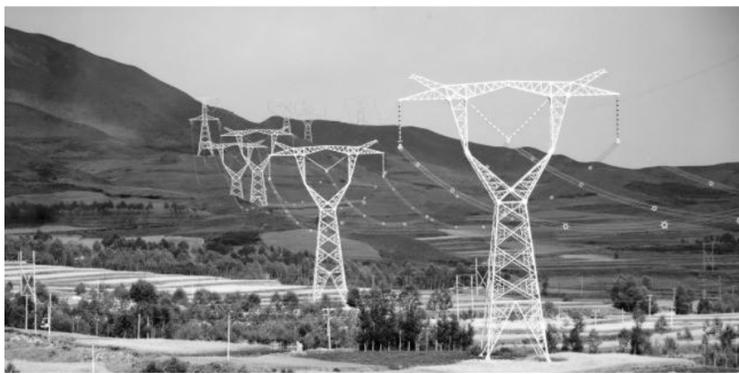


贵州电网公司创新管理模式 推进“三大工程攻坚战”



“三大工程攻坚战”各项工作整合,统一制定推进方法和计划目标,按区域抓实项目建设,建立了一套“前端集约化、后端区域整合”的管理思路,以此进一步整合基建、营销、生产、调度及供电所管理资源,实现项目集约化管理。今年上半年,共组建“三大工程攻坚战”业主项目部96个,项目管理总人数达2820人。贵州全省698个供电所现场项目组人员共有1600人参与项目管理,充分发挥了基层了解项目所在地环境,熟悉电网运行情况的特点,有效保障了各区域内项目的进度、安全、质量、停电、青赔协调工作的顺利推进。

贵州电网公司还集中力量对各地市供电局、县级供电企业党政领导,业主项目部全体人员,施工、设计、监理人员开展了全方位的培训。编制、印发了《“三大工程攻坚战”项目管理手册》3000册,累计培训4000多人次,完成了项目管理培训的“全覆盖”。

加强精细管控 实现现场管理集约化

9月1日,贵州铜仁印江县席联村上寨组席联台变台区施工现场,电力施工人员顶着烈日架设供电线路。2018年,铜仁印江供电局将完成14个乡镇365个行政村(社区)的供电线路升级改造。目前,该局农网改造升级项目进度已超60%,智能电表低压集抄全覆盖工作已基本完成,自动抄表率已达83%。

“以往,一个10千伏台区项目从施工招标到工程竣工大约需要350天左右。现在,我们实现了工程统一标准设计、进度精细管控、现场集约化管理、物资供应模式优化,同样的工作任务只需要300天左右就能完成。”铜仁供电局项目管理中心副主任沈钰说。

为实现统一标准精细管控,贵州电网公司制定了更加科学合理的进度管控标准,统一了业主项目部、供电所上墙图牌,实现了“一套标准,全部应用”,使各业主项目部能够准确管控施工单位的三级进度计划,确保了各管控项目有序推进。

为优化物资服务架构,贵州电网公司成立了省、地两级物资客服工作组,实现了物资供应“内转外不转”与全省库存共享和精准调剂。新架构以地区供电局为业务核心进行集约化管控,并在所辖各县级供电企业设立现场组长,完善信息沟通机制,全面提高了供货效率。通过推行“基础定额+订单”的物资管控新模式,提前将25%的基础定额优先储备至库区,使业务部门按“订单”随需领用。

同时,为实现现场管理集约化,贵州电网公司完成了营销管理系统的54项功能升级优化,实现了省级计量自动化系统主站单轨运行,保证了数据同源。目前,利用基建项目进度辅助平台,根据农网项目三级进度计划自动生成“日工程量计划”,实现了对监控计划完成情况的实时掌控;通过新部署的“两覆盖”关键指标APP系统,工作人员打开手机就能实时了解到智能电表覆盖率、低压集抄覆盖率等5个指标,实现了对各项工作任务进度的实时掌握。

接下来,贵州电网公司将进一步在工程安全管控、项目质量和验收管理、进度计划管理、廉洁风险防控等8个方面发力,全力推进各项工作开展,确保按时保质打赢“三大工程攻坚战”。 (南典)

ISO55001 之沟通管理

资深管理顾问 蒋坛军

“近代管理学之父”切斯特·巴纳德(Chester Irving Barnard),将组织(含企业)的三要素归纳为:协作意愿、共同目标、沟通(或信息联系);且如此定义:“沟通,即联系组织的成员以便实现共同目标的手段”。

对于资产(含设备)管理中的沟通,国家标准 GB/T33173 资产管理体系(即 ISO55001)第7.4条明确要求:需确定沟通内容、沟通时机、沟通方式。在该资产管理体系中,沟通所涉及的事项、对象、层级、方式繁多,若对沟通管理的策划不得当,较易陷入无序沟通之窘境。对此,可借“资产管理沟通事项清单”予以厘清,该清单的栏目有:序号、事项、目的、发起人、对象、时机、方式、证据、(必要时规定)地点等。

事项。依据切斯特·巴纳德对沟通的定义可知,沟通应紧扣资产管理目标;而资产管理目标是通过资产管理体系的运行才可得以实现,所以沟通应覆盖资产管理体系的全部要素,一般包括:企业经营战略目标、资产战略管理计划(SAMP)、资产管理方针、资产战略管理目标、风险、资产管理计划(AMP)、支持(人才育成、信息、文件等)、运行(策划、变更、外包等)、绩效评价(数据分析、内审、外审等)、持续改进(纠正措施、预防措施等);等。对于部分沟通事项,可能需要进一步细化,例如资产战略管理目标,就需细化为:制定、分解、责任人、跟踪人、期限、跟踪、资源、激励等。

目的。应清晰界定每一件沟通事项的目的,以促进达成共识。例如对风险管理的沟通,其目的在于:识别实现资产战略管理目标的风险、风险评估方法与准则、策划预防措施、对预防措施效果有效性的评审;等。

发起人与对象。公司包括哪些部门、哪些岗位、哪些人员;外部机构名称、部门、职位、姓名等。必要时附上人员的邮箱、电话等联系方式。

时机。定期或不定期。如果是定期,多久一次、一次多长时间。如果是不定期,一般在什么时机(例如对年度资产战略管理目标的总结与汇报,通常是在次年元月份之前)。

方式。确定沟通方式的原则是:低成本、直接、高效。常见的沟通方式有:面谈、电话、短息、微信群、会议、邮件、文件(通知、公告、图片、数据、视频)等。除非需要,一般不要采用复杂的沟通方式。例如笔者看到有企业这样规定就很好:公司内部的日常沟通,能用EXCEL或WORD文件说清楚,就不要做精美华丽的PPT;能用电话说清楚,就不要发邮件;能在微信群里讲明白,就不必见面等。

证据。确定是否要保留沟通的证据性材料。如果要保留,保留什么证据性材料(会议记录、照片、文件等)、哪些人保留、保留多久等。

沟通效率。高中华在《管理沟通中位差效应的消除》一文中介绍:美国加州州立大学对企业内部沟通进行研究后,提出了“沟通的位差效应”:领导层发出信息只有20%~25%被下级知道并正确理解;从下到上反馈的信息则不超过10%;平行交流的效率则可达90%以上。

应积极采用提高沟通效率的方法,例如:尽量减少沟通层级,或进行平行交流,以避免或缓解“沟通的位差效应”;在举行沟通之前,尽可能做好必要的准备(例如必要的数据资料等),以便可按时开始并开门见山地进行;沟通过程中采用双方能理解的语言或方式,避免对牛弹琴;紧密围绕沟通主题与目的,开诚布公且避免跑题及争吵;本次沟通完成后,约定下次沟通的主题与时间;如果沟通达不到预期目的,则应反省其原因并进行改进等。

另外,因为企业往往不止实施一个管理体系,每个管理体系都会涉及到沟通,若每个管理体系的沟通都各自进行,则将导致企业整体运行效率的下降。因此,ISO55001的一些沟通事项,尽可能与其他管理体系的沟通事项合并进行。例如企业的月度目标会议,就可包含多个管理体系的目标跟踪。

人才育成。沟通的重要性;沟通原理(见丁昭涵《企业沟通管理》);①信息,即想法或观点;②表现,把想法或观点用媒体予以呈现;③传递;④接收;⑤“翻译”或理解;⑥“噪音”,即干扰和扭曲信息传递的因素,如语速过快、晦涩的专业术语、信息接收者的理解能力较弱等;⑦反馈;“资产管理沟通事项清单”等。



(李无锋)

河南伊川:离婚不拿抚养费 柔情执法促结案

9月25日下午,伊川法院成功调解了一起因夫妻离婚导致的抚养费纠纷案,成功维护了孩子的合法权益。对孩子来说,父母离异心灵已受到伤害,若是连基本的权益都得不到保障,那么对孩子来说无疑是雪上加霜。

2017年9月,申请人李某(男)与被告王某(女)因性格不合、感情破裂,向法院起诉离婚。判决离婚后两个孩子都由申请人李某抚养,申某需每月给付抚养费200元,直至儿女年满十八岁为止,同时被执行人申某对子女享有探视权。判决生效后,因被执行人申某未按判决给付抚养费,李某依法向法院申请强制执行。

案件受理后,张锁乾法官及时向被执行人申某送达了执行通知书、财产申报令及传票等执行法律文书。申某对张法官说:“判决生效后,我都没看见自己孩子一眼,李某不让我看,那钱我肯定不给”。张法官说:“你俩这么僵着也不能解决问题,为了孩子的健康成长,你们来法院当面把事情说清楚吧!”

双方当事人如约到了法院后,张法官耐心给被执行人申某讲解法律和不履行法律义务的严重后果,被执行人不但没有认识到自己的问题和错误,还以自己没有支付能力为由拒不执行,张法官告知其强制执行的严重

后果后,申某竟在法院内大哭大闹、撒泼耍赖,试图躲避执行。张法官知道这个案件如果强制执行,社会效果肯定不好,就考虑打亲情牌来感动被执行人,让其悔悟。

他对李某说:“尽管你们双方已离婚,但孩子是双方的,血缘亲情割不断,申某作为孩子的母亲,有定期探视的权利,你过度干预不让母子见面,对孩子健康成长也不利。”经张法官一番劝解,李某同意每月让申某见两次孩子,并当天让申某单独见到了孩子。看到孩子后,申某抱着孩子泪流不止。

第二天,申某便将一年的抚养费送至法

院,对张法官说:“谢谢你让我见到孩子,以前是我太自私,总觉得不让我见孩子我就不拿钱,孩子也是我的,我也有责任,以后我一定会按时给孩子抚养费。”

张法官语重心长地对她说道:“离婚已对孩子有所伤害,不要因大人之间的矛盾影响孩子的健康成长,尽可能在自己的能力范围内多陪孩子,多关心孩子,让孩子健康成长。”看着当事人远去的背影和顺利结案的卷宗,张法官也露出会心的微笑,又开始翻开下一个执行案件卷宗……

(李雅雯 本报记者 罗红耀)

天王表征服者系列新品发布会在郑州举行 品牌代言人、绅士男神张丹峰出席

本报记者 李代广

9月22日,绅士男神张丹峰亮相河南郑州,出席天王表征服者系列新品发布会,见证天王表征服者系列新品上市。

身着绅士盛装的张丹峰,以优雅的气质华丽亮相,立刻点燃了现场的氛围。一部《猎毒者》火爆了整个暑期档,也让绅士男神张丹峰成为万众瞩目的焦点,当气质天成的张丹峰佩戴着天王表征服者系列新品腕表,酷雅型格,硬朗绅士之范,举手投足之间的魅力,让人心动不已。

当被问及自己的时尚心得时,张丹峰从容地与大家分享,在他看来,时尚应当是每个人个性的一种展示,而不应该被外界所谓的“标准”而束缚,适合的,才是最好的。在说到慈善的时候,他更是侃侃而谈,作为公众人物,更应该通过自己的行动和影响力去帮助需要帮助的人,这样的公益之心和慈善理念也与天王表不谋而合。

活动最后,张丹峰还亲临天王表专柜进行近距离品鉴,并现场签字留念,对天王表征服者新品发布会进行了完美鉴证。



谢天杨:专注打造成都旅游又一张优质名片

事业有成的人,心地一定非常纯粹,如此才能集中心力。当责任感已经渗入骨髓,前行就无需过多的理由,即便偶尔停顿,也是为了更好地蓄力。谢天杨即是如此。谢天杨,2001年11月进入石象湖旅游发展有限公司任市场营销总监助理,后调任景区接待部主管、行政人事部经理、市场营销总监;2007年保利地产收购石象湖旅游发展有限公司,2010年调任保利地产成都公司石象湖景区常务副总经理,同年年底升任景区执行总经理。2016年起至今,被聘为成都市旅游局A级景区评审专家,负责旅游项目的旅游规划、包装、产品设计、营销、景区提档升级等工作。

专注制胜 世间之事,不过是“非知之艰,行之惟艰”

“其实我只是一个只关心做点实事的理想主义者,即使惹了很多人,但真的没有一丝恶意,仅仅只是就事论事。”而现时的她知道适时进退,取舍得当,以豁然开朗的美好,有让人即刻沉静的力量。这风轻云淡的背后,是那些漫长艰难的日子里,凭借乐观天性与专注,她闯出了一条路,十余年的打拼经验汇聚成这样的感悟。

因为家境贫寒,原本成绩优异的谢天杨转读中专,以期早些工作帮衬家里。毕业时恰好赶上扩招与就业并轨,加之学的是工业与民用建筑,于是去了一家私企实习。后来,不甘漂泊的她考入广播电视大学学习工商管理,并到一家广告公司当了前台文员,“就



这也是我争取来的,我请求公司给我一周时间,如果觉得不合适我就离开。还好,公司很快认可了我。”彼时广告公司多是城中业界的新锐力量,这段半工半读的经历让谢天杨获益良多,“当时就是奔着能学到东西,能学电脑去的。”做前台工作,她将公司的午饭订餐做了改革,质量上升且成本下降;当设计部的人有了空闲时间,她就去请求学习一些基本的排版软件运用;公司周末会进入一些社区做市调,谢天杨申请加班加入,不但做市调,还协助其他文案对市调报告进行电脑录入,练习了打字速度也将整个流程熟谙于心,还存下整整三大盒软盘的案例。

原来,每一次成长、每一点进步都是一场小型的战役,需要不疾不徐地一一拿下。

如果没有平时的日积月累,一个新手很

难捕捉稍纵即逝的机会,但谢天杨显然不在此列。一点一滴抓落实,一砖一瓦垒高楼,以务实精神在商海劈风斩浪之前,她的拼搏精神早已在一段段历练中铸就。

在职场历练,除了必要的经验和业务能力,有时软能力更重要。当老师因为种种缘故离开,谢天杨被抛到一个相对尴尬的境地,若要继续留在景区,必须由在成都负责营销事宜转为在景区从基层做起,而当时她尚未拿到毕业证,由成都到石象湖景区单程就需耗费3个小时。在取得学校同意后,谢天杨开始了在景区各个岗位的辗转,“景区还处于拓荒期,人员变动大,我就经常顶岗,哪儿缺人我就到哪儿。”没有抱怨,只有实干,这反而让谢天杨可以将所学所得充分发挥。两份充分结合工作实例与创新想法的报告是谢天杨将精妙思维与卓越执行力叠加后的完美呈现。一份是石象湖景区的人力资源报告书,一份是石象湖景区接待标准的建议书。前者是她历练多个一线岗位后的大胆心得,后者是她负责营销后拿下第一笔与成都置信的大单后的经验总结。这两份含金量十足的方案甚至让石象湖景区董事长有了到底是让她管人力还是管市场的小纠纷。

而谢天杨自己则始终清楚自己的优势和短板,无论处于职业发展的哪个阶段,她都有着极强的适应力、包容度与感恩心,“我是一个做事的人”,这份踏实与不急不躁也让她得到了领导与同事的广泛认可。

石象湖畔
“以花之名”,提升旅行的幸福感

(李无锋)