

亚特重工

40年老牌企业焕发新生

□ 记者 唐建勳

唐山亚特专用汽车有限公司(以下称“亚特重工”)是一家大型专用汽车生产企业,自从1986年第一辆国产化混凝土搅拌运输车开始,亚特重工坚持在专用车领域深耕细作,历经数十年风雨兼程,留下一个个坚实的脚印,走出了一条行业专精特新之路,不仅满足了社会和消费者需求,还树立起行业标杆。在新冠疫情的危急时刻,该公司自主研发的负压救护车发挥了不可或缺的重要作用。

清洁绿化、垃圾转运、智慧环卫,亚特环卫产品是城市宜居的默默奉献者,它们见过凌晨3点的城市,领略过正午如火的骄阳,穿行在每一条街道,从传统燃油到新能源,从手动控制到无人驾驶,用专业设计把对环境的赤忱之心化为每一个扫路、洒水、抑尘、清洗的动作,换来洁净舒适的生活环境。

亚特重工多元化的专用汽车产品与消费者密切相伴,在基础设施建设、公共卫生、应急抢险等方面作用凸显,成为社会发展不可或缺的力量保障。

以客户体验为主 打造一流房车品牌

现在,喜欢旅行的人越来越多,一次房车之旅,追寻纯粹的自然,所过之处皆风光,令人此生无憾。

2012年,亚特重工开始进军房车产业,建设有10000平方米房车生产线,拥有国内领先的产品研发团队。2015年与意大利PLA集团合作研发生产欧洲进口自行式C型房车。2017年公司再次投入3000万元,建立了具有国内领先水平的8000余平方米房车零部件生产车间。亚特房车自上市以来,获得行业内各项大奖100多项。连续多年荣膺“中国房车十大品牌”,稳居引领中国房车发展的行业地位。

广西客户“十一叔”是亚特房车的拥趸者,前后两辆房车都来自亚特重工,还和该公司保持了多年的良好互动,分享了他的房车经历和游玩体验,不乏对亚特房车的赞美之词。他说:“自提车之日起,每天都开心。”他的70岁生日就是在房车之旅中度过的。

该公司坚持全面布局双品牌发展战略,实现细分市场下的多元化需求。亚特重工用精工细作的态度取长补短,推陈出新,不仅产品体系齐全,更率先与欧洲先进房车生产企业达成战略合作。

经过多年稳健发展,亚特重工已确立行业领先优势,赢得客户高度认可,成为中国专用车领域优秀的制造企业。该公司拥有省级认定的企业技术中心和工业设计中心,是国家级高新技术企业,现有100余项专利,两次荣获河北省工业设计金奖。产品已形成系列化、多品种、多型号的良好态势,且均已列入国家汽车产品公告,全面实现自主知识产权。

立足现在,放眼未来。未来亚特重工将继续追寻创新的脚步,将企业发展与国家需求相结合,致力于智能制造领域与绿色企业发展,让中国的专用汽车走向世界。

履行社会责任 捐赠负压救护车

2020年新冠疫情暴发后,亚特重工迅速行动,一方面迅速成立了疫情防控工作领导小组,制定并落实防疫工作,做好内部防控。另一方面,通过及时组织负压救护车生产线复产、无偿捐赠等多种形式,驰援国内疫情防控。此外,公司安全生产管理委员会在复工后对各车间安全生产情况和防疫措施落实情况进行了全面巡查。

为保障产能,确保生产线正常运转,唐山本地员工在接到公司复工通知后提前结束休假,第一时间进入工作状态,除直接研发、生产、销售救护车辆的特种车辆事业部外,质检、财务、物资、车辆公告申报、配套件加工生产车间以及安保后勤人员等全部相关部门人员也同时到岗。

2020年2月13日上午,亚特重工捐赠的负压救护车成功交付高新区老庄子镇中心卫生院,为疫情防控贡献出亚特力量。该公司董事长王伟说:“作为本市唯一一家负压救护车生产企业,在这样关键的时刻,亚特重工有义务、有能力承担起责任。能够以生产防疫物资的方式直接参与这场全民战‘疫’中,为一线医护人员和患者提供保护,是全体亚特人的荣誉和荣誉。”

疫情时期,亚特人体现出的勇敢、担当和使命,正是亚特精神的最好诠释。

创新驱动发展 奠定企业基石

在深厚的企业文化积淀下,亚特坚持创新发展、奋斗共赢的核心价值观,从质量、工艺、研发等方面打造市场精品。专利、人才、工艺不断推陈出新,为老品牌注入新活力,确立了施工及运输车辆、旅居车辆、环卫车辆和救护检测车辆四个产业核心。

针对施工及运输类车辆,该公司融入多年工业设计理念,使得产品在美观性、经济性、安全性、环保性、人机交互上更胜一筹,市场占有率居行业前列,施工车辆无疑是客户最值得信赖的产品。

正元管业有限公司

对质量进行全生命周期管控

□ 记者 志远

近日,正元管业有限公司车间主任季博召正在焊管分厂第1车间检测焊接钢管内外焊筋的平整性和焊接强度,以确保产品进行后续车丝或压槽等使用性能,从而提高用户使用的安全性。

正是卓越的质量控制体系,成就了公司荣获省政府质量奖。

公司总经理李茂华介绍,公司质量管理实行“以终为始,端对端”的管理模式,以顾客需求建立作为起点,以结果、顾客需求为导向,每个关键过程控制标准都高于顾客需求,最终得到比目标更好的数据和高于顾客需求的结果。这样,从端点开始再到端点结束,形成闭环,进行全生命周期的质量管控。

据介绍,公司质量控制实行三首原则、三检制度、四个操作系统。每批次钢管的首根必须进行检验,每批次钢管的首件必须进行检验,每种规格产品首次生产首批必须进行检验。三检制度是自检、互检、专检。本工序产品由本岗位职工自行检验,下道工序职工对上道工序产品检验,公司配置专职质检人员检验。实现了产品追溯功能,每一个过程控制递进点都有信息记录的二维码,入库扫码、出库扫码与销售区域相连,完全信息化记录。

公司在同行业率先投入带钢裁剪水雾除尘、钢管自动打包、钢管涡流探伤、钢管水压在线监测、钢管自动去除内焊筋、镀锌钢管4根同连镀、镀锌钢管导杆内吹、钢管复合管自动穿管等先进技术和工艺,钢管生产效率和装备达到国内领先水平。工艺技术方面引领热镀锌行业发展,创造了三个第一:第一家研制自动打包机,打破了热镀锌行业下料打包区用人多、工作累、员工流动性大的传统,这一创新颠覆了同行业打包历史。第一家研制自动捆包机,打破了热镀锌行业下料捆包区能源浪费严重、人员劳动强度大的传统工艺,这一发明创造了同行业捆包新纪录。第一家研制多推拉杆技术,使原有的一次只能出一根管,升级为一次可以出4根管,改变了4.6分管产量低的历史,为国际首例。

同行业中首家应用新配方多元合金的新工艺,使产品外观更加光亮,锌层更均

匀,附着力更好,耐腐蚀性能更强。

通过不断研发创新,公司形成了自动打包机等核心技术,获33项专利,其中13项发明专利,并被广泛应用于生产,节省了大量的人力和物力,推进了热镀锌行业自动化的发展。

公司质量检测中心于2015年获得CNAS实验室认可,并购置先进的质量检测设备,均选用国际和国内领先水平的设备产品。组织实验室人员参加国际间实验室对比和省内实验室间检测能力对比,从而提升质量检测水平,加强与科研院所的合作,严格把控检测过程,保证数据的真实性、科学性和客观性。

领导层将技术创新列为公司头等大事,根据公司现状制定技术创新战略,引进先进工艺及技术,推进各项专业技术的进步,不断提高行业、企业生产力发展水平,为未来发展奠定坚实的基础。

在技术研发方面,公司与东北大学、武汉大学、昆明理工大学等进行校企联合,建立了研发中心,聘请专家教授来公司进行技术指导及先进知识培训,保证创新研发及人才培养工作的顺利开展。

正元管业具有年超过1000万吨钢管的综合生产能力,现有直缝焊接钢管生产线17条,热镀锌钢管生产线12条。产品销售往全国30个省、市、自治区,全国各大钢材市场均有“正金元”牌钢管销售。“正金元”牌钢管获得中国驰名商标,冶金产品实物质量认定“金杯奖”等荣誉。

公司总经理李茂华说,品牌建设对企业发展十分重要,一定要制定中长期的品牌提升计划,强化品牌培养和推广,注重品牌商标的维护,努力提升品牌地位,最终实现公司产品市场占有率的绝对优势。

同伟集团妙品商贸有限公司 冠名

“酒鬼酒·内参杯”

2023唐山影响力品牌年度推介

唐山劳动日报社 主办

联系电话: 15531565317

“向妈妈”

首创“鲜卤工艺” 三代人发扬光大

□ 王悦



“向妈妈”是一家全国性的健康休闲食品及鲜卤食品连锁企业,声名远播,产品远销海外。而“向妈妈”的故事,源自于三代人对美食的热爱和对传统川卤文化的执着。

薪火相传 三代人初心不改

从四川乐山市到河北唐山市,向桂枝一路走来,与这座城市结下不解之缘。向桂枝出生于享有“千年盐镇,美食古镇”之称的乐山市牛华镇,从小便充分体验了当地丰富的美食文化。对美食文化的热爱与执着,让她成为一名出色的美食烹饪家,将对美食的梦想深深地埋藏在内心。1976年,向桂枝响应国家号

召,携家人支援唐山震后重建,并最终定居于此。从那时起,“向妈妈”便在唐山扎下了根,开启了一段不凡的创业历程。

1982年,向桂枝承包了裕华饭店,其特色的川味炒菜、麻辣卤菜至今仍留在无数老唐山人的记忆中。在传统川卤的基础上,向桂枝首创“鲜卤工艺”,并结合特色工艺创新研发出独具魅力的浸汁工艺。数十年来,向桂枝对食材的把关近乎苛刻。她要买最新鲜、最好的食材,加工时,除了基本的调料,绝不加其他提味的东西。尽管高成本拉低了利润,但向桂枝却一点也不在乎,保证品质,薄利多销的经营方式,让她拥有了更多的追随者。退休后,向桂枝开

唐山启奥科技股份有限公司

创新模式 提供一站式医疗健康服务

□ 记者 魏伟

为满足人民群众日益增长的医疗健康服务体验需求,应对群众便捷化、一站式就医诉求,唐山市人民政府办公室印发《唐山市深化医药卫生体制改革2022年重点工作任务的通知》,大力支持“互联网+医疗健康”的建设和发展,鼓励利用新一代信息技术发展远程医疗、电子处方、医药配送、医保结算等一站式智慧医疗服务,为人民群众提供便捷的医疗健康服务。

唐山启奥科技股份有限公司深耕应用信息化技术和物联网技术,创造“以家庭为中心,贯穿人全生命周期的医疗服务和健康管理”新模式,打造服务于百姓、医院、政府的医疗健康信息化服务和管理系统,创新“医疗+互联网+服务+运营+管理”模式,解决百姓看病难,医联体、医共体、分级诊疗无法落地,居民

健康档案难以有效建立等问题。该公司与华北理工大学附属医院、唐山市中医医院、唐山市第二医院共建互联网医院,推动医疗互联网化发展;与县级公立医院共建新型医共体,加强医共体人财物统一管理和链条的衔接;将乡镇卫生院打造成乡镇级“医疗健康综合服务中心”;将卫生室升级为“数字化云诊室”,明确了医共体内部各级医疗机构的服务定位,真正实现医共体“服务共同体、管理共同体、责任共同体、利益共同体”。

与各县区22家二甲医院、256家基层医疗机构,644名专家医生和972名基层医生合作,自主研发唐山医疗健康综合服务平台,配备16名客服和7名全科医生,为患者提供7×24小时在线疾病用药咨询、远程门诊、远程心电图、远程康

始经营起卤菜小推车,“向妈妈”的名声逐渐传遍唐山。

为了延续母亲的事业,让健康食品走进千家万户,向桂枝的儿子白云作出一个重大决定:放弃经营多年的建材生意和几十个国际建材品牌的代理,创建现代化食品生产企业。

2009年,“向妈妈”品牌商标注册成功,同年,“向妈妈”朝阳道店开业,“向妈妈”正式进入品牌化发展阶段。2014年,向妈妈食品股份有限公司成立。2015年12月,国家SC认证的现代化工厂正式建成并投产,“向妈妈”锁鲜包装新品上市,品牌进入了连锁化、产业化发展阶段。

对于现代化设备,向桂枝并不十分精通,但她却坚信,再先进的设备,也只是为健康食品加分的,原材料的挑选和精心卤制的过程永远不能变。如今,“向妈妈”卤味的生产已经驶入了快车道,产品丰富多样,畅销国内数十个城市,但原料和工艺却一丝不苟地传承着“向妈妈”的初衷。

2022年8月,向桂枝的孙子白子豪正式进入了这个历经两代人匠心打磨的企业。在此之前,为了磨练自己,他从事过各种基层工作,这些经历不仅为他的人生增添了丰富的色彩,也为企业发展注入了新的活力。为了促进业务提升,他将整个销售团队替换成更具活力的年轻人。经过阵痛期后,销售量的增长印证了他决策的正确性。同时,为了适应社会的快速发展,他不仅带头做起了直播带货,也调整了整个产品体系,增加了针对年轻人的休闲零食产

品,每年为“向妈妈”增加收入6000万元左右。

匠心品质 “向妈妈”厚积薄发

“向妈妈”的成长离不开对传统文化的传承与创新。通过将千年川卤文化与现代生产工艺相结合,“向妈妈”创造出属于自己的品牌魅力。

“向妈妈”鲜卤,以“出自妈妈的手,感知母亲的爱”的品牌理念,传承“妈妈的味道”。“向妈妈”全系产品制作工艺依托于世代传承的酱卤汤秘制配方。一锅卤汤用足12味辣椒、28味卤料,历经18道酱卤工序,180分钟小火浸卤而成。新品研发需要1000次工序实验。“向妈妈”还开创了先卤再炒、先卤再拌两大特色工艺。产品味道以麻、辣、醇、香、鲜为主,在品尝的过程中,先入口的是12味辣椒调香调味的麻味与辣味,咀嚼的同时能够吃到原料的肉香味,吞咽的过程能够品尝到28味中草药以及卤料的回甘卤香味。

“向妈妈”积极响应国家关于食品安全和健康的政策号召,坚持自主研发,确保产品的品质和安全。这种对品质的执着追求,赢得了消费者的信任和好评。“向妈妈”以“鲜卤好营养,健康无添加”的产品理念,制作健康卤味。“向妈妈”对所有食材及调料严格把关,无人工防腐、无香精、无色素等化学物质。每日新鲜卤制产品,全程冷链,当日新鲜配送到店。同时,“向妈妈”先后从德国、美国投资2000万元引进行业一流生产设备。十万级无菌净化生产车间,以及保鲜技术的不断研发和创新,让食品安全更有保障。

复指导、慢病健康管理等服务,为基层医疗机构提供远程超声、远程查房、远程会诊、远程培训等服务。

平台建立综合管理信息系统,按照国家三级等保要求,实现数据信息的安全存储。将平台数据统一管理,为患者建立医疗档案,并实现与档案建立、医疗过程管理,到健康管理的数据共享,实现患者数据应用的服务闭环。同时将各医院间的数据对接,解决了患者医疗健康信息不能及时有效共享和利用的问题,成为做好分病种管理及慢病管理的数据支撑。

在远程医疗的基础上,平台加强了对慢病患者的非药物干预治疗,提供从健康宣教、健康筛查、健康评估到干预治疗(包括心理、运动、营养、食品)等各种服务。同时开发了大健康产品,构建完

善健康产业链,解决慢病管理依从性差、效果不明显的问题。目前,平台已为44个村的村民累计检测3984次,同时为其中的慢病患者建立慢病档案。

平台助力分级诊疗和家庭医生签约制度的落地,促进优质医疗资源下沉,提高了医疗资源配置和使用效率。自2022年被升级为市级咨询平台以来,平均每天电话咨询量500余例。

未来,公司将根据政府管理需求,定向研发符合政府管控和大数据管理的信息体系,通过“医疗+互联网+服务+运营+管理”的模式,实现市乡村各级医疗服务的贯通,实现分级诊疗和健康管理的切实落地,让百姓看病不再难,让政府管理有据可依。让越来越多的百姓足不出户,就可以寻医问药,在家门口就可以享受专家的问诊与治疗。

国礼品质 皇家技艺

□ 记者 郭雪 通讯员 张晓丽



新工艺、新设备与传统手工艺相结合,不断完善产品体系,提升品牌形象。穆瑞田整合了国家级大师领衔、省市级大师为主体的专家顾问队伍,让他们亲自带徒培训、设计产品、把控质量,保证了皇家金银细工技艺的纯正性。他推动蟠龙与陶瓷、紫砂、雕塑、书画等相关行业艺术大师的深度合作,实现了金银产品多材质、多工艺、多题材的广域化纵深发展。

2016年接受《人民日报》等媒体采访时,穆瑞田提出了“非遗产业化传承”的理论。他认为,只有产业化传承,才能够做到专业分工传承不走样,才能够让广大人民群众了解非遗、享用产品。他在设计领域里通过“非遗”活化传承,打造“文化IP”的大胆尝试,实现了蟠龙工艺从代工生产到品牌化运营的飞跃,也使蟠龙成长为行业标杆性龙头企业。

道以成器 功致为上

蟠龙将文化创意设计作为企业发展的原动力,不断推出高端手工纯银产品,实现了工艺美与艺术美相得益彰,综合技法与多材质有机结合,满足人们艺术鉴赏、养生保健、投资收藏等需求。

目前,该公司已经形成了“历史阳光”“生命伴侣”“妙银香韵”“匠心定制”等四大产品板块、十六个系列、千余种产品的完善体系,可以满足客户的多方面需求。

其中“历史阳光”重在文化传承、工艺传承,包括历代名器、宗教用品、文化

用品、家居摆件、香道具、赏玩挂件六个系列300余种产品;“生命伴侣”强调养生保健、人银互动,包括茶具、酒具、餐具三个系列500余种产品;“妙银香韵”用心挖掘传统技艺与现代女性需求的结合,包括项链、胸花、戒指、手包等四个系列100余种产品;“匠心定制”彰显客户个性,每款作品背后都有一段故事,一种人生,已有机构定制、个人定制、大师合作等三个系列300余种产品。

蟠龙工艺目前拥有20余人的专业设计研发团队,具备全面的产品开发能力。除产品生产采用纯手工外,其他环节全部采用现代化手段。营销采取“O2O”线上线下相结合模式,设计采用“H+C”传统手工与计算机相结合模式,原料供应全部采用高质量国标1号银

板,生产管理采用了严格的质量管控体系。蟠龙产品市场已经覆盖全国30个省、市、自治区,同时出口亚欧美多个国家,具有较高的市场美誉度。

恪守“精益求精”的原则,蟠龙在市场开发、形象策划、产品设计、加工制造、品质控制、社会服务等各个环节建章立制,笃行不怠,目前已经在唐山、北京、天津、石家庄等地开设直营展厅,并将陆续在全国其他城市开设合作展厅,更好地满足客户多样化需求,践行“礼仪之邦,品质生活”的企业使命。

起步,始于足下;未来,任重道远。蟠龙以文化传承为己任,将不断提升产品的文化、艺术、实用价值,强化“国礼品质、皇家技艺”的品牌形象,更好地传播东方传统技艺和文化瑰宝。