

中关村丰台园创新企业风采

为中国通航产业保驾护航

——海丰通航“军转民”技术填补国内通航保障领域的空白

□ 本报记者 宋莉

通航保障



远程塔台——通过视频压缩、传输、拼接技术,在机场以外的区域实现塔台功能,具备指挥多个机场的能力。



直升机移动机场——具有直升机机库、起降平台、塔台指挥以及地勤保障功能,保障直升机运输和野外作业。



移动加油站——具有航油杂质过滤、油水分离等功能,能够保障直升机用油安全。

从科研院所敢“剥离”进行公司化改制,从海军军品研发大胆转型切入通用航空保障领域,短短4年的历练,让落户于中关村丰台园的海丰通航科技有限公司大跨跃发展,依托军用技术转化成通用航空保障技术,填补了国内通航保障领域的空白,以保障安全飞行前,提高通航企业运营效率,以航空运营带动区域高端产业聚集与发展,成为中国通航保障产业独一无二的明星企业,也成为中国构建通用航空保障体系最具潜力的专家。同时,丰台园为创新企业提供了便利的条件,在丰台园的大力支持下,海丰通航的蓝图日渐完善,聚力合作,稳健跨越,丰台园为朝阳创新产业提供了便利条件。

“军转民”聚焦“通用航空”

今年7月18日下午,“第三届AOPA飞行大会”在克什克腾旗大草原上演“草天盛宴”。“移动加油站”和“软体油囊”在现场为参演航空器轻松加油,工作人员通过“野外保障车”与主会场、飞行员进行多方沟通,及时调整航空器表演状态以达到最佳观看效果;大会现场总指挥根据野外保障车提供的跑道、风向、温度等数据,及时有序地安排调度机队出场顺序及机型,确保了飞行大会的整体质量;与此同时,野外保障车也在时刻注意着观演人员是否处于安全区域,在第一时间监测并协调工作人员进行状态恢复及秩序维护;当然,它还承担了衔接媒体对大会各环节及时拍摄的指挥工作,保证了本次大会的精彩内容实时报道。

“这辆野外保障车正是由海丰通航科技有限公司自主研发的宝贝之一。”在海丰通航公司七层“通航产品概念设计中心”的展厅内,在相关负责人的指引下,记者看到了这辆神通广大的“野外保障车”的“踪影”,以及多次陪伴它共同作业的部分具备通航保障功能的“小伙伴”。在“通航云数据运营中心”,记者通过现场的远程塔台系统,实时观测到了几十公里之外的“密云机场”,通过先进的低空监视技术、云计算技术、物联网技术等,维修技师的每一个活动都会通过信息化载体实时进行后台记录并传入云数据运营中心,海丰通航的专家团队可以通过该系统,完成飞行器监视、飞行语音指挥、机场设备管理等,对现场飞机的飞行全过程进行安全管理。

事实上,眼前这些一流的航空保障设备,其技术源头与海丰通航多年的军品研发实力密切相关。据介绍,海丰通航科技有限公司原名北京海丰系统工程技术开发公司,隶属于中国船舶工业集团公司船舶系统工程部,在上世纪80年代海军首次实现直升机上舰任务中,公司技术骨干积极参与其中,发挥了重要作用,在近30年海军舰载机不断发展的过程中,处处可见公司技术人员的身影。2010年开始,中国船舶工业系统工程研究院将舰载直升机保障系统业务推向民用通航市场,通过中船集团支持获得国资委的支持建立通用

飞行器保障系统产业化示范基地,2013年在此基础上组建海丰通航科技有限公司,此时的海丰通航,形成了“舰载直升机保障系统”和“通用航空保障系统”两大业务双轮驱动发展。

航母级品质保障“五个一”

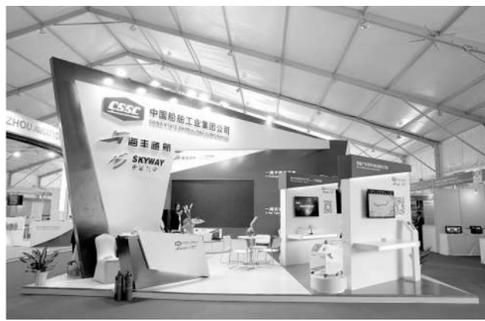
通过“通航云数据运营中心”的远程塔台系统,在丰台园星火路4号可见位于北京市密云县穆家峪镇的密云机场秩序井然。该机场是海丰通航承建的第一座智能化机场,主要由固定翼跑道、会员机库、直升机展示中心、飞行培训中心、航材航油仓库等构成,能够满足小型固定翼飞机及直升机起降条件。海丰通航为该机场提供了智能化保障的整体解决方案,包括“一站式”地勤保障系统、灯光助降引导系统、远程塔台指挥系统、智能机务管理系统、信息化运营系统、野外机务作业保障系统和航空应急地勤保障系统等七大核心系统。基于密云机场业主对海丰通航技术和产品的充分认可,双方建立了全面战略合作伙伴关系,海丰通航为其未来更多地起降场点的建设提供一揽子解决方案、一体化集成系统、一站式产品支持、一条龙技术服务和一网式云端管理等“五个一”的服务。

由于今年政策利好和旺盛的市场需求,越来越多的企业摩拳擦掌准备进入这个新兴高端产业。2013年,在北京国际航空航展上,浙江某民营企业与海丰通航“一见钟情”。双方决定合作在浙江永康建设通用航空保障基地,开展飞行培训和飞行器销售和服务等业务,并依托该基地进一步建设覆盖金华地区的起降场点网络。从前期的咨询服务,到机场选址、方案设计,再到中期的机场施工、系统集成、飞机采购、专业人员的招聘,以及后期的飞行培训招生和机场运营管理,海丰通航从头到尾不但提供了“一揽子解决方案”,而且提供了“一条龙保障服务”,帮助客户建好机场、组建团队、成立通航公司,直到取得运营资质开始商业运营。

目前,海丰通航已经与国内50多家通用航空公司建立合作关系,并与全国多个省市地方政府和企业规划布局和建设区域性通用航空保障体系,并按照各个地方的产业基础、优势来差异化通航产业发展定位和方向,实现通航产业的结构平衡和优化。

“造梦英雄”情系通航保障

4年来,作为国内唯一从事航空器保障系统集成的国有单位,海丰通航一方面继续承担军用航空器保障系统及装备的科研、生产和工程服务工作,另一方面,在通用航空保障系统集成、通航机场规划设计、通航信息化建设等方面全面发力,特别是航空应急救援保障、野外作业机动保障、通航机场建设、低空监视与服务等方面积累了大量的技术和产品储备,力求“智能化、集成



化、标准化”,其系列产品涉及通用航空保障产品、野外作业机动保障产品、低空空域监视与服务产品以及通航云服务平台等5大类100多种。

“自主创新是我们的基因,无论发展到哪一步,我们都不会舍研发环节。”海丰通航相关负责人介绍,目前,该公司已经申请了21项专利,与澳大利亚航空航协签署合作协议,与澳大利亚企业联合开发产品,并与吉林大学、天津民航大学、南京航空航天大学、哈尔滨工程大学等保持长期合作关系,并获得中关村及丰台园创新基金的支持。

在近期珠海举行的中国国际航空航展上,海丰通航以完整的产品和理念亮相,成为整个展会期间唯一以通用航空保障系统解决方案为核心的展商,中船集团领导参与签约仪式及新闻发布会,并成为通用航空行业参展商的亮点,得到了中航通飞、北京通航、新疆通航、华彬航空等同行的关注和认可。

海丰通航以在全国布局通用航空保障体系为目标,立足“系统集成商、战略投资商、运营服务商”的产业定位,在具有优势的系统集成能力基础上,通过创投基金发挥资本杠杆作用以及带动形成区域性产业运作平台,通过并购相关通航运营企业形成商业飞行运营资质和能力,形成了通用航空系统集成、通用机场工程、飞行社区建设、通用机场托管、信息化运营服务、飞行器维修保障、特种飞行和培训等七大产品平台,逐步具备全产业链运行能力。

“改革开放才有通用航空产业发展的机会,使人们开始做飞行梦。我们相信,未来,通用航空产业将迎来井喷式增长。”在海丰通航相关负责人看来,海丰通航的“中国梦”就是通过高品质的军用产品实现的“强军梦”和通过通用航空保障体系实现的“飞行梦”。

探索中国地理标志产业发展通途

——地大物博创新电子商务模式“炒热”中国地标产业

□ 本报记者 宋莉



丰台区副区长张婕带领丰台园有关部门领导到地大物博现场指导工作。

1994年,我国正式引入国际地理标志认证规范。此后,几位颇具眼光的投资者共同出资拍摄《走进中国地理标志》百集系列片。2012年,伴随着互联网创业的浪潮,这几位对地理标志情有独钟的投资者入驻中关村丰台园,合创北京地大物博电子商务有限公司,投建中国地理标志产品商城,专门用于中国地理标志产品的发布、展示、咨询、交易、服务。商城平台上线一年后,其构建的涉农电商五位一体的发展模式酝酿推出,至2014年,公司已经开始A轮融资……

地标上网引来“一品三笑”

“地理标志是一种新型知识产权,地理标志产业是国家发展特色农业、弘扬传统文化的一种知识产权战略。”地大物博公司相关负责人介绍,中央一号文件明确提出,要充分运用地理标志和农产品商标促进特色农业发展。我国地大物博,疆域辽阔,地方“土特产”丰富。1994年,我国政府根据国际惯例和我国的实际情况,正式引入国际地理标志认证规范,用商标知识产权来保护特色农产品和地方特色文化产品。国家工商总局商标局、国家质检总局和农业部三个部门,均依据不同的法规开展地理标志登记注册工作。截至2014年8月底,经国家注册审定的地理标志产品为5094件。

数据显示,2013年,我国地理标志产品年交易量为2.14万亿,地标农产品相较于普通农产品的售价高出60%—500%。这立刻触动了电子商务专家、中国品牌商城创始人兼CEO米克的神经,并与几位投资人一拍即合,由米克出任新筹建的地大物博公司总裁,率领精英团队开始搭建建

业的地理标志垂直电商,并于2012年下半年搭建起了目前国内最大、技术最领先、最具权威性的B2C地理标志产品电子商务综合交易平台。

短短两年间,入驻商城的具有一定规模的地理标志产品供应商近600家,购买用户超过5万人,官方微博粉丝达200万人,在线展示交易的中国地理标志产品已达千余种。更值得一提的是,两年来,“网络预售、先尝后买、私人订制、名人代言”等各种地理标志嫁接接到互联网上新的“玩法”。

例如,2013年8月,新上线的中国地理标志产品商城就成功举办了一次使用地理标志商标的产品——“平谷鲜桃”网上预售。短短一周内售出6000多箱,当桃子还在树上的时候便已预售一空,如此便克服了传统冷藏后出售的弊端,实现了从原产地对接终端消费者,当天采摘、当天送达,充分保证了大桃的天然新鲜。除此之外,中国地理标志产品商城还大大提高了原产地的采购价格,增加了农户的收入,同时压低了预售的价格,使消费者得到了真正的实惠。由于去掉了中间的渠道成本,网站也得到了一定的利润,可谓做到了“一品三笑”:一个地理标志产品的独特运营模式,博得农户笑、用户笑、网站笑,皆大欢喜。

“五位一体”分享地理标志

“中国地理标志电子商务平台仅仅是公司‘五位一体’战略的第一位。”在地大物博公司相关负责人看来,地理标志产品的产业链布局是企业发展的长远目标,快速补“位”是接下来的发展重点。

地大物博公司的“第二位”战略架构,是建设“国内首家展示中国地理标志文化的专业博物馆”。该博物馆分设综合展厅、专题展厅、信息发布厅、3D数字放映厅和会议室。是一个集中国地理标志精品收藏、展览、宣传、品鉴、教育、交流等多功能于一体的、公益性的社会文化服务机构。为国人特别是青少年提供一个了解我国劳动人民的勤劳智慧、展示我国农耕文明和各地自然禀赋的独特魅力、弘扬中国地理标志产品文化博大精深的窗口。目前博物馆已接待各级领导和各界人士万余人次。

尝试性建设“地标单品原产地示范园项目”是“第三位”视角。北京油鸡是国家珍稀物种,素有世界鸡中凤凰之美誉。该公司目前已与北京邻家老娘联袂合作,实验性的投资建设了北京油鸡生态示范园,并于今年10月全部投入运营,年出栏3万只高端油鸡,日产8千枚油鸡蛋。“中国地理标志产品社区连锁体验店”是“第四位”战略架构。即以中

国地理标志产品商城为平台,以地理标志产品供应商和合作企业的连锁运营网店为基础,组建合作公司,共同运作中国地理标志产品连锁体验店项目,创建中国地理标志产品线上运营、线下体验、安全追溯和仓配一体的O2O运营模式,直接触及网络终端消费群体,形成全网覆盖效应。目前,该项目已进入店面方案设计和合作伙伴征集阶段,拟在明年上半年在北京地区进行实验性运营。

“第五位”战略架构即2015年规划筹建“中国地理标志产业总部基地”,将所有与中国地理标志相关的产业群体和社会服务群体联合在一起,共同构建一个总部经济生态链。在这个生态链中,聚合所有从事中国地理标志生产、科研、服务、电子商务、互联网支付、特许经营权交易、金融、法律、媒体等领域的单位以及专家、学者、企业家,共同助推中国地理标志产品产业发展。

战略布局“整合赢天下”

“经过两年多的创新发展,公司已建立了一支顶尖的技术研发和运营管理团队,拥有七项自主创新的专利技术,成为国内首家在电子商务领域全面采用国际标准的创新型企业。”地大物博公司相关负责人介绍,未来其发展战略将重点围绕“高筑墙、重联合、广积粮、缓称王”12字诀:

“高筑墙”即以地理标志为切入点,挖掘农产品电商最好的商业模式并提高行业壁垒,拓宽护城河;“重联合”即在陌生领域,采取业务合作或股权绑定多种方式联合最强的合作伙伴共赢,做产业链的整合者;“广积粮”即大手笔投资,积极引入人才,搭建完善的供应链和精准的用户网络;“缓称王”即不看重短期盈利而看重价值创造,主要体现在地理标志产品文化体系、地理标志产品包装规范、示范基地标准、安全追溯体系、仓配一体化、品牌孵化。

在上述战略思维下,地大物博公司于今年上半年发起组建“中国地理标志品牌联盟”,致力于全面促进地理标志产业发展,在行业中发挥服务、协调、维权、自律、管理等作用;考虑到实体博物馆面积受限,公司正以创新的3D技术打造在线数字博物馆,建成后用户在网上参观浏览,并可运用先进的云技术和交互技术实现虚拟种植,“丰收”后还可兑换真实产品;在北京新发地农副产品批发市场内创建“国家地理标志产品会展中心”,包括风格迥异的地理标志产品和地方名特优新产品展示体验馆、国外地理标志产品展示体验馆、中国地理标志航母企业产品展示体验馆共48个;与宅急送股份有限公司强强联手构建涉农电商仓配一体化新格局,从平台协作、IT能力建设、股权投资、增值服务和仓配一体化五个方面进行合作;与杭州乘彦信息技术有限公司合作建立“中国地理标志产品质量安全追溯体系”,运用“基于SOA的农产品质量追溯信息系统”,从源头种植到生产加工、物流配送全部覆盖……

截至今年6月底,地大物博公司已累计投资达2000万元人民币,并且还将继续投入。该公司负责人表示,为了让更多的国人了解中国地理标志文化的博大精深,让更多的消费者吃上安全放心的绿色食品,让更多的农民走上富裕之路,实现农业富强、农村富足、农民富裕的中国梦,这样的投入值得!



地大物博公司董事长侯继红、总裁米克向到访的中国文化研究会领导介绍地理标志产品。



北京市科委领导参观地大物博公司博物馆。



网友踊跃参加平谷鲜桃私人定制活动。