元打造了“松鼠云造”系统。该系统将在两方面实现提升，一是通过该系统尽量缩短产品从工厂到消费者的距离，把时间压缩到20天。换句话说，消费者买到的产品是在20天内生产的，未来他们还打算进一步缩小时间区间，为消费者提供更新鲜的产品；二是打通各相关部门与供应商之间的业务数据，通过大数据对原材料、生产、包装、仓储、物流、销售等整条供应链进行统筹和监督，以更高效的资源配置实现快速响应的柔性供应链，满足消费者的个性化需求。

“三只松鼠”还有一个更大的梦想——以柔性供应链推动新制造，引领新消费。”章燎原说：“我们不是零食企业，而是一家基于数据驱动的供应链平台企业。因此，‘三只松鼠’的未来才刚刚开始。”