

## 中石油总经理张伟 或兼任国家油气管网 公司董事长

中国石油天然气集团有限公司(下称中石油)总经理张伟,或将兼任国家油气管网公司董事长一职。

记者经过多个渠道核实确认了上述消息。另外,即将成立的国家油气管网公司已经拟定了筹备组七位成员名单。其中中石油占有三席,中国石化化工集团有限公司(下称中石化)和中国海洋石油集团有限公司(下称中海油)分别占有两个名额。

此外,筹备组成员还包括中石油副总经理、股份公司执行董事、总裁侯启军,中石油管道公司总经理、党委书记姜昌亮。

另外四位分别是中石化副总经理刘中云、中石化财务总监王德华、中海油副总经理李辉、中海炼化董事长何仲文。

“国家油气管网公司筹备组成员工作经验涉及勘探开发、管道和陈化等业务,是经过精心选择的,这将有利于今后管网公司与中下游公司的协调合作。”一位不愿具名的业内人士对记者表示。

张伟现年51岁,2018年12月任职中石油董事、总经理、党组副书记,今年6月,被聘任为中国石油天然气股份公司副董事长。在此之前,他曾在中国石化集团工作了20多年。

侯启军在石油天然气行业拥有超过逾30年的工作经验,曾分管中石油管道业务。

公开资料显示,2011年9月,侯启军任中国石油天然气与管道分公司党委书记、副总经理,2011年11月兼任股份公司天然气销售分公司副总经理,2012年3月兼任北京油气调控中心主任、党委副书记。

侯启军也很熟悉上游勘探开发业务。2002-2004年,他曾先后在大庆油田和吉林油田担任领导工作。2017年3月,其开始担任中石油副总经理,时年4月到去年4月兼任股份公司勘探与生产分公司总经理。

姜昌亮今年54岁,在石油及天然气行业拥有23年的经验,曾先后在中石油西气东输管道分公司、中石油东南亚管道分公司、天然气与管道分公司、中石油管道分公司等单位担任领导岗位。

中石化副总经理刘中云在勘探开发领域也具有丰富的工作经验,曾在中国石油化工股份公司胜利油田分公司、中国石化国际石油勘探开发有限公司、中国石化西北油田分公司等单位担任领导职务。

王德华则长期就职于中国石化财务岗位。2001年1月起任中国石化财务部副主任;2016年8月起任中国石化财务部主任,兼任中国石化财务有限责任公司副董事长,同年9月任中国石化财务总监。

中海油副总经理李辉现年56岁,在国际贸易领域具有丰富的工作经验,曾在中国五金矿产进出口总公司工作超过十年。2000年1月至2010年4月,其任职于原中国化工进出口总公司(2003年10月更名为中国中化集团公司)。2009年9月,他担任中国中化集团副总裁兼中石油勘探开发有限公司总经理。

2010年4月至2017年11月,李辉任中海油副总经理;2013年11月至2018年3月,任中海石油进出口有限公司董事长;2015年12月至2018年3月,任中海石油气电集团有限责任公司董事长;2017年11月,任中海油集团副总经理、党组成员。

中海油炼化公司董事长、总经理何仲文现年52岁,2001年加入中海油,长期供职于炼化板块。(来源:界面)

## 冯鑫案发: 400亿暴风帝国崩塌

从创立暴风影音到长视频版权鏖战,从高光登陆资本市场到多次并购定增被否,从提出四块屏幕(PC、手机、电视、VR)战略到全面投入暴风TV,很难说,当年站在舞台中央高唱《追梦赤子心》和《野子》的冯鑫到底是“幸”还是“不幸”。

7月28日,暴风集团公告称,实际控制人冯鑫因涉嫌犯罪被公安机关采取强制措施,相关事项尚待公安机关进一步调查。翌日,深交所对暴风集团下发关注函,要求说明冯鑫被采取强制措施的原因,是否涉嫌单位犯罪,是否与公司有关。

这或许是冯鑫人生的至暗时刻,但这样的结果其实早已埋下伏笔。2018年7月,冯鑫在接受记者专访时坦承,“我们现在最缺的资源可能还是钱,肯定不会到百亿,反正是一个比较大的数字。”他还表示,有风投资机构对暴风感兴趣,但不够,“失败的、成功的事)都可以讲,还在努力的我不想讲”。

冯鑫“被采取强制措施”的一瞬间,很多人会回忆起他被幸运女神垂青的高光时刻。2015年3月24日,暴风科技登陆创业板,市值仅11.3亿人民币,此后它连续拉起30多个涨停板,市值升至369亿元。当时国内第一位的视频网站优酷土豆市值不过244亿元。7月29日,受冯鑫“被强制控制”一事影响,暴风集团开盘就封死跌停板,跌幅为10%,报每股5.67元,收5.67元,总市值为18.68亿元。

# 青岛啤酒“解锁”新技能 私人定制平台开启“智造”新时代



生态闭环。智能工厂的柔性生产模式,可在一条生产线上制造出满足不同需求的产品。智能分拣包装系统则可以准确分拣不同品类的产品,使分拣效能提升5倍以上,分拣正确率可达到99.9%。”

青岛啤酒私人定制平台定制对象为个人消费者、企业和社会团体等,覆盖企业宣传、团建聚会、婚庆节日等各种应用场景,最低可实现15箱起订,定制周期30-45天。

### 体验:60余种设计模板可选 自主设计在线下单

青岛啤酒私人定制平台首发推出个人和企业定制10余种主题、20余种风格和60多

种设计模板,同时还支持用户自行设计,真正实现个性化定制。

上线仪式现场,正值第29届青岛国际啤酒节开幕,吸引了众多啤酒爱好者前来体验。扫码进入青岛啤酒私人定制平台,只需几步简单的操作,一份独一无二的私人定制版青岛啤酒就完成了。

“我的青啤我做主,这个创意可以有!”小于一是一位青啤“铁粉”,他告诉记者,今年青岛马拉松期间,他作为选手获赠青岛啤酒马拉松定制留言罐,这让他念念不忘。得知青岛啤酒定制平台正式上线的消息后,他特地前来体验。“正式上线的定制平台内容更丰富了,不仅可以自己设计图文、编辑排版,还可以在线实时3D预览,”小于一表示,自己和未婚妻

当熟悉的啤酒罐换了包装,个性化的文字和图片成为了啤酒罐的主角;当啤酒不再是简单的一款饮品而成为美好时刻的记录和见证;当小规模个性化定制打破了罐装啤酒大批量和规模化生产。工业4.0“智造”新时代,青岛啤酒解锁新技能!

2019年7月27日,以“定制美好时刻”为愿景的青岛啤酒私人定制平台正式上线,这意味着一种全新的定制体验和生活方式开启,赋予了消费者现代化个性生活的无限可能,拉开了啤酒私人定制的新零售大幕。

### 突破:从3000箱到15箱 依托智能工厂实现私人定制

消费升级和消费市场多元化的发展,让新一代消费者购买的不仅仅是产品本身,还有背后的个性化、品牌认同及消费过程中的体验感。青岛啤酒私人定制平台的设计初衷就来源于消费者在不同场景下的个性化需求。

自2017年9月青岛啤酒首款定制产品——万科红金九度之后,相继与复星、百胜、保利、中国平安等行业头部企业进行了定制业务合作。3000箱起的规模定制业务在不断成熟的同时,个性化、多元化定制生产的全链条由此得到深刻重塑。如今,青岛啤酒定制业务完成了从3000箱“企业规模定制”到15箱“私人定制”的实质性突破。

为此,青岛啤酒重塑个性化定制化柔性生产线,打造智能工厂。在每小时会生产出6-8万甚至12万罐啤酒的生产线上,成功实现了从最少3000箱到最少15箱即可“定制”的极限突破。

“青啤私人定制依托于青岛啤酒智能工厂,以大数据为背景,生产设备可从网络云端上直接获取信息,打通了生产端到用户的

## 数字化改造成就亮眼 智能制造助推华英效能提升

# 河南省智能制造观摩组到华英公司考察

■ 本报记者 李代广 实习记者 李威

近日,河南省人大财经委主任王照平带领省智能制造第四观摩组来到华英公司禽类加工六厂,听取华英公司关于企业智能制造情况汇报,观摩华英产业链智能化改造发展成果。

信阳市市长尚朝阳,市政府秘书长张全胜,潢川县县长兰恩民,华英公司董事长曹家富等陪同观摩。

近年来,华英公司累计投入资金3.6亿元,全面推进全产业链智能制造数字化工厂建设,不断推动产业结构转型升级,率先突破传统产业的“传统形象”,主要生产指标实现显著提升,智能化发展成就正成为行业关注的新亮点。

作为信阳市接受全省智能制造观摩点评活动3个观摩点之一,华英公司结合自身发展特点,深入推进智能制造和工业互联网发展计划,围绕公司的“大生产、大营销”链条,全面实施智能升级和智能化改造,努力解决行业发展的“难点”和企业管理的“痛点”。针对孵化生产线、屠宰生产线、饲料生产线、熟食生产线、鸭血生产线和冷藏库、标签库、



原材料库等关键环节,对传统的生产技术和工艺、生产和监测设备进行了全方位、全流程的智能化提升,逐步开发了禽类养殖管理系统、养殖物联网系统、加工厂分割数据采集系统、设备管理系统、全流程可追溯系统等一系列生产管理系统。

通过运用云计算、大数据等新一代信息技术,为企业生产决策提供数据分析,对食品安全工艺建模、在线检测、远程监控与故障诊断、企业资源管理和产品全生命周期管理等进行了有效协同与科学集成;特别是在冷链物流环节,通过信息化管理和物联网作业,应

▶▶▶ [上接 P1]

# 万德福:暖人心扉的陕汽重卡灵魂产品

卡车从业者进行关爱:

——“健康福”关注于卡车家庭所有成员的健康问题,陕汽联合医疗机构,为客户提供各类医疗资源援助和辅导。

——“教育福”关注于卡车家庭中卡车二代、三代的教育福利,开展陕汽职业培训大学,此外为客户子女提供相应助学基金支持。

——“家庭福”关注于卡车家庭中客户长期出门在外的聚少离多,举办车友体验家庭日、亲子互动体验等活动,为客户提供关爱基金帮助。

——“事业福”关注于客户运营,开展高端物流运营课堂,帮助客户提升运营效率,并举行技能挑战、节油比拼等各项赛事等。

——“平安福”更多关注于卡车司机运营过程中的安全以及相关保障问题,为广大客户提供安全驾驶培训和车辆附加人身意外险、货运险等。

所有这些无不体现出“万德福”关爱品牌卓越优良的品质,而正是这样的关爱措施,使“万德福”关爱品牌永远烙印印记在广大客户心中。

“万德福”关爱品牌永不驻足

中共中央总书记、国家主席习近平指出:“只有富有爱心的财富才是真正有意义的财富,只有积极承担社会责任的企业才是最有竞争力和生命力的企业。”

老子说,上善若水,厚德载物。作为国内重卡行业的重要力量,陕汽重卡认为,企业经营就是不断扎根于大地,一个过程,一个优秀的企业必须有强烈的社会责任感,只有将自身的进步建立在以客户为中心的基础上,才能真正实现企业的价值和理想。

“德文化”一直是引领和支撑陕汽发展的基石。德福是陕汽“德赢天下”文化的进一步升级和诠释,德以有责,德以有福。作为行业首个卡车司机节的发起者,多年来陕汽一直关注并致力于提高卡车司机及家人的生活幸福感。“以客户为中心”已经渗透在陕汽德文化体系之中,在德文化体系的推动下,始终站在社会责任的高度,履行企业发展的使命。

万德福的发布体现了陕汽的社会责任感,以及对客户切实的关爱。为了中国万千的卡车人与他们的家庭,更为了坚守“德以有福”,面对万千个卡车行业用户家庭,陕汽重卡向全社会发出倡议,号召全社会携起手来,一起用行动,更好地关心卡车群体及家人:关

的婚礼定在今年十一期间,他们已经现场定制了专属于自己婚礼的青岛啤酒定制版,期待届时为自己和亲友留下一份特别的美好记忆。

为了实现用户的定制效果,青岛啤酒采用国际先进的数码打印技术和独有的资源平台,在现有的金属包装市场需求升级、打破行业禁锢,对金属包装产品进行革新。数码制罐工艺采用国际先进的数码打印技术,高达1200dpi的高精度画面,确保所见即所得。

### 创新:116年与时代共舞 从百年品牌到百年潮牌进化

“定制美好时刻”,是青岛啤酒私人定制平台的愿景和口号。私人定制改变的不仅仅是外观,更是融合了智能化供应链体系打造的一体化定制新模式。

116年历史的青岛啤酒,拥抱工业4.0“智造”新时代,通过大数据和云计算,升级生产线,解锁新“玩法”。作为百年国潮品牌,青岛啤酒将经典与时尚的完美融合,用定制化的生产和服务实现了从人工到智能的生产转变,开创了从“制造”向“智造”的工业4.0的新时代。

青岛啤酒私人定制平台相关负责人表示,青岛啤酒秉承以消费者为中心的经营理念,积极拥抱互联网新零售时代,此次私人定制平台的上线,将赋予消费者更多“话语权”,积蓄青岛啤酒发展“新动能”,满足定制化、高端化、个性化的市场需求。

从百年品牌到百年潮牌,青岛啤酒不断刷新着消费者的认知,同时也进一步提升着青岛啤酒“年轻化”和“时尚化”的形象,在彰显青岛啤酒这个百年企业年轻活力的同时,也用新时代的语言践行中国品牌的担当。

(何迅)

用扫码记录批次的方法,解决行业内产成品库存管理的大批量、多批次难题,配合仓库硬件改造,实现了库存产品的“先进先出”。

多年的持续投入和智能化升级,给华英公司的各项生产指标带来了显著变化,运营成本降低15.79%,单位能耗降低33.33%,企业整体生产效率提升了214%。表现在鸭禽市场上,由改造前每吨华英产品比同行平均高出400元左右,现在普遍达到800元以上,鸭禽产品出口量连续多年来稳居日韩市场第一名。

智能制造和工业互联网技术给传统行业带来了革命性变化,也让华英尝到了现代智能科技的甜头。

今后,华英公司正在加快应用移动互联网技术、物联网技术,通过大数据处理、区块链应用、供应链管理以及现代数字金融等手段,继续完善食品安全可追溯系统,打通全产业链管控通路,构建农业物联网公共服务平台,开展面向禽类资源规划与管理、生产过程精准控制、农产品质量安全追溯领域的智能服务,把华英打造成为智能制造示范性标杆企业,为中国食品行业的全面转型升级贡献“华英智慧”和“华英方案”。

注卡车人身体健康,提升整个卡车人及亲属健康水平;关注卡车人子女教育,切实改善卡车人家庭未来发展;关注卡车人家庭建设,让爱回归,促进卡车家庭和谐共建;关注卡车人事业发展,提升客户运营收益,提高客户圈层价值;关注卡车人行驶安全,提高安全驾驶水平,提供运营安全保障。陕汽人愿与千万卡车人一道“德以有责、德以有福、德赢天下”!

陕汽控股党委书记、董事长袁宏明在客户大会上誓言:陕汽一直“以客户为中心”的企业理念和宗旨,始终坚持把“客户满意是我们的宗旨”落实在企业一切行动中,以市场为导向,为客户创造价值,与客户共同发展。面对激烈的市场竞争,统一思想、树立信心,将为客户提供更可靠的产品,更贴心的服务,更温暖的关怀,更全面的整体解决方案,为客户创造更大价值,全力开创企业更辉煌的营销局面。

面临全球经济一体化的进程,在新形势、新机遇和新挑战下,中国汽车工业必须将汽车作为一种文化和一个完整的品牌来创建和经营,而不是只一件产品去制造,这是陕汽“万德福”客户关爱品牌留给我们的精髓与启迪。