

售价五六万 拖挂式房车上市5天斩获10台订单 飞神集团转型触角伸向旅游市场

这几天,飞神集团陆续迎来了几位韩国、新西兰、澳大利亚客人,并收到了一份又一份见面礼。10辆拖挂式A型房车“飞神水滴”的订单,这让飞神集团总裁助理汤敏不禁惊喜:迷你露营车上市才5天,订单便纷至沓来,为公司自主品牌房车进军国际市场开了个好头。



员工正在赶制飞神水滴订单。

见习记者 康华

金华市首家专用车生产企业

正如汤敏所说,飞神集团的房车梦是走进千家万户,成为更多国际友人流动的家。为了圆梦,早在两年前,该集团就着手立项、生产设备采购、产品设计研发、运营准备。

在今年4月14日,飞神集团终于取得了包括警车、房车等系列产品在内的专用车生产资质,成为金华市首家专用车生产企业。在7月18日,该集团自主研发的金杯、依维柯、奔驰三大系列10多款自行式房车全面上线,价位在40万元到150万元不等,丰富产品线,选择更加多样化。

不仅如此,几天前,飞神集团又重磅推出了水滴迷你拖挂式房车,以其

智能高端的配置、五六万元的亲民价格秒杀了市面上在售的不少房车。它时尚的外型,24寸液晶显示器、多功能播放器、专业车载冰箱等高端配置,让韩国、新西兰客户一见倾心。

只要主车排量达到1.5,车主花费1000来元,在车尾加装挂钩,就可以轻松拖起飞神水滴。无需单独上牌,拥有C照的你可以说走就走,去看看那么大的世界。汤敏说,飞神水滴目前有3种配置能选择,消费者可以提前两个月定制专属房车。

房车完整产业链撬动旅游市场

说起将房车价位一降再降的原因,汤敏坦言,只有让老百姓买得起、开得上房车,市场才能真正发展起来。当前,中国人的旅游趋势正从自

然景观、文化古迹观光游向休闲度假游逐渐转变,而房车露营在国际上是趋势,在中国旅游经济领域是新兴市场,这说明房车在中国有很大的发展空间。而房车作为流动的家,只有家庭成本低才更易被接受,才能实现从小众起步向大众蔓延。

当然,飞神的房车梦还不单单局限在产品研发、制造、销售上,更大的野心还在于完整产业链的布局。汤敏边说着,边拿出飞神集团的战略规划图向记者描述起宏伟蓝图,我们还计划成立房车露营地管理公司、房车投资运营公司、房车俱乐部等,除推出房车租赁业务之外,还要与其他资源联盟,在北京、四川、贵阳等地组建露营地,用房车撬开旅游市场,从而实现持续经营,完善房车一站式服务体系,推动上下游产业全面发展。

中信银行 城东路社区支行 正式营业

通讯员 章洁

我办个ETC。6日一大早,市民陈先生来到中信银行永康城东路社区支行办理业务,有幸成为该支行的第一位客户。

与传统银行网点不同,该社区支行没有高冷玻璃,统一布设的低柜让银行员工与居民之间实现零距离交流。该网点虽然面积不大,但功能齐全,以温馨舒适的暖色调为主,区域划分为自助服务区、柜面服务区、花园品茶区、小型阅览区。

据了解,该支行开办了除现金业务以外的所有零售业务,同时专门创设社区支行版的特色服务项目,如针对五金城市场诚信经营户推出的“金城商户贷”等。

车间摆上 自动售货机

见习记者 康华

6日,和往常一样,在金凯德集团有限公司从事钣金工作的汪朝华在工作间歇,约上工友一起,来到自动售货机前,买了瓶冰饮料,边喝边聊,让自己放松一下。和金凯德一样,在入伏后,王力等企业在车间配备了自动售货机,让员工能在炎炎夏日享受清凉。

每天高温炙烤之下,喝点冰饮干活更有精神。汪朝华说,虽然公司发了加多宝、可乐等饮料,但没有直接在车间门口买冰饮方便。该企业车间主任应先生告诉记者,现在公司里年轻人越来越多,他们除了对工资有要求外,还更注重生活、工作环境的舒适度,公司考虑到这一点,才引进了自动售货机,并与合作厂家谈妥,使上架饮料比市场价每瓶便宜0.5元,让员工能得到实惠。

为了做好防暑降温工作,确保安全生产,除了自动售货机,我市不少企业还配备了茶水间、冰柜,为员工提供防暑药物等,从细节上关怀员工。



一台修边机两本环保证书撬开北美市场

星月:一张地毯铺就37%外贸增长

逆势飞扬 企业样本

浙江东方星月 地毯产业有限公司

员工:280人
产品:方块地毯
产值:1.6亿元

上半年出口1000万美元,同比增长37%

□见习记者 潜艇



撒手锏一:自主研发毛边修剪机替代人工,提效5倍

1日,星月地毯公司车间内,总经理窦秀峰正和机械动力部的同事,为最新改良款地毯毛边修剪机的上线运行做最后的调试。

我们自主研发的地毯毛边修剪机已是第四代产品,除了能与生产流水线直接连接外,产品毛边修剪合格率达98%以上。窦秀峰说,毛边处理好了,方块地毯才能获得客户认可。

此前,地毯毛边修剪全靠人工,虽每条生产线配备10名专职员工,可

漏剪、少剪、剪坏现象仍屡有发生,工效低下。为提质增效,公司专门自主研发了毛边修剪机。窦秀峰以一块长宽各50厘米的方块地毯为例,人工修剪毛边需要10秒,而用第四代机器只需2秒,效率提升了5倍。

而随着地毯质量不断提升,加拿大的K公司和NF公司逐渐加大订单数量。特别是在上半年,来自这两位国际大买家的采购量约达120万平方米,同比增长10%。

撒手锏二: 获GEI、CRI环保认证 深挖北美市场

其实,对于星月地毯今年上半年外贸出口额的同比增长,窦秀峰并不惊讶,他觉得这是公司长期以来注重品质和环保的必然结果。

GEI被称为世界最权威的室内空气质量管理机构,CRI以采用严格标准对地毯产品进行专业室内空气质量管理检测而闻名于世。由于要求严苛,鲜有国内地毯企业能得到他们的全部认可。而星月地毯相继通过两大机构苛刻认证,获得进入北美等国际高端市场的通行证。窦秀峰认为,正是凭借这两本护照,星月地毯才敢和国际地毯业大佬掰手腕。

国外客商,尤其是北美客户,十分重视产品环保性,对有大单合作的企业,还会实地考察生产场地和工艺的环保情况。今年,我们还把用于覆底工艺的水煤浆锅炉换成了天然气锅炉,把袋装的石粉和沥青改成了灌装。窦秀峰说,正因如此,今年上半年,该公司外贸出口1000万美元,同比增长了37%。