

众泰电动出租车频现质量问题

杭州新增300辆电动“的士” 安全问题待解

本报记者 周慧敏 实习生 任日莹

近日,万向集团欲联合美国跑车制造商VL公司收购陷入破产危机的美国豪华电动汽车品牌菲斯克(Fisker),万向集团接连出手布局新能源汽车,有媒体评论:电动汽车,春天真的来了?

万向公司频繁的动作再次吸引了人们对新能源汽车行业的关注,与之形成对比的是,杭州的众泰电动出租车却频现质量问题。针对杭州频频曝出的众泰电动汽车质量问题,《中国企业报》记者暗访了多位杭州电动出租车司机,很多车主表示质量问题确实不少。企业安全技术还不够“硬”,杭州300辆众泰新车即将上路,谁为乘客“戴上安全帽”?

安全隐患终难“彻除”

其实,众泰电动汽车的质量问题已不是什么新鲜事。早在2011年,众泰汽车生产的一辆纯电动出租车就在杭州街头营运时发生自燃事故引发公众关注,众泰一度被推上舆论的风口浪尖。近日,众泰电动车又频频曝出质量问题:刹车失灵、方向盘不能控制……这些潜在安全隐患让人们再次对众泰电动车的质量产生疑虑。

司机们普遍反映,杭州的一些电动出租车大大小小的问题都有存在。尹师傅跑这个车已经两年多了,说到车子的坏率他很是无奈:“这个电动出租车维修率还是比较高的,我的车子主要是刹车问题。记得有一次,在马路上拉客人,车子开着开着刹车突然失灵了,怎么踩都没有用,当时客人也被吓坏了,幸亏平时我开车速度比较慢,才没有酿成惨剧。这种问题很容易发生交通事故,安全隐患比较大。”

记者暗访了多辆该品牌的电动出租车,除了刹车,方向盘突然失灵难以控制、电机坏损、发动机不能启动等也都是常见问题,至于汽车坐垫、车窗玻璃的质量不好更是屡见不鲜。不仅在公共领域,前不久,杭州电视台生活频道曝出私家车主买众泰电动车短短一年大修十几次,由于驱动电机漏油、方向机经常异响的问题,沈师傅换了三只驱动电机和八只方向机。虽然众泰汽车从去年10月份加大改进力度后情况有所好转,但技术还是不成熟,质量始终不过关。

为此,记者暗访了杭州电动汽车的维修点,虽然已是晚上9点,看到厂内仍有10余辆等待修理的电动汽车,除了电动出租车还有政府用车和



众泰电动出租车频现质量问题,
成为制约杭州电动车发展的一大
难题。

私人租赁的电动车。从维修点的维修人员处了解到,因为是晚上所以客流量已经减少,待修理的车子比较少,白天来修理的人会更多。在一旁等待维修汽车的一位“的姐”告诉记者,每天因为质量问题需要抢修和前来维修的车子至少20辆,多的时候不止这个数,如果白天来大多数时候需要排队。目前,杭州公共领域的纯电动汽车涵盖了公交车、出租车、邮政车,还有一些政府用车,纯电动出租车约200辆,众泰品牌占多数。记者就众泰电动车的质量问题致电杭州分公司总经理李向国,他表示,汽车质量一直在不断地改进中,安全维修方面不方便透露,目前还没有出现大的事故,一切运作良好。

由于电动出租车在杭州市区内运行,行驶的路程相对较短,且在众多的出租车“大军”中,200辆众泰电动出租车只占总数的很小部分,存在质量问题不易暴露,但它们就真的没有安全隐患吗?

300辆新车

“受阻”或“前行”?

据了解,杭州将新增300辆纯电动出租车,六月底前投放。根据初定方案,这300辆出租车交由市电力局旗下的杭州新能源出租车公司运营,采用众泰新能源汽车车型,模样与杭州现有的电动出租车一致。但目前运行的困难远远大于生产本身,服务和技术均是软肋。根据使用者普遍反映,众泰等品牌的电动汽车故障不少,杭州试点的200辆出租车安全还没有彻底保障,这新增的300辆要怎么确保乘客乘车已经“戴上了安全帽”?有业内人士表示,相比于私人购买,将电动车首推于出租行业能更快地融入市场,但企业的技术不够

“硬”,质量没有完全过关,将新产品匆忙推向市场,乘客们的安全该由谁负责?消费者一旦对新能源汽车失去信任将很难恢复,得不偿失。

杭州的电动出租车司机告诉记者,相比比亚迪一次充电能跑200公里,现在的众泰只能跑80公里,蓄电能力较弱成了新能源车打入汽车市场最大的“绊脚石”。杭州现在有12个充换电站投入使用,需要供应200辆电动出租车,很多“的哥”、“的姐”认为供不应求,在充电站需要长时间等待。如果再投放300辆新车,它们能不能远离阻碍,在城市快速前行?因为企业独家垄断使零配件的价格也十分昂贵,换一块普通的铁皮需要400元,很多“的哥”抱怨“换不起”!

事实表明,从2008年政府决定补贴新能源车购买者算起,在市场热闹了多年的新能源汽车即使在国家力推的大背景下仍走得并不十分顺畅。对一些中国车企来说,为了迎合政府和战略性新兴产业发展需要,投入很多资金研发新能源汽车,但实际效果并不明显。众泰的技术不完善,质量不过关,安全隐患不能根除,半数以上杭州的受访民众觉得难以放心使用。多数的中国企业在新能源汽车的战略选择中致力于纯电动车的研究,在技术还不成熟的情况下企业乘着政府“财政补贴之顺风”盲目扩大电动车生产,呈现粗放式、膨胀式扩张,对初入市场的新能源汽车来说是不是有益处?新能源车的初衷是环保,在驶向环保的路上,是“匆匆上马”还是慎重对待这是需要思考的问题,特别是在公共领域的推广,任何新产品都应严格把关。

“走得好”才能“走得快”

就众泰电动车频发质量问题,记

者采访了杭州汽车行业协会秘书长潘建平,他认为面对新生事物,既不能过分苛责也不应忽视质量问题,而是提供宽松环境促其健康发展。

据了解,众泰企业自推出电动汽车后,企业知名度大大提高,由于涉足的时间不长,在研发积累、造车经验方面均不充足。有业内人士表示,电池坏损等问题并不完全是汽车企业的责任,虽然众泰汽车表明不方便透露电池提供商的名称,事实上众泰在2008年早期宣传中提到,“配备万向电动汽车有限公司的聚合磷酸铁锂电池,其中电池组管理系统和牵引电动机都是由万向电动汽车公司提供”。目前热衷于生产电池、电动车的企业确实不少,但并不是所有企业都能严格进行研发和试验,技术始终是软肋。

潘建平说,新能源汽车是汽车领域的新品牌,完全推广确实有一定的难度,关键是技术提高和市场推广要“两手抓”。杭州推广电动车的步伐除了“走得快”,更要“走得远”。在国外,推广了多年的电动汽车技术仍没有完全成熟,对本土企业来说无疑是一种挑战。种种迹象表明,任何新产品从研发试点、推入市场到最后被市场接受都不是一蹴而就的,众泰电动汽车质量问题的暴露似乎是一个必经过程,从好的方面来说这有利于行业的健康发展。“发现问题”才能让企业静下心来搞技术研发,半成品才能逐渐成长为成熟的产品,在市场走得更远更久。

要“走得快”、“走得远”,除了攻克产品的技术难关,企业和政府还应考虑一些后续问题,比如废弃的蓄电池是不是会对环境造成二次污染?至截稿前,中国广播网的报道《废蓄电池严重污染环境,珠海市环保局将加强监管》一文引发了记者的思考,纯电动汽车真的“纯环保”吗?

大鼎光控锁:“谁能打开,200万当场奉送”

实习生 任日莹

“谁能打开这把锁,200万元当场奉送!”在前不久的中国(永康)国际门业博览会上,浙江大鼎光控科技有限公司在现场设起了“擂台”,凡在规定时间内以非破坏方式打开主办方生产的光控密码锁的单位或个人,经公证机构公证,开锁行为不存在舞弊,现场群众见证,200万元大奖当场奉送。这个活动吸引了不少人的目光。

这究竟是一把什么样的锁?人们传统观念里的锁一般是用钥匙开的,但这些传统锁具不可避免地将部分元件暴露在外面让小偷有机会撬损。据记者了解,浙江大鼎光控科技有限公司生产的密码锁不需要用锁,不用磁感应,利用隐藏密码的光束打开门锁,除了光纤入口,其他元件都隐藏在门背后,使得小偷“无机可乘”。该产品已经获得了国家知识产权局颁发的专利证书,在2009年9月30日

锁的闭合电路利用隐藏密码光束将锁打开,公司此次在门博会上举行打擂台活动主要是为了将光控密码锁的原理更好地推广,让大众对这把“新型锁”的安全性能有一些了解。

该公司董事长方荣光表示,这次的擂台过后也将继续接受挑战,证明大鼎光控超B特防锁的独一无二,光

控密码锁还在中国人寿保险公司投保50万,让顾客无后顾之忧。除了安全性能高,密码锁的锁心、弹子等基本都以铜为材料制造,光控密码锁外壳全部使用不锈钢材料,走低碳环保的“绿色路”。目前,大鼎光控有限公司主要生产光控密码锁,衍生产品有防盗门、保险柜等安防产品。

亿超眼镜八周年回馈消费者走进丹阳

实习生 任日莹

“顾客是上帝”。杭州亿超电子商务有限公司CEO李昌利告诉记者,这是亿超眼镜始终奉行的宗旨。5月24日至25日,借助亿超眼镜8周年之际,公司举办“相约亿超·眼镜之行”活动,感恩支持公司发展的顾客群体。不少参与此次活动的顾客表示,现在这样做的企业并不多,第一次感受到企业发放的“温暖福利”,通过这次活动

也能将消费者的需求传递给企业。

两天一夜的行程,亿超工作人员带领顾客参观了亿超实体店、总部、物流中心,游览了眼镜故乡—丹阳,参观眼镜生产基地并开展了一系列互动活动。“我们的顾客代表能亲身体验眼镜文化,借此机会向顾客展示亿超·展示眼镜,也希望顾客走近亿超,了解亿超·认识眼镜,拉近亿超与顾客的距离。”公司创始人李昌利说,一切以服务消费者为本,拥有亿超特色的创新配镜模式,

也将对眼镜行业产生巨大影响。

亿超眼镜是国内第一家将眼镜零售运用于电子商务的公司,独特的线上线下相结合模式,为其争取了更多的利润空间。目前,亿超眼镜已经开始布局国内电子商务发达城市的规划,在目前已经杭州、宁波、上海线下体验店的基础上,北京、深圳、广州、武汉、南京、重庆、成都等城市都在筹备中,到2015年亿超眼镜体验店将遍布国内一线城市。

浙江省衢州市衢江区

利用本地资源 打造特色文化

严丽娟

深挖地域特色文化,精心打造具有鲜明地方特色的文化品牌,营造浓厚的文化氛围,是推动文化发展繁荣的一条有效途径。

衢江区是2001年撤县组建的新区,属浙江省经济欠发达地区,财力相对不足。笔者认为,开发利用好本地特色文化资源,充分展示浓厚地方特色,形成差异化发展思路,以有限的投入打造群众文化品牌,丰富群众文化生活,对促进衢江区文化大发展、大繁荣至关重要。

着力打造特色鲜明的孝、廉文化

莲花镇“廉文化”,湖南镇“孝文化”,全旺镇“善文化”,灰坪乡“红色文化”等,是衢江区独具地方特色的文化品牌,有着鲜明的地方特性和浓厚的底蕴。所以要在“孝、廉、善”字上做文章,做出特色。通过各种宣传手段进行传播,以此来教育、熏陶、影响全区人民,让更多的群众受到深刻的伦理道德教育。我们还创新方法,如通过举办专题文艺演出、孝文化节、孝文化研讨会,评选十大孝子、编辑孝子事迹为内容的读物进学校、乡镇,开辟孝文化专栏等多种形式,让孝道文化发扬光大、深入人心,努力使衢江所有公民都成为孝敬父母的表率。另外,充分挖掘赵朴墓位处莲花镇的文化资源,以弘扬“一琴一鹤”一生清廉为官的赵朴精神为契机,建立廉政教育基地,尽可能地让赵朴的廉政精神家喻户晓,深入人心,打响具有衢江地方特色廉政文化,让衢江人及外地客人随时随地能感觉到孝、廉文化的气息。

挖掘、发展民间传统艺术文化

衢江区95%为农业人口,乡土文化气息十分浓厚。根据村镇各自的地域特色、乡土民情,挖掘人文资源,发挥农村文艺人才“乡土文化”主力军作用,激活群众文化资源,让民间艺人各展才艺,这是形成衢江特色文化的最佳途径。

举村“茶灯戏”、横路乡“马灯戏”、沈家板龙等,都是具有鲜明地方特色的民间传统文化。要充分发挥民间艺人的特长,培育一批文化示范户、“非遗”传承人农村文化“领军人”,把乡间文艺骨干自创、自编、自导、自演、具有鲜明地方特色的节目搬上舞台,积极吸引和辐射带动周边农民群众参与到文化活动中来;其次,在乡镇举办农民“种文化”擂台赛,吸引群众参与,掀起农民“种文化”新高潮,充分激发广大农村群众的文化自觉性。大力实施农村文化队伍素质提升工程,坚持定期举办基层文化员、农村文艺骨干、村级文化管理员、业余文保员和非遗传承人等培训班,开展文化示范户创建工程和文化干部下乡辅导工程,采取骨干带动、活动推动、机制促动等方式培育壮大文化主体。

加大民间文化传承和保护力度

尽管衢江区农民人均纯收入只有7000多元,但并不富裕的农民群众对文化生活却非常热切。目前,衢江区全区共有各类文体团队560多支,省级文化示范户95户,省优秀民间文艺人才辈出13人,这些活跃在全区各地的民间艺术团体,都是群众文化很好的展示窗口。

如莲花镇古楼底村婺剧团、峡川镇的婺剧团、高家镇欧塘村业余婺剧团、云溪乡车塘村十番锣鼓队和舞龙队、举村乡洋坑村的“茶灯戏”、横路乡下墅街村的“女子马灯戏”,杜泽镇上泽村和上方镇大立村的农民艺术团等等,都是民间艺术、民间文化传承的生力军。为了让他们能更好地传承和光大各类民间艺术,对这些民营艺术团队,应采用政府购买服务和设备更新贴补等形式予以扶持。

培养民才是传承民间文化艺术的好办法。如上方镇山头底村黄菊莲曾是幼儿教师,为了传承马灯戏,特地到城里学习,在区文化馆的帮助下,牵头组建马灯戏艺术团;大洲镇一村何文龙是当地的文化示范户,牵头组建了大洲农民演艺团。高家镇欧塘村吴培根参加全区戏曲大奖赛后,回村组建了业余婺剧团,自编婺剧《杨柳青青》在当地群众中演出,深受群众欢迎。通过进一步网罗民间艺人,加强他们的培训和管理,建立艺人专门档案,为今后储备特色民间文化人才。

探索组建“文化连锁超市”

整合全区文化资源,以文化、文明、科技等流动舞台车一车多联方式,探索组建“文化连锁超市”,满足群众个性化需求。通过下基层、进农家等形式,列出文化组合“套餐”供群众选择,量身定制群众喜闻乐见的“菜单”,由群众自主“点菜”,开通流动图书车和流动舞台车、启动数字电影放映,开展送戏下乡、送电影下乡、送书画进农家等一系列丰富多彩的文化活动,为群众精心准备文化盛宴,满足群众个性化文化需求,让老百姓在家门口享受免费文化大餐。

依托“一馆一站一场”,发挥村级图书室作用,进一步充实农家书屋藏书,设立流动图书室,开展“送书下乡助农致富”活动,为农民学习科技知识提供充足的精神食粮。

流动舞台车群众自主选戏。选调文艺骨干,以群众喜爱的两个文明建设和城乡新人新事为素材,精心编排戏曲、小品、歌舞等节目,以群众喜闻乐见的形式开展“干部连民心、平安连万家”文艺会演“流动舞台车”送戏下乡活动,着力把“流动舞台车”打造成农民的“文化110”,开展送戏下乡;组织流动放映队、调集一批反映时代主题的优秀影片开展送电影到农村活动,群众自主点片,让广大群众享受快乐、健康、丰富的文化生活。

(作者系衢州市衢江区文化馆馆员)