

顺多利力攻核心技术,进入新能源汽车零部件国际巨头供应链——

渝企“小巨人”连拿大订单

在做好“六稳”工作
落实“六保”任务
企业一线见闻

□本报记者 付爱农

“不要小看这件小东西,目前100%依靠进口。”10月16日,重庆顺多利机车有限责任公司(简称顺多利),公司董事长周继群对重庆日报记者说,“但预计到明年年中,‘重庆造’就能切入这一细分市场,从而填补国内空白。”

被周继群寄予厚望的这件小东西,叫电动压缩机涡旋盘,是新能源汽车空调压缩机的核心零部件之一。

10月9日,国务院常务会议通过《新能源汽车产业发展规划》。作为重庆制造领域的“小巨人”企业,顺多利抢占风口,把企业未来发展的重心迅速转向新能源汽车产业。

“顺大势才能多利。目前在顺多利的总营收中,新能源汽车产品占比已达到20%—30%,预计明年可进一步提升到40%—50%。”周继群说。

啃下硬骨头

填补国内空白不再被“卡脖子”

10月16日,位于北碚区蔡家智慧新城的顺多利研发中心,所有研发人员都在专心致志地工作。当前,首期投资预算超过1亿元的电动压缩机涡旋盘等新能源汽车核心零部件项目,正处在攻坚阶段。

“电动压缩机涡旋盘并不大,跟二两包子的大小差不多,单价也不高,每套百多元,但却是新能源汽车空调系统的关键核心部件。”顺多利副总经理项绍伟介绍,目前,该产品的核心技术掌握在国外顶级汽车零部件企业手里,属于典型的



10月16日,顺多利智能工厂,全自动化生产正有序进行。 记者 付爱农 摄/视觉重庆

“卡脖子”技术。

顺多利拿到的大单,是为世界汽车零部件巨头——法国法雷奥、韩国翰昂等跨国公司研发并生产。今年9月,顺多利启动该项目,经客户检验过关后,预计明年可实现量产。

这张大单背后的意义是什么?

10月13日,中国乘用车联合会发布最新数据,国内新能源汽车产业已连续6个月大幅增长,9月份产、销量分别为13.6万辆、13.8万辆,同比分别增长48%、67.7%。“据测算,未来国内新能源汽车年产量将超过300万辆,而每辆新能源车都必须使用电动压缩机涡旋盘,所以仅在国内该细分领域,其市场空间就达到4亿多元。”项绍伟说。

当前,顺多利研发团队正加紧技术攻关,在产品成型及防渗技术上狠下功夫,预计到今年底可以把这块硬骨头啃

下来,从而填补国内空白、替代进口。

解决老难题

产品进入国际巨头全球供应链

新能源汽车是先进制造业发展的风口。但在中高端汽车产业链的核心环节,如汽车热管理系统,则由日本电装、三电贝尔、法雷奥、翰昂、马勒等跨国公司掌控。

“我们一直有一个愿景:树立‘中国制造’的世界形象。”周继群拿起另一件高端铝制零部件说,“这就是我们的一个新突破口。”

这个小小的零部件,是为新能源汽车电池运行护航的热交换器。其作用是:新能源汽车在低温、极寒天气条件下容易快速掉电,甚至无法工作,热交换器可有效解决这些老大难问题。

“国内也有企业生产该产品,但在核

心技术上,与国外大企业的差距就大了。”周继群说,所以这也可以说是一项技术比拼项目。

疫情防控期间,顺多利从新能源汽车零部件国际巨头手中拿到了一张大订单:350万套高精密热交换器,总金额近2亿元。预计11月拿出样件,明年将实现量产,进入全球市场。这张订单不仅金额不小,其更大的价值在于:可进入丰田等新能源汽车国际巨头的供应链体系,且为期10年,可谓一张高含金量的“长期饭票”。

据介绍,类似这样的核心零部件项目,今年顺多利已拿下23个,未来可期。

损失能补回

预计全年总营收将逆势增长

在一条智能化生产线上,机器人的动作精准高效;在铸造车间,机械臂夹起“小碗”,把650℃的液态铝倾注到机器内,快速形成各式各样的精密产品;在“数字仓库”,原材料、半成品、成品等码放得整整齐齐,其信息可追溯……

“经过一系列智能化改造后,企业生产成本下降约20%,生产效率提升17%—20%。”项绍伟介绍,以前一条生产线需要多名工人,如今已达到一名工人管一条甚至两条生产线的智能化水平。

“对先进制造企业来说,除了智能化设备等硬实力外,生产全流程产生的大数据则属于软实力,尤为重要。”项绍伟说,当前,顺多利正在跟航天云网等工业互联网平台合作,着力打造MES系统(制造企业生产流程管理系统);下一步,还要建一个更智能化的大数据技术中心,进一步推动智能化转型升级。

“在大数据智能化助力下,因疫情造成的损失能够补回来:6月起,企业产销节节攀升,第三季度的月均营收增长率为40%—50%。”项绍伟信心满满地说,“再加上新订单正一步步完成,预计全年总营收可达到10%—20%的逆势增长。”

石柱中益乡人大代表贺剑飞:

带领村民修路卖土货发展生态旅游

□本报记者 颜若雯

曾经的石柱县中益乡建峰村,村民们种的是土豆、玉米等传统农作物,出村坐车需要步行两个多小时;如今,村民们不但发展种植以黄连为主的中药材,还吃上了生态旅游饭,人均纯收入14312元。这其中,就有中益乡人大代表、乡党群办工作人员贺剑飞的一份功劳。

2013年,贺剑飞退伍返乡,工作几年后当选为建峰村村委会主任。建峰村平均海拔1200米左右,森林覆盖率90%,山清水秀,奇峰突兀,与石柱县黄水景区仅一山之隔。贺剑飞初任村委会主任时,村里主要种植玉米、土豆等传统农作物,虽然临近黄水这一度假旅游地,但受交通限制,村民们想把农产品运出去,基本靠背——当时,出村的道路只有一条石梯路,走到可以通车的地方需要两个多小时。

经过贺剑飞多方奔走,建峰村整合资金1700余万元,对全村基础设施进行全面改善。最先动工的,是建峰村到万胜坝的一条村级道路。这条路修了9个月,贺剑飞有6个月都守在工地上,跟进度、作协调、督质量。如今,经过这条路,开车20分钟就可以抵达黄水,成为建峰村发展的重要途径。

2017年7月,中益乡被确定为深度贫困乡后,建峰村被列为民俗旅游项目建设重点区域。“村里与大风堡自然保护区接壤,山水、森林资源丰富,具备发展乡村旅游的条件。同时,这里有土家山歌、薅草锣鼓、婚嫁说客、土家孝歌等传统文化代代传承,碓窝糍粑、石磨豆花、坛坛猪头肉等土家美食满院飘香。”贺剑飞说,经过反复研究,村里制定出以乡村旅游带动传统产业,以传统产业支撑乡村旅游的发展路子。

2017年,在贺剑飞的带领下,全村

开办农家乐5家,接待游客200余人次,当年户均增收8000元。从那年开始,村民家的土特产开始火热销售,大家脱贫致富的信心一下就足了。

2018年3月,村里的莲花坪传统院落保护项目启动建设,为了让11户暂迁村民有舒适的生活条件,贺剑飞将自家的菜园地腾出来用于搭建临时板房。村民顺利入住后,他又将自家的音响器材搬到院坝播放电影,组织大家跳坝坝舞,提升大家的精气神。

2019年,建峰村发展种植以黄连为主的中药材2200余亩,加上乡村旅游,人均纯收入14312元,村里的绿水青山真正变成了“金山银山”。

今年,贺剑飞通过公务员考试,成为中益乡党群办一名工作人员。“工作岗位变了,不变的是人大代表为民服务的初心。”贺剑飞说,他将继续在助力脱贫攻坚和乡村振兴的路上,发挥好自己的作用。

《解码智能时代》书摘

物联网:解耦重构互联网生态

(选自《解码智能时代:刷新未来认知》第六章第一节)

物联网作为互联网大潮的第二增长曲线,正在成为新商业模式的桥梁,开始在各个应用场景中搭建起来。

其中一大发展趋势就是解耦。过去,做硬件的人不用管软件,但是做软件的人却必须兼顾,这就造成了大家协作效率不高。有了操作系统之后,大家便形成一种新的共识:即软硬件彼此拆解,每个人只做好自己的事而不用兼顾他人,这个过程就是解耦。

物联网就是典型的解耦模式,它具备了三层含义:

第一,核心和基础仍然是互联网,是在互联网基础之上延伸和扩展的一种网络。

第二,其用户端延伸和扩展到了任何物品与物品之间,进行信息交换和通信。

第三,有智能属性,可进行智能

控制、自动监测和自动操作。

通过多年发展来看,物联网具备三项关键技术,分别是传感器技术、射频识别技术和嵌入式系统技术。

值得大家注意的是,不能盲目崇拜利用物联网技术。

一方面,支持物联网的技术都在演化当中。比如通信技术,最早的设想是用射频识别,然而近期发展出了近场通信技术,已经超出了当时的技术想象。

另一方面,当具有一定智能的机器接入网络后,物联网的发展就已经处于一种“失控”状态。

所以物联网的发展过程,其实是一个自我演化、自我生长的过程,也是一个机器人和人类共同进化的过程。我们可以预见到这个趋势,但不可能预见到它的具体形式和具体技术,也不可能做出预先设计。

正在进行时的未来世界

(选自《解码智能时代:从中国国际智能产业博览会瞭望全球智能产业》第三章第三节)

在智博会的数字经济百人会上,中国工程院院士、中国互联网协会理事长郭贺铨认为,在5G时代,输入机器人手臂的编程配合5G的视频动作,将可以自主编程。而机器人在工业上,更多被运用在机器视觉,配合5G高清视频,后台人工智能比对,实现精准自动的产品质量检测。

苹果公司在进行智慧医疗的深入研究,准备将芯片图功能带到中国,让智慧医疗提示预警提早介入,预防优于治疗,通过减少慢性病、降低医疗费用,为人类健康提供更周全的防护措施。

特斯拉创始人埃隆·马斯克在推进新能源汽车之余,还创办了Neuralink公司,致力于将人类大脑与计算机连接起来,正在开发植入式脑机接口。治愈大脑、人机共生、超级人类……每一个词都让人神往。特别是其中的脑科学,一直以来都被认为是人类科学最后的堡垒,承载着人类的成神幻想。

更快更复杂的运算要求,让量子计算也有了实质性的进展。自IBM推出全球首台独立量子计算机IBM Q System On以后,谷歌也建立了AI量子团队,“量子计算200秒=地球最强超算1万年”的言论,更是让量子计算成为高科技“必杀技”。

这些正在进行时的前沿科技,也让关于未来的幻想再次被刷新。

在未来,时间、空间、维度的壁垒将被打破,世界将走向新的高度,开启新的篇章。



个人购书 团体购书

《解码智能时代》

扫一扫 就购买

中国山马越野系列赛黔江站下月开跑

本报讯 (记者 龙丹梅)重庆日报记者10月19日从黔江区了解到,2020中国山马越野系列赛重庆黔江站,将于11月1日在黔江城市大峡谷正式开赛。此次赛事设群众健身赛、23公里和42公里个人赛3个组别。

此次赛事由中国登山协会、重庆市体育局支持,黔江区政府主办,主题为“奔跑在中国峡谷城,欢聚于武陵会客厅”,共设奖金10万元,其中42公里个人赛最高奖金10000元,23公里个人赛最高奖金3000元。

今年黔江山马赛道仍然沿用前

三届比赛线路,包括土路、机耕道、石板路、公路、河堤、桥涵等多种路况。赛道从垂直落差达500米的峡谷出发,横渡阿蓬江,再沿江向山而跑。沿途还将经过4个4A级景区,串联起中国黔江城市大峡谷、爱莉丝庄园、濯水古镇等特色景点。赛事期间,组委会还将在濯水古镇非遗美食城举办非遗美食盛宴,同时推出濯水古镇“扶贫+旅游”特产馆,展示和销售以西兰卡普、石鸡坨土陶、丝绸、黔江鸡杂、羊肚菌、地牯牛等当地特色产品,市民可前往选购。



普及金融知识亮点纷呈 构建和谐金融普惠民生

兴业银行重庆分行将贴心服务送到金融消费者手中

创新双网双重点宣传
筑牢安全金融防护网

为响应中国人民银行、中国银保监会、中国证监会、国家网信办关于开展2020年“金融知识普及月 金融知识进万家 争做理性投资者 争做金融好网民”活动的号召,兴业银行重庆分行迅速行动,成立活动领导小组,对活动进行总体指导和部署。通过不断创新宣传教育的形式与内容,该行针对不同受众群体的特征偏好、不同的消费者需求、不同的宣传场合,选取有代表性的内容与业务亮点与消费者痛点相结合,开展了丰富多彩、形式多样的宣传活动。

据悉,在宣传活动中,兴业银行重庆分行充分发挥线下网点和线上网络优势,形成“线上线下联动、网络网点共进”的宣传体系,打造金融知识宣传“双网”平台,旨在加强公众金融知识宣传教育,提高社会公众风险防范和使用正规金融服务的意识。

兴业银行重庆分行立足网点,辖内28家支行、31家社区支行在网点跑马灯外利用LED屏滚动播放2020年“金融知识普及月 金融知识进万家 争做理性投资者 争做金融好网民”宣传口号及金融知识标语。分行营业部持续开展“财商小课堂”,将厅堂一角打造为“金融知识进万家”宣讲处,在厅堂人流量高峰时段组织员工为等候区的客户现场宣传金融知识。

据介绍,兴业银行重庆分行各支行利用营业网点面向客户,接触客户的有利条件,共开展金融知识沙龙讲座64场,提高活动的针对性和趣味性,营造了普及金融知识的良好氛围。

在线上,为扩大金融知识普及受众

面,方便客户查阅金融知识,该行在官方微信公众号上设立了“兴消保”专区,在及时转发监管机构关于金融知识风险提示的同时,从“基础金融知识”“识骗防骗”“风险提示”三大金融知识版块系列入手,发布了《兴消保·兴兴课堂·快来get人民币小常识吧!》《兴消保·小兴课堂·远离非法“校园贷”,别让青春背负债》《兴消保小知识·安全用卡必读,get小兴信用卡防盗刷指南》等微信宣传帖。

此外,该行还通过喜马拉雅音频平台、新浪微博、抖音短视频等网络媒体以及微信群、朋友圈的方式向务工人员 and 青少年普及金融知识,确保扩大活动的社会宣传面,对提高社会公众风险防范和使用正规金融服务的意识卓有成效。

深入开展“七进”活动
打造山城金融服务圈

兴业银行重庆分行“以点带面”,积极组织员工走出网点开展对外宣传。该行充分利用社区银行等优势,走进当地社区、商圈、公园、车站等区域,通过布置展台、手持印制的普及金融知识宣



传折页对广大群众进行派发和面对面的讲解,有效扩大了金融知识的宣传范围和受众群体;组织员工走进部分代发工资企业及其他友好合作企业,通过派发宣传折页、当面讲解以及集中讲座等多种形式积极开展普及金融知识的宣传活动;该行通过与重庆当地的小学、中学、大学等机构沟通联系,把“校园贷”“套路贷”“刷单贷”“裸贷”“个人征信”“银行卡”等金融知识送入校园。

除了走进社区、学校、企业等开展

活动在贫困地区集中组织开展金融知识普及教育宣讲活动,发放宣传折页,接受群众的金融知识咨询等,工作队员的细心讲解受到了群众的热烈响应,取得了良好的效果。活动月期间,该支行共集中宣讲2场,受教群众950余人,入户走访宣讲160余户,受教群众2100余人,有效提升广大居民群众的金融意识和金融知识水平,为金融服务的群众奠定了基础,获得了广泛的社会认可。

据统计,活动月期间,兴业银行重庆分行通过进社区、进商圈、进街道、进校区、进村镇、进企业、进乡村等“七进”宣教形式,共发放宣传折页3.2万余份,通过官方微信平台、新浪微博、喜马拉雅、新华网等网络媒体宣传,累计受众人群达1000万余人次,进一步发挥自身优势,为山城客户量身打造具备区域特色的网络金融服务圈。

真诚服务,相伴永远。后续,兴业银行重庆分行将持续做好金融知识的宣传普及工作,认真总结活动经验,高效有序地推广金融知识,不断优化金融服务。

武怡君

图片由兴业银行重庆分行提供