



近日,2022世界制造业大会在合肥举办——

制造 让生活更美好

■ 本报记者 彭园园

与家具融为一体的冰箱、抵御极寒天气的羽绒服、无人驾驶的物流车……丹桂飘香,秋高气爽,2022世界制造业大会于9月20日在合肥滨湖国际会展中心举办。盛会当中,形形色色的产品令人目不暇接,它们源于“制造”,满足着人们对美好生活的渴望。

新品家电 引领智慧生活

9月21日上午,在合肥滨湖国际会展中心综合馆,智慧生活专场发布活动现场,几款充满科技感的家电产品,让人眼前一亮。

TCL家用电器(合肥)有限公司总经理张荣升发布了新品格物冰箱和双子舱洗衣机等产品。他介绍说:“双子舱洗衣机采用的是上下分区的复式结构,可以实现不同种类衣物的分类洗涤,避免交叉污染。同时,具有一项‘黑科技’功能——离子柔烘,经离子柔烘烘干的衣物蓬松有型,柔软亲肤。”

随着人们对居家生活环境的要求越来越高,如何满足消费者对精致品质生活需求、对居家惬意的居住环境的追求,如何尽可能地减少占地面积、方便生活又能降低投入成本,是现代冰箱设计的难题。发布会上,安徽尊贵电器集团有限公司美居电器销售总经理储昭杰展示了新款的办公家电一体化嵌入式产品。这款冰箱可以融入书桌、餐桌,可以融入酒柜、餐边柜,甚至可以融入化妆桌,满足了消费者对现代冰箱时尚、功能、空间等多维需求。

“桶装水、净水器、开水器烧水等方式,都存在着一一定的弊端。以桶装水为例,主要问题是使用麻烦、水质无法监测、开封后细菌滋生快等。净水器、开水器由于设备成本高、水质无保障、后期维护繁琐等问题,也具有一定的局限性。”安徽唯雅诺智能净水设备有限公司董事长何中义现场发布了第三代健康饮水解决方案——数字化智慧中央直饮水系统,该系统能实现24小时不间断地处理,而且打开水龙头就可以直接饮用,方便快捷。

据省经信厅有关负责人介绍,作为智能家电的重要产业基地,“十三五”时期,我省智能家电(居)产品层出不穷,不断满足消费者新兴消费需求的需求。一是传统“四大件”的智能化升级,智能控制、高效节能、静音低噪等共性技术的应用使消费者获得更好的用户体验,洗衣机实现了洗、烘、护、除菌一体化,冰箱实现了智能保鲜,空调实现了智能舒适调节,彩电实现了人机交互等;二是衍生的新兴智能家电(居)产品层出不穷,如具备熨烫塑形、杀菌除螨功能的智能衣物护理机获得市场青睐,智能锁、集成灶、洗碗机等逐渐在安徽形成产业氛围,全省已涌现出160多款经认定的智能家电(居)产品。

《安徽省“十四五”智能家电(居)产业发展规划》明确,我省将按照增品种、提品质、创品牌“三品”行动和安徽工业精品提升行动的要求,立足于现有的“四大件”产品结构体系,以满足不同消费群体在“衣食住行”等各个方面的美好生活需求为导向,延长、补充和优化产业链,打造全品类、多品种、高品质的智能家电(居)产品供给体系。

技术革新 改善生活品质

技术革新、生产制造的升级,正悄然改变着人们的生活。

一根中空玻璃管一端蒙着一块绿色的布料,布料上方注水,下方充气,只见下方的空气透过布料在水中形成一个个水泡,而上方的水却一滴都没渗下来。在2022世界制造业大会的吉祥三宝高科技纺织有限公司展台,一个实验装置吸引了许多观众驻足体验。工作人员介绍说,这块布料是防水透湿布,既能隔

绝雨水又轻薄透气,一般用于户外工作服。

在本次大会上,吉祥三宝还展示了高保暖仿生绒、极寒热力绒、阻燃安全防护绒、聚乳酸环保绒、防静电安全防护绒5款新材料。这些针对不同使用场景与领域的高科技新材料产品,突破了国内市场空白,展现出我省制造水平的创新进步。

作为今年世界制造业大会的首场论坛活动,食品饮料先进制造论



智能制造 探索更美未来

制造业与未来生活紧密相关,在本届世界制造业大会上,一些畅想美好未来的产品同样颇受关注。

在合肥滨湖国际会展中心首版次软件产品展区科大创新展位上,一辆3米多长、1.6米宽、高度不足1米的智能平板车吸引了不少参观者驻足观看。

与普通的平板车不同,这是由科大创新研发的云路云协同无人驾驶物流车,该车打通了线控底盘、路侧系统、云端系统的整个数据链,能够实现初步的云路云协同的自动驾驶。短短1年时间不到,这套方案就实现了落地应用。

“这款平板车是公司在‘双智’战略领域的最新成果之一,是针对轻量型无人驾驶领域进行独立自主开发的智能移动平台,它实现了舱体与底盘的完全分离,可应用于各种商用无

人车辆,最大承重500千克。”科大创新董事长董永东介绍道,这款车实现了初步的云路云协同自动驾驶的功能,更加稳定,更加高效,可应用于末端物流、场景配送、移动新零售、安防等诸多场景。据了解,科大创新“智慧城市无人物流车路云一体化”解决方案日前已入选芜湖市第一批“城市新基建”典型应用场景和解决方案。

作为2022世界制造业大会中德新能源汽车产业发展论坛重要活动之一,9月19日上午,智能网联汽车示范园区运营启动仪式在合肥滨湖国家森林公园举行,在当天的启动仪式上,合肥市首批自动驾驶商业运营牌照和合肥市首批低速无人车商业运营许可发放,无人配送车企业白犀牛等获得合肥市首批商业运营“通行证”。

在当天活动设置的静态展示区



▲ 2022世界制造业大会上,参观者在新能源汽车展区体验新产品。 本报记者 徐曼昊 摄

坛聚焦人们生活中常见的饮料制造展开。中国饮料工业协会副理事长兼秘书长程毅在会上表示,经过40年快速发展,中国饮料目前年产量超1.8亿吨,产值超7000亿元。饮料制造已经成为国民经济的重要组成部分,更是保障民生需求、满足人民美好生活的重要产业。“消费者对饮料多元化、健康以及可持续等方面的需求越来越高,如何通过提升制造端的质量水平,如何输出更好的产品,如何进行产业升级,是摆在行业面前的一个重要课题。”程毅说。

元气森林滁州工厂在2021年、2022年先后被评为安徽省数字化车间、省级绿色工厂。工厂通过前期设计将全局进行优化,让绿色智造从源头开始减少能源消耗,并引用光伏系统、热能回收系统、水循环利用系统等节能低碳技术,从能源端减少碳排放,不断提升清洁能源使用率。“我们坚持创新引领,提高生产效率,积极使用可再生能源,通过业务和理念革新实现全链条的绿色低碳智造。”元气森林产品中心总经理李炳前在论坛上表示,将依托自有工厂的强大体系,继续向更绿色、更健康的方向迈进。

▲ 2022世界制造业大会上,参观者感受智能试衣镜。 本报记者 徐曼昊 摄

内,“安徽制造”的车路协同设备、自动驾驶车辆和低速无人车成为亮点,这些“聪明车”替代人类执行功能型任务,使车辆从传统的运载工具演变为执行任务的智慧载体。

近年来,合肥市逐步出台相关政策,赋予功能型无人车相应路权,推广范围逐步由封闭、半封闭区域向开放道路过渡,并实现各类新型商业模式探索。去年11月,交通运输部组织开展自动驾驶、智能航运先导应用试点工作。经过层层筛选和专家评审,“合肥滨湖国家森林公园园区自动驾驶先导应用试点项目”成功入选全国“第一批智能交通先导应用试点项目”。

未来,这些企业将面向市民、企业提供自动驾驶出行服务和无人售卖、无人物流、无人清扫等应用场景拓展。



更多内容 扫码阅读

·调查·

全省已有80家外贸企业成为AEO高级认证企业——

“金字招牌” 为外贸企业注入“信用动能”

■ 本报记者 何珂

近日,宝武集团马钢轨交材料科技有限公司顺利通过海关认证,成为今年马鞍山市首家获得海关AEO高级认证资质的企业。截至目前,全省已有80家外贸企业成为AEO高级认证企业,其中今年新增13家。

在世界海关组织(WCO)制定的《全球贸易安全与便利标准框架》中,“AEO”被定义为“以任何一种方式参与货物国际流通,并被海关当局认定符合世界海关组织或相应供应链安全标准的一方”。据了解,AEO制度由世界海关组织倡导建立,各国海关按照国际通行规则,对信用状况、守法程度和措施良好的企业实施认证认可,并给予优惠通关便利的制度。企业通过AEO高级认证,不仅可提升企业形象,赢得更好的商誉,还可享受到与中国建立AEO互认国家和地区最快捷的通关服务,进一步提高企业的国际贸易竞争力。

外贸是拉动经济的“三驾马车”之一。给力的“外贸尖兵”,能够为拉动地区外贸增长打头阵,从而带动地方经济高水平开放高质量发展,而AEO企业正是这支“尖兵”。“马钢轨交是一家深耕轨道交通行业60年,集材料研究、研发设计、制造和服务于一体的国家高新技术企业,是世界知名的轮轴制造商。产品远销全球70多个国家和地区。”宝武集团马钢轨交材料科技有限公司关务负责人杨文武介绍,“非常感谢马鞍山海关的培育辅导,拿到AEO高级认证这块‘金字招牌’。对于我们公司来说,不仅在国内可以享受海关信用管理所释放的通关红利,即减少查验、简化手续、快速放行等;在国际市场也相当拿到了国际海关高资信企业朋友圈的‘通行证’,有助于企业做强国际市场。”

高含金量意味着高标准。想要获得AEO高级认证,企业需要通过内部控制、守法规范、贸易安全等多项标准,全部符合要求才能达标。近年来,合肥海关将加强AEO企业培育作为促进外贸保稳提质、优化营商环境的重要举措,通过召开专题政策宣讲会,针对重点企业开展精准辅导,充分发挥企业协调员作用,收集企业意见建议等措施不断优化培育措施。同时,通过“一对一”跟踪辅导,帮助AEO高级认证企业不断提升管理水平,保持单稳增长,不断释放政策红利。

今年上半年,合肥海关出台20条重点措施,持续优化营商环境,支持安徽省外贸高质量发展。其中,就明确提出要加强企业信用和守法规范性培育。加强“经认证的经营者”(AEO)和“经核准出口商”制度宣传及培育,帮助引导更多企业申请并成为高级认证企业和经核准出口商,享受相关便利,力争3年内省内AEO企业超百家。“我们将继续在精准培育、精准帮扶上持续发力,鼓励和支持更多的外贸企业取得AEO认证资质,积聚政策优势,助力企业在国际市场上不断提升竞争力。”合肥海关有关负责人说。

能源转型 助力老区振兴

■ 本报记者 范克龙

“以前我们村电压低,空调等大功率电器都带不动,跳闸停电时有发生。”在金寨县大湾村,汪建经营着一家民宿,这几年用电的变化让他深有感慨,“自从供电公司进行了电网改造升级后,用电稳定多了,再也不用担心跳闸断电,现在热水、采暖、空调一应俱全,游客越来越多。”

“针对金寨电网薄弱问题,我们高标准开展县域主干网架升级规划,加快当地配电网设施的改造升级,提升装备水平和供电能力,实施全县民宿等电气化改造,有效解决了农村电网供电短板,保障当地居民生产生活用电。”国网安徽经研院副院长朱刘柱说。

金寨县是国家可再生能源示范县,近年来加快电网转型升级,积极推进县域可再生能源发展,以能源转型促乡村振兴,积极创建高比例可再生能源示范县。

“十三五”以来,金寨地区新能源飞速发展,风电光伏装机年均增速为50%以上,2021年金寨地区风电光伏装机规模达到1370兆瓦,是当地用电负荷的3.9倍。随着“双碳”目标和新型电力系统加快建设,金寨地区新能源发展势头不减,预计2025年新能源装机达到1730兆瓦。

“大规模可再生能源的不断并网,势必会对电网造成一定的冲击和运行压力。”国网安徽经研院规划技术专家冯沛儒说,“我们规划团队未雨绸缪、超前谋划,系统开展金寨地区输电规划研究工作,提出了电网升级方案,新增1座500千伏变电站和若干座220千伏汇集站。”目前500千伏变电站已经投产,220千伏白塔变电站、古碑扩建工程等项目陆续投产。

“变电站的投产,有效保障了金寨地区新能源的全额消纳和电力可靠供应,对加快推动金寨地区能源低碳转型具有重要意义。”东高山风电项目负责人毛爱彬说。

除此之外,国网安徽经研院积极服务金寨抽蓄并网工程建设,满足金寨抽蓄并网需求,有效提升电力系统调节能力。金寨抽蓄投产约年发电量20.1亿千瓦时,相当于每年减少电网煤炭消耗量约12万吨,减少排放二氧化碳约24万吨,对金寨县建成百分百可再生能源示范县具有里程碑意义。

国网安徽电力首次在金寨建成典型模式的高渗透率分布式能源群控群调系统平台,试点建设多项新技术、新应用,形成了标准化、可复制、可推广的典型建设和应用模式,在可再生能源集群调度与控制上奠定了示范应用基础。

“我们还在探索构建台区柔性直流互联示范工程,加快推进能源综合改革创新、数字化光伏示范工程等工作,汇聚多种新型要素,整合多项技术创新,为促进新能源消纳方式和消纳质量提升提供金寨样板。”金寨县供电公司建部主任鲍福兵说。

·经济快评·

车企试水保险中介,如何良性发展

■ 梅麟

近年来,车企尤其是新能源车进军保险中介领域热情高。业内人士认为,车企涉足保险中介业务将对行业产生深远影响,车企与险企融合程度将进一步加深。

保险中介是保险经营机构与投保人之间的“中间人”,负责业务咨询销售、损失鉴定与理赔等服务,从中获取佣金或手续费收益。数据显示,2021年保险中介渠道实现保费收入4.2万亿元,同比增长5.46%,连续多年占全国总保费收入八成以上。由于车主购车及用车时必须依法购买交强险,多数车主还会选择车险、第三者意外险等商业险种,加之车企对汽

车维修成本、零部件价格等细节“知根知底”,理论上可为保险经营机构制定险种提供重要参考,引导车主挑选更符合用车需求、性价比更高的险种。汽车行业与保险服务的种种密切联系,是车企试水保险中介业务的有利条件。

银保监会此前强调,“多、乱、散、差”一直是影响保险中介市场高质量发展的老问题。而车企或许可以化解行业普遍存在的经营机构“无人、无场所、无业务”痛点,相较一般保险中介机构,车企普遍拥有较稳定的市场资源,经营规模体量较大,一旦入局将有望形成“鲶鱼效应”,利好行业规范化专业化发展。

期待车企发挥“鲶鱼效应”同时,为社

会资本无序扩张、虚挂中介业务套取资金等,事前审批、事中监管、事后追责缺一不可。车企若有意涉足保险中介领域,应按规定完成所需审批流程,获得经营保险代理业务许可证后方可营业。若发现车企从事保险中介业务时未获取必要资质,存在虚列费用、骗保等违规行为,应严查重处,问责企业负责人,督促车企设立的保险中介机构以高标准姿态合规经营。

《汽车销售管理办法》规定,供应商、经销商不得对消费者限定保险产品的提供者和售后服务商。然而,一旦涉足保险中介业务,车企为谋求利益最大化,可能通过“霸王条款”、人为设置隐形门槛等手段,强制安排存在购车需求的消费者接受

指定保险中介机构服务,侵犯消费者知情权选择权,阻挠其他同行正常获客。面对车企踊跃介入保险中介领域现状,不仅要求车企“持证上岗”,也要加大行业反垄断、反不正当竞争治理力度,结合市场监管、消费者举报、媒体曝光等多重手段,防范车企滥用自身优势扰乱市场秩序,确保与其他从业机构或人员公平竞争,为消费者提供满意服务。

车企试水保险中介业务,虽可开辟营收新途径,推动企业多元化发展,若服务水平不佳、消费者不买账,非但无法获得预期回报,还可能损害品牌形象,甚至反噬原有汽车业务。面对“蛋糕”诱惑,车企应理性分析保险中介业务是否契合企业长期发展需求,根据实际情况合理规划布局,避免盲目跟风。一旦决心涉足保险中介领域,应以做优做强业务为宗旨,顺应日益变化的市场需求,凭借高质量服务水准打造过硬市场口碑,在汽车市场“乘风破浪”,行稳致远。