

党建引领 科技支撑

山东日照市水务集团持续构建水务全产业链体系 销售额年增长率达30%以上

本报记者 姜永腾 汪涛 齐玉磊

山东省日照市水务集团有限公司自2016年组建成立以来,持续构建主副业并举的水务上下游全产业链体系,着力发展仪表制造产业,坚持党建引领保障,党员干部职工发挥先锋模范作用,推动技术研发、市场开拓、精准销售多点开花,2020年销售额逆势上扬突破2000万元,自成立以来每年保持30%以上的增长率。

搭建“四梁八柱” 强化基层党组织建设

为打造公司化、专业化、规模化的仪表产业团队,日照市水务集团引进社会资本合作成立了日照贝林仪表有限公司,专业开展仪表研发与生产。成立了党支部,坚持把党的领导融入公司治理各环节,把企业党组织内嵌到公司治理结构之中,党建写入章程,明确党组织在决策、执行、监督各个环节的权力和工作方式,建立健全现代企业制度和党建工作制度,使党组织发挥作用组织化、制度化、具体化。

该公司党支部充分发挥把方向、管大局、保落实的核心引领作用,全面参与合资企业监管办法的起草、讨论、制定,贯彻落实“三重一大”决策、重大经营事项前置讨论制度,先后研究通过年度生产经营目标、物资采购管理、职能部门设置、销售考核管理、

人员薪酬方案、审计整改措施等多项重大议题,先后修订完善10项管理制度并落地实施,进一步规范了公司管理。同时,日常加强政治思想建设,坚持学懂弄通做实,用先进理论指导生产经营实践。根据市场产品需求和科技发展趋势,完成了物联网水表、LoRa小无线水表申报型评批复,顺利拿到4项型评批复。积极推进直饮水水表、超声波水表、电磁流量计等目前市场需求强烈的产品型评申报,完成了质量环境安全三体系年度审核工作,发挥拓展产品种类,加强企业质量管控,提升产品品质。与山东理工大学、积成电子、汇中仪表等高校、上市企业积极开展技术合作,提升产品质量增强技术保障,彻底解决制约公司发展瓶颈。

党建融合生产 保障科研攻关

公司党支部坚持党建与生产经营融合发展,建立“党员带头人”机制,组建了“党员攻关组”、党员突击队,开展科技创新和技能比武,提升企业创新能力和员工技能水平。公司申报了“研发应用物联网水表及电子远传水表技术创新项目”和“莒县夏庄工业园区智慧水务工业企业供水排水预付费项目”两项创新成果,做到了水表品种全覆盖,填补了公司产品不全、市场竞争力不强的短板,也为下一步开拓外部市场提高了竞争

力,两项创新成果分别被集团评为科技创新一等奖和三等奖。先后组织了水表组装、水表检表两项技术比武,以及管理、研发、销售、安全、消防等多场主题培训活动,进一步激发党员干部职工的干事创业激情,提升了企业团队战斗力和市场竞争力。通过新产品型评许可的拓展,积极开拓原料采购渠道,制定物资采购管理制度,完善物资采购流程,成立物资采购小组,原料及产品采购渠道将全面建立新的采购渠道和降低关联度,企业利润率由原来的18.73%提高到目前的19.25%。降本增效效果明显。通过技术创新,新改造水表表组旋紧装置,从原来的2分钟组旋紧1只水表提到现在的2分钟可以组旋紧8只水表;同时,水表表组旋紧设计合理的力矩,切实解决了过去水表组旋紧过松漏水、过紧玻璃损坏的弊端,改变了原有手动旋紧到自动旋紧的技术跨越,生产效率提高800%,产品质量同步大幅提升。

党员冲在一线 销售产值连创新高

2020年春节,面对突如其来的新冠疫情,公司党支部强化责任担当,全力抓好疫情防控工作。针对合资方人员放假返回外地,因疫情管控无法返回的情况,集团派驻合资公司的党员干部职工讲政治、顾大局,带头坚守岗位,发挥防疫主力军的作用,

切实做到守土有责、守土负责、守土尽责。他们连续40多天一直坚守在疫情防控、值班值守第一线,做实做细防控措施,购买补充防疫物资,每日人员疫情调度,业务学习网络授课,市场线上业务开展,售后服务及时到位,充分发挥共产党员、青年团员的先锋模范作用,做到停工不停学习、不停业务、不停服务。为继续巩固本地市场,提升市场份额,公司党支部研究建立了分区域、分类型的项目库,推行战略合作模式,实行项目负责制,分类分工进行对接跟踪,一切围着市场转,上下合力内外联动。通过代理商、加盟商合作推广方式,重点开拓外部市场,先后组织多批外地地区代理商来公司考察、洽谈,济南、泰安、滨州、潍坊等地已取得合作及供货,党员带头积极和外地水司、水务、水利、农村市场等进行推广和参与项目合作,争取合作机会。坚持抢抓机遇精准销售,在2020年全市户表改造项目销售库存DN15光电直读远传水表、机械水表6763只。对外加大推销力度,DN20光电直读远传水表、机械水表库存销售3017只,前期为户表改造储备的库存全部售出,盘活消化库存,资金周转取得突破性进展,公司经营态势得到根本好转,为高质量发展注入了新动力。2020年,公司全年销售各类水表62373只,同比增长48.98%,实现结算收入同比增长38.84%,利税同比增长42.73%。

让文化之光在此汇聚

金螳螂倾力打造菏泽市文化新地标

菏泽市民文化中心项目位于山东省菏泽市牡丹区,项目已于2020年底正式对外开放,是菏泽市实施的重要民生工程,主要为满足市民活动、观演、办公、展示等需求,和菏泽大剧院、演武楼、图书馆等大型文化设施交相辉映,形成整个鲁西南地区的文化大中心,更好地为市民提供精神文化服务。

项目建筑总面积6.9万平方米,地上6层,地下2层,由科技馆、市城市展览馆、市美术馆、市文化馆、市工人文化宫、市青少年宫、市妇女儿童活动中心、地方戏曲传承展示中心和禁毒教育基地9个场馆组成,金螳螂三分公司承接了中厅区域、四个场馆(文化馆、工人文化宫、青少年宫、妇女儿童活动中心)精装修工作,金螳螂幕墙公司承接了外幕墙装饰工作。

市民文化中心建筑外形风格独特,采用石材+玻璃组合是上下前后左右完全不对称的造型,但又不失方正,在充满文艺气息的外表之下,承载的是菏泽文化。

金螳螂项目深感重任在肩,通过做好前期策划、高效管理、严控质量,以争创鲁班奖,确保泰山杯为质量目标,项目完工后金螳螂用专业和敬业精神赢得了业主的高度认可和赞扬。



在深刻理解设计师设计理念的基础上,项目部对材料、工艺从整体效果、方案细节、施工难度、安全文明、经营等各个维度进行全员深化交底,确保每个管理人员都能领悟深化设计思路,确保给班组带班及工人交底准确。

中厅施工高度超过18米,搭建了约3.3万立方满堂脚手架,项目部分析施工工序将项目进度分成两个阶段,

脚手架拆除前,施工中厅南北墙面石材安装、采光顶铝板和灯具施工;脚手架拆除后主要施工玻璃栏杆、紫铜饰面、地面水磨石。有了这个整体思路,那么项目各道施工工序之间的衔接就会顺畅而自然。

其次,项目部对每个方案细节,从各维度认真深化后,安排施工。经过方案研究,灯具排布做了4套方案大样供业主选择,让业主直观感受最终

效果,确定方案。并采用顶立面用木纹转印铝板替换了原设计的木饰面,避免日晒脱水变形,优化其细节造型,线条造型更明显,与白铝板灯槽线形相得益彰。

南北两面墙高度超过15米,因此对墙面石材的质量和安全性要求很高,为此项目部专门在关键部位采用了化学锚栓,竖向采用100x50方管立柱,施工过程中严控施工质量。通过提前排版优化,统一规格,减少损耗,降低人力,每层设置一道纵向伸缩缝宽度20mm,把走廊连廊东西厅与中厅南北两面高墙石材通缝,达到美观协调,浑然一体的效果。

铝板幅面尺寸合理,流线造型,整洁大方,具有方正的流体美感,大小灯槽相互衬托,显出平行几何之美。项目部把所有的点位全部放到灯槽里面,以保证吊顶大面整洁,线形流畅。紫铜饰面和玻璃栏杆严格对缝,二者互为依托,使中厅各场所主次分明,代入感极强。

金螳螂团队坚持以客户为中心,不断精益求精,把控项目过程,完美实现了设计效果,圆满交付了菏泽市民文化中心,为助力提升菏泽市的优质文化生活而做出努力,未来金螳螂也将再接再厉打造更多客户认可的精品工程。



安徽肥西高店乡: 就业春风吹 岗位送上门

本报讯(记者 许永军 王金萍 刘晓)2月22日上午,安徽省肥西县高店乡文化广场人流攒动,热闹非凡。春节过后,许多返乡农民工面临重新找工作的难题,由县人社局联合该乡举办“春风行动”招聘会,把岗位送到群众家门口。

此次招聘会汇集了安利股份有限公司、安徽华海、合肥智联等34家优质用工企业,提供了机械制造、电子商务、生物环保等岗位上千个。招聘现场热火朝天,咨询的人络绎不绝,各用工企业耐心答疑解惑,以减招聘、以信招聘。

同时,该乡社保所工作人员早早来到现场布置会场,在现场为有就

业意向的求职人员登记,并为他们提供引导咨询服务。“我没什么要求,就希望离家近点,能照顾孩子和家里就行。”来自高店社区孔德英求助道,随后工作人员开始帮助她筛选岗位,助她达成意愿。

据统计,此次招聘会现场发放招聘资料1000余份,进场求职咨询人员近500人。该乡社保所长刘毅介绍道,此次招聘会现场有乡内外的企业供求职者选择,进一步引导城乡就业困难人员、返乡农民工、未就业高校毕业生、农村富余劳动力等实现就地或就近尽早就业。



本报讯(记者 樊春勤)2月27日,“追求卓越品质,锻造百年品牌”西凤酒15年6年陈酿封藏盛典在宝鸡市凤翔县柳林中国西凤物流园隆重举行。

西凤酒15年6年陈酿品牌是西凤酒的核心品牌。该品牌自2001年上市以来,市场一直畅销不衰,成为陕西酒类产品十大畅销品牌之首,也是全国白酒行业十大经典品牌之一。20年来,该品牌秉承传统工艺,致力匠心打造,追求卓越品质,不断挖掘西凤品牌文化内涵,努力提升品牌价值。因此,西凤酒15年6年陈酿品牌深受广大消费者青睐。

白酒文化是中国文化成熟的典范之一。此次封藏,充分体现了西凤酒文化的传承和创新,也体现了西凤人对白酒的热爱忠诚和专注精神。西凤酒公司领导、陕西禧福祥品牌运营有限公司领导以及禧福祥团队,西凤15年6年陈酿酒各地市合作盟友、核心客户代表、消费者代表、行业内外的媒体等300余人共同参加了封藏盛典活动。

股份公司副总经理、营销公司总经理周艳花致欢迎辞。她说,西凤酒15年6年陈酿作为西凤酒核心品牌,是目前家族产品里中高端领域产销最大的两支单品,自2001年面世至今,历经二十年磨砺与市场的检验,是凝聚着无数西凤人的心血才打造起来的品牌。因此维护好品质并实现持续发展,是西凤酒未来“强腰工程”的重要支撑。为此,我们更是确立了将西凤十五年六年陈酿酒打造成为“百年品牌”的长远规划,着力推进“高质量、新价值”品牌发展工程的同步配比。与此同时,我们在中国西凤物流园内开辟了标准化、专业化的“西凤十五年六年陈酿”仓储库区,作为“十五年、六年成品酒封藏库”,所有生产好的西凤十五年六年成品酒在此至少封藏一年以上,才能发运、投放市场,以确保绝佳的品质、更愉悦的口感,与未来无可限量的增值空间与价值。

陕西禧福祥品牌运营有限公司董事长王延安在讲话中表达了对西凤矢志不渝的坚定信念。他表示,此次封藏的初衷是对西凤品牌更加负责、更加热爱,也是对消费者更加尊重,与时俱进,更好的满足消费者对美好生活的向往和追求。在品质消费时代,禧福祥品牌运营公司聚焦品质攻坚发起的这场封藏行动,不只是为西凤品牌树立积极的形象与认知,也将进一步夯实西凤酒的市场口碑与全国化发展力量。

集团公司董事长、党委书记,股份公司董事长张正表示,在新一轮社会变革、经济变革和产业变革中,西凤集团以“品质成就品牌”为目标,坚守纯粮固态酿造技艺,大力保护和传承酒窖池,推进扩建技改等项目建设,并运用互联网、人工智能等新技术,提升品质稳定性,把凤香型白酒品质管理提升到新的维度。同时依托国家级酿酒原料及品质安全研究院,通过产学研融合发展,为西凤酒品质的再提升、再创新提供科技支撑;通过原粮基地建设,真正做到“田园到餐桌”的品质管控,把食品安全武装到“牙齿”。西凤酒15年6年陈酿品牌作为西凤酒的核心主导品牌,连续畅销19年,是西凤酒中高端品牌中的第一超级大单品,因此不管在品牌传播还是品质提升上,全厂上下都将一如既往地给予大力支持与保护。

股份公司副董事长、总经理,国家首席酿酒大师、首席品酒大师贾智勇现场品鉴并深度解读西凤酒15年6年陈酿的内在品质之美。他指出,将成品酒进行系统化恒温封藏,有利于品质更加稳定,从而提升饮用的舒适度,足够时间的储藏更有利于呈现凤香型白酒特点。此举必将再次提升西凤酒15年6年陈酿品质,而这种品质飞跃与体验上的升级,也是构建坚实品牌壁垒和创造更优品牌价值的有效手段,更是西凤人重视产品的最佳体现。

封藏大典之后,股份公司副总经理、董事会秘书张周虎表示:本次封藏盛典开启了西凤酒15年6年陈酿品质再提升的新征程,不仅体现了“以心为意、坚持传承、守护匠心”的品质遵循,更凸显了“品牌为本、厂商同体、共享共赢”的合作基石。我们相信,以品质为基,以品牌为翼,一定能行稳致远,铸就百年经典。

运用互联网、人工智能等新技术,把品质管理提升到新维度
西凤酒十五年六年陈酿封藏盛典在陕西举行