

质量与产品:有一位工匠叫“红豆”

■ 宏轩

没有质量,企业就没有明天,更没有未来。没有质量过硬的好产品,企业发展就难以继。红豆不仅一直将质量强企、产品立企视为企业的生存命脉,而且以工匠精神,60年如一日,践行质量发展,匠心打造好产品。

全员参与质量管理 质量文化落地生根

红豆集团将全员参与质量管理作为每年“科技质量月”一项重点工作,运用多种方式使质量文化“落地生根”。将“好产品源自好人品”质量文化细化为《红豆弟子规》、《红豆质量三字经》、《我的质量心》等员工喜闻乐见的形式,入脑入心,通过晨会、诗朗诵、大合唱等方式进行宣贯;摄制电视短片和红豆新闻,通过企业内刊《红豆报》,进行质量文化的传播。

落实质量教育,从一线员工中培养专家,成立大师工作室。集团先后设立红豆大学(江苏省首批企业大学)、红豆连锁经营商学院。同时在各个工厂设立100多个现场教学点,做到质量教育培训全覆盖。集团注重一线员工技能的培养,如:西服厂员工郭军伟从一个普通的土裁缝经过公司的教育培训成长为“全国技术能手”,2008年摘得全国纺织行业技能竞赛制版冠军,并荣获了“全国五一劳动奖章”。

为了让“全员参与质量管理”真正落地,集团每年开展“挖潜月”、“科技质量月”活动;举行改善案例发布会、QC小组活动成果发布会,弘扬工匠精神。尤值一提的是QC小组活动,经过多年持续行动,红豆集团QC小组活动已经实现生产车间全覆盖,集团和一级子公司每年分别发布QC小组活动十大标兵,迄今已累计发布1273个QC成果,创造直接经济效益5270多万元。QC小组活动持续深入开展,对营造质量文化氛围,激励人人参与质量管理,产生了潜移默化的效果,员工参与质量改进,通过小改小革,开发小工具,解决身边实际存在的质量问题,挖掘每个人的潜能。同时,为企业降低生产成本,提高经济效益,培养出善于思考、敢于创新、勤于开拓的技术人才,真正将PDCA循环运用到实际工作中,进一步提高企业质量管理水平。

匠心打造好产品 一切由用户说了算

质量是根,产品是魂。红豆由内衣起家,60年来,新品迭出。上世纪90年代初的护士衫风靡全国,工厂加班加点,依然供不应求。护士衫成为早期内衣色彩运用、搭配的经典之作,也是产品迭代创新的“先祖”。红豆居家一向注重消费者的体验,对红粉的每一条意见和建议,都认真研究,积极回应,并不断应用于生产改进中,使产品真正满足了消费者的价值需求。

红豆绒、红豆棉内衣是红豆居家近年推



出的创新产品,本着“一切用户说了算”原则,面料研发、产品设计、商品企划……每个环节都不断进行市场调研;产品命名的征集,面料颜色的亮度,到条纹的宽窄,都通过微博微信的选票而成,一系列流程都是由用户决定的。从经过300多次的反复试穿改进,用工匠精神打造出一件优质居家服,真正做到了从消费者来到消费者中去。如红豆绒的磨毛环节,不同的绒毛的长度、密度,面料的柔软性、亲肤性、透气性、聚热性、保暖性、吸湿性、抗起球都有很大的差异,经过测试权衡后,红豆居家最终确定出磨毛的标准,必须要在每平方米布面上磨出100万根绒毛,绒毛长度控制在0.3-0.8毫米,这样更加柔软亲肤,导热良好,皮肤接触速暖,保暖性高于普通内衣,且洗后不缩水、不起球,内在质量指标均高于行业优等品标准,做到极致。

红豆男装是红豆集团旗下主打品牌,在产品创新上,红豆男装一直孜孜追求。红豆男装引进国际化一流的设计团队和商品企划团队,增强自主研发能力,开发出了满足个性需求的衬衫、西服、七彩系列等创新产品。“轻西服”便是其中的经典之作。

一件简单的轻西服如何能奏起现代轻生活的节奏?设计师们苦思冥想,决定从“轻舒适、轻打理、轻搭配、轻出行、轻时尚”五个设计角度,突破传统,突破束缚。设计师们通过反复试验,彻底丢掉传统西服的垫肩,并打破西服正装设计,让男士们彻底感受轻西服带来的舒适感。通过面料洗、磨、烫、整等一系列环节的试验,在500多次失败之后,终于试验成功。红豆轻西服做到了让消费者一件轻西服,随身带,随时穿。让男士们从此摆脱束缚,拒绝传统,轻松搭配,轻松打理,轻松出行,畅享自由。

护士衫、红豆绒、红豆棉、轻西服,一件件

新品成功研发,不断迭代,是红豆集团强大研发设计能力的展现,也是红豆工匠精神的一个缩影。不断创新迭代好产品,让优质平价的红豆产品走进千家万户,获得消费者认可。红豆纺织服装产业年销量达1.2亿件,长期保持全国同行第一。据红豆居家负责人介绍,截止2017年6月31日,“红豆居家”在全国各省市门店数量已达到1000多家,拥有线上线下忠诚红粉105万人,公司营收较同期增长73%,远远超越了同行业平均水平。

推进质量强企战略 追求持续卓越

红豆集团以质量强企,持续卓越为目标,通过建立长效卓越绩效管理机制,提高整体绩效和能力,为红豆的持续改进提供长期的原动力。

红豆质量战略经历了“质量红豆”、“品牌红豆”两个阶段,目前根据“工业4.0”的发展趋势又进入了“智慧红豆”阶段。“质量红豆”重点解决产品和服务全过程的质量提升,变事后的质量检查为事前质量控制;“品牌红豆”的重点是将产品质量的外延扩展,围绕“打造中国文化第一品牌”,通过全方位的质量攻关活动,提升红豆品牌的知名度和品牌价值;“智慧红豆”依据集团“三自六化”总战略,将智能化与标准化作为这一阶段提升质量的总抓手,实施“智能化与标准化高度契合”的质量战略,做好智慧设计、智慧产品、智慧供应链、智慧营销、智慧管理等;打造集视频督导、RFID、智能穿戴于一体的智慧服装;推进MES系统、智能工厂的应用与打造,达成“智慧红豆”目标。

质量战略推进取得了显著成果。助推企业实现三大转型,即:从生产经营型向创造运营

型转变,从传统企业向智慧型企业转变,从国内企业向跨境发展转变;形成了有特色的红豆“五环”质量管理模式,即“红色品格”、“橙色情怀”、“蓝色追求”、“本色使命”和“绿色制造”。红豆电信等新兴产业的“互联网+”初步成型,连锁专卖店总量已经突破3000家。

创新驱动,追求持续卓越。红豆集团在提升科技创新能力上不遗余力。近年来,集团在研发方面注重创新开发,加大科技研发投入,推进技术中心向更强更高升级。集团立足于高科技推动传统产业转型升级,做强做大,拥有健全的质量检验、检测体系,先进的工艺技术及精良的生产设备。其中集团筹建的江苏长三角纺织服饰检测有限公司于2005年通过了中国国家实验室能力认可,为企业实施质量提升战略腾飞奠定了坚实基础。

同时,红豆的“三站两中心”也为科研创新提供了良好的联动效应,“三站”指博士后工作站、院士工作站和研究生工作站,“两中心”是指技术中心和工程中心。产学研紧密合作,不断升级换代,构成了红豆强大的科研平台,强力助推企业创新能力不断迈上新台阶。作为国家专利试点企业,红豆连续多年申请专利百件以上,累计专利超过2000件,被国家知识产权局授予专利试点先进单位。多年来,红豆多次负责和参与国家、行业标准的制定和修订,在技术标准战略上成效显著。

对质量孜孜不倦的追求,匠心打造每一件产品,铸就了红豆今天的“质量标杆”地位。多年来,红豆集团荣获省、国家级荣誉500多项。红豆集团先后获得“2009年度全国纺织实施卓越绩效模式先进企业”2013年获江苏省出口企业优质奖和国家级技术创新示范企业。2014年“全国工业企业质量标杆”,2016“中国出口质量安全示范企业”,2017年摘得江苏省最高质量奖项“江苏省质量奖”。

“谈判药”入医保 须打通政策“梗阻”

■ 廖海金

经过艰难谈判,国家卫计委宣布取得重要进展和成果:用于治疗慢性乙型肝炎的替诺福韦酯和用于治疗非小细胞肺癌的埃克替尼、吉非替尼3种药品,降价幅度分别达到67%、54%、55%。这对相关患者来说无疑是喜讯。

据媒体报道,因谈判降价的各类医保药物尚未纳入医保,以致在一些地方出现患者跨省买药的尴尬现象。

毋庸讳言,“国家药品价格谈判”对我们而言,可谓是一项颇具开创性的工作,也是多方共赢的、有意义的探索。其本意就是允诺特定药品进入医保名录,借此换取相关药企降价让利的实惠,即“以市场换药价”。通俗地讲,就是“你企业降价,我政府给市场规模”。对政府来说,运用国家资源增添谈判实力,大大降低新药价格;于药企而言,以价格换市场,是一种长远的利益交换。过去,新药要进医保,只能等待医保目录更新,一般要等好几年,而通过药价谈判,新药进入医保的时间理论上大大提前。令人欣喜的是,经过各相关政府部门半年多的艰苦努力,首次谈判取得了令人瞩目的结果,3种昂贵的专利药价格降幅均在50%以上,乙肝强效抗病毒药物价格的降幅更是高达2/3。

然而,距离国家药价谈判结果公布已经过去两个多月,如此广受民众欢迎的惠民之举竟然有超过一半的省份尚未实现谈判价格的落地执行,这与社会各界和众多患者的殷切期盼有着不小的差距。

细究之下不难发现,从当前的情形来看,国家谈判药难入医保的原因抑或以下几种:一是当地医保名录中的原有药品足以顶替这些新被纳入的谈判价药品,由于价格也不会太高,因此,一些省份可能就会觉得没有必要将谈判药引入医保名录。二是谈判之后协议的正式生效仍需要时间,而按照此前价格采购的存货,也仍然需要按照过去的价格出货,由此国家谈判药价与最终的药价落地之间,存在一定的时差。三是医保部门担心谈判药入医保后,医保基金有不够用的穿底风险。还有就是,此次由政府出面谈判,锁定三种降价药,政府并未强制各地同步纳入医保药品名录,各省因地制宜,对医保基金压力进行测算。

不过,最为关键的是,除了医药体系的地方利益之外,很大程度上也缘自医保管理体系的多头化。在城乡医保还未整合的省份,新农合是卫计委系统主管的医保基金,而城镇职工和城镇居民的管理权在人社系统。由此可以看到,药价谈判遇到阻力的真正原因,在于负责砍价的和负责买单的不是同一个人。具体地讲,负责砍价的是卫计委,但负责买单的却是人社部门。

药品是特殊商品。许多药品之所以价格畸高,除了疗效好等客观因素外,还由于它们大都是“专利药”,在专利保护期内处于“垄断地位”,一旦保护期结束,它们同样面临着残酷的竞争。若能纳入医保目录,便可及时培养用户群、增强用户黏性,无疑利于其长远发展。所以,国家药价谈判与其说是一场谈判,不如说是一场合作。

诚然,专利药品、独家生产药品在各地的药品采购中都是强硬派,开展国家药品价格谈判,使这些强硬派的价格回归到承受区间,可谓政府的职责所在。事实上,由国家代表国民利益,组织相关政府部门与药品生产企业开展价格谈判,早已成为不少国家同高价专利药企业进行博弈的重要手段,而由医保基金管理部门作为出资方组织药价谈判,则是各国通行的做法。譬如美国,通过医药批发零售、商、保险公司等机构与制药企业分别谈判确定药价,利用规模效应来降低价格,同时通过专利保护制度保证制药企业的利润。

国家药品价格谈判,从来不是一个孤立的事件。它所牵扯的,乃是不同主管部门的职能协调,甚至是不同公众群体间的利益再分配。鉴于目前我国正处于城乡居民医保整合的特殊时期,在这种特殊时期和现实之下,不同部门之间加强协同、相互补位,通过“三医联动”推进相关医改政策的落实就显得尤为重要,也更能体现出国家推动改革的意志和决心。药价连着民生,期待各地各有关部门一切以民生利益为重,尽快完善这一制度,打通政策“梗阻”,将“谈判药价”这一“惠民福利”落地生根开花。

龙门峡南煤矿: 对症下药治好隐患“病”

■ 贺全明 李兴兵

川煤集团广能龙门峡南煤矿在安全管理上坚持“隐患就是事故”的安全管理理念,查原因,找症结,力求对症下药治好“安全隐患病”,不断夯实矿井安全生产基础。

该矿为了切实做到“按方服药”,治好隐患“病”,首先严格落实风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制,对危险源进行“风险分级”,对一级风险重点监控,每周组织召开一次风险研判专题会议。同时严格落实危险源、危险因素班前告知、现场告知。实施安全风险公告警示,设置安全风险公告栏,制作岗位安全风险告知卡。其次从行为过程、作业过程的细节、环节上查找问题和隐患苗头,查找问题根源,针对问题制定防范措施,及时整改。专业部室、安监部门从自身职责范围加强生产过程中的安全监控,职工在自身岗位上及时防范作业过程中的危险因素。重点监控掘进工艺过程、综采支架安装过程、复杂线路的提升、爆破作业及其它易发生事故的作业场所和运转部位。再其次把隐患治理挺在事故防范前面,健全完善隐患排查治理体系,彻底排查安全隐患,对查出的各类问题和隐患按照定时间、定任务、定措施、定资金、定责任的“五定”原则落实和督促整改,做到立查立改。同时在连队、专业科室、带班、跟值班矿领导、部门负责人每天开展日常巡查监管的基础上,开展“六查”工作,查违章指挥、查顶板管理、查提升运输、查放炮管理、查防火及煤尘治理、查探放水,发现突出问题或重大隐患,一律执行“先停产、再整改”。矿(部室)、连队建立隐患排查登记台账,对各类隐患做到跟踪销号整改。

与此同时,该矿还充分发挥群监员和纪律督查小组的安全监督检查作用,定期不定期对矿属各单位及地面、井下各个岗位、工作地点存在的与“人、机、环、管”相关的“危险源”和“风险点”进行日常安全巡查监管,做到隐患排查整改无死角、盲区。



长沙一家无人书店开了三年 老板:没有失窃过

长沙市岳麓区麓山南路,有一家特别的书店。这家书店乍看和普通书店没什么差别,但仔细观察你会发现,书店内没有收银员和工作人员。人都去哪儿了?

10月7日上午,潇湘晨报记者带着疑惑找到了这家特别的书店,并见到了传说中的老板。

10月7日上午11点,潇湘晨报记者来到这家书店,店门口堆了不少书,店内没有工作人员,桌上的投币箱就是“收银员”。住在书店不远处的一位老人告诉记者,“这是无人书店,买书,把钱投到箱子里就行。”

店内不仅有畅销小说、工具书,还有不少专业书和教材,门口一块牌子上写着“店主因



无时间打理,敬请各位亲们文明购书”,墙上还贴着店主手机号和收款二维码。

随后记者拨打店主电话,说明来意,没多久,传说中的老板现身了。老板李爱群介绍,这是她开的第二家无人书店,另一家无人书

店也在麓山南路。

李爱群是宁乡人,来长沙后开了一家书店,从学校等地淘来一些旧书售卖。李爱群说,“无人书店”挂牌是在2014年,那时书店已经开了好几年,生意不错,但丈夫常在外面进货,她一个人既要照顾两个孩子,又要看管书店生意,实在忙不过来,于是决定让顾客自助购书。“书店至少需要两个人,现在只需要半个人。”李爱群笑着说。

无人看管状态下,真的能盈利吗?对于这个大家相当关心的问题,李爱群坦言,最开始很多人并不看好,但实际上,她给顾客提供信任的同时也得到了大家的支持,“开学时是书店生意较好的时候,一天能有千元收入,生意

不好的时候一天几十元,总体来说还是能维持开支,也没出现过失窃情况”。

除了为顾客准备投币箱,李爱群还在投币箱下放了笔和留言本。留言本上有人记下了自己买书的时间、所买的书籍和价格,有人留下自己的联系方式,“如有考研资料可联系,谢谢”,还有人写的是“看书,5元”。

“那应该没有买书,就坐在我这看书。”李爱群说,如此经营三年,除了生意不错外,她还收获了不少朋友,有人给她留言,还有人给她提供一些建议。

“这么多年,我很感谢周围人的关爱,感谢长沙这样一个良好的社会氛围,让我们这样的无人书店生存下来。”她说。(满报)