2020年 3月20日 星期五
编辑：刘静芬 美编：吉学莉
企業家日報 ENTREPRENEURS' DAILY

葫芦雕刻艺术家严永超 别具匠心 浑然天成

韩城市金石葫艺种植专业合作社成立于2018年，位于文史之乡，芝水河畔秀美的石佛村，是一家集葫芦种植，技术推广，工艺品加工与销售为一体的农民专业合作社。艺术家严永超字迟航，汉族号一刀刻，斋号富春堂。1972年生于陕西韩城，与汉太史司马迁同乡，陕西青年篆刻新秀，葫芦雕刻艺术家，中国非物质文化遗产传承人。自幼随父研习古建木瓦工程，酷爱篆刻与雕刻艺术，其作品受到业内人士和社会各界的赞誉和收藏。现为山东孔府印阁阁士，陕西省文化促进会会员，韩城市葫芦文化产业促进会会长。韩城市金石葫艺种植专业合作社董事长。

韩城历史文化名城，民风朴实，有着极及丰富的民间艺术底蕴，实现了葫芦工艺与名家书画的强强对接，使工艺葫芦更具高品位的艺术价值和收藏价值。

葫芦谐音福禄，几千年来为吉祥的化身，以古朴，精美，千姿百态深受收藏者的喜爱，利用它天然的自然形态，可加工成各式各样的艺术品。

该合作社主要生产异形葫芦，烙画彩绘，雕刻葫芦等传统工艺制品，同时研发制作酒葫芦，葫芦灯等艺术葫芦器皿，并努力提高工艺技能，结合各地风格，进一步改进工艺，开发各种特奇，特型工艺葫芦，从工艺产品向文化艺术的更高层次迈进，让葫芦艺术焕发出更璀璨的光彩。

（薛晓丽）

川煤绿水洞煤矿 五大措施全面强化 2020年技术创新工作

近日，川煤集团广能公司绿水洞煤矿出台五大措施全面强化技术创新工作，确保矿井2020年技术创新工作目标顺利实现。

2020年，绿水洞煤矿技术创新的总体目标为争取获川煤集团科技进步奖不低于1项；向国家知识产权局申请专利不低于10件，其中发明专利不低于5件，专利授权不低于4件，公司级以上重点技术进步项目申报专利不低于1件/项；在省级以上期刊发表科技论文不低于6篇，其中核心期刊发表不低于1篇，学术交流论文不低于2篇；承研实施广能公司及以上重点科技项目实施率达100%，完成率达80%以上；实施矿级重点科技项目实施率达100%，完成率达80%以上；争创广能公司“技术创新优秀企业”、川煤集团“技术创新标兵单位”。

为保证目标顺利完成，该矿出台了五大保障措施，一是资金保障，年度自筹使用的技术创新研究经费不低于销售收入的3.5%（含上级提取经费）。二是人才保障，积极开展全员科技活动，年度计划和实际参与科技项目和职工“五小”活动人员不低于从业人员的10%，其中参与科技项目的技术人员不低于从业人员的3%，参加项目的兼职研究人员不低于职工总人数的1.5%，职工“五小”成果获奖人员中工人所占比例不低于70%。三是制度保障，修订完善科技管理系列办法，进一步健全技术创新体制机制，搭建全员创新平台，改进激励手段，充分调动科技人才创新积极性。四是组织保障，认真组织实施科技项目计划，加强项目从立项、研发、产业化全过程跟踪及管理。攻关课题组定期组织召开会议，研究解决项目实施过程存在的问题，确保项目所需人、财、物及时到位，及时掌握项目计划进度情况，提出整改意见和措施。五是质量保障，提升科技论文报告撰写质量，认真组织学习科技报告论文编写相关规范。并以产学研合作为契机，加大与科研机构的合作。（李晓波）

在“疫”线书写稳油保产的优秀答卷

——记中国石化劳动模范、西北油田采油二厂厂长张炜

■ 朱春江 张明江

“要研究主要问题，要抓准主要矛盾，一定要保证疫情管控期间生产安全平稳。”“在特殊时期里，我们要交出一份抗击疫情、安全生产、经营有序、运行平稳的优秀答卷！”2月29日，在塔克拉玛干沙漠北缘，西北油田采油二厂按时召开的月度安全会上，中国石化劳模、该厂厂长张炜对参加会议的人员如是说。这是他对领导干部的要求，也是他自己的承诺。

抗击疫情 把担当落在实处

“取消大年三十的聚餐，取消大年初一的文艺晚会，取消过年期间的全部聚集性活动……”疫情突发时刻，张炜召集班子会，坚决落实分公司要求，果断采取了抗击疫情的第一步行动。

经过详细排查核实，该厂有3名疫区接触人员在春节前返回，其中2人经转武汉，需要采取相应隔离措施。

“QHSSE科立即负责起草防控方案和预案，要在最短的时间里发布出去。”在张炜的部署安排下，各项防疫工作疾速推进，隔离区一夜之间开设出来，相应的管理措施全部落实，包括40多名春节前返回工作岗位和来厂探亲的家属，全部进入厂部居家隔离区，3名疫区人员送库车医学隔离。

1月27日，采油二厂紧急召开抗击疫情部署会，张炜任疫情防控领导小组组长，出台《关于加强新型冠状病毒感染肺炎防控工作的通知》《新型冠状病毒感染事件预案》，文件紧急下发各个单位部门、代运行队伍以及承包商。

“各个部门和单位要按照各自的责任划分，担当起责任，保证执行无偏差。”

从大年初一，张炜在辖区内四处奔忙，整体部署和安排抗疫情工作。看到各个卡点和门卫都建立起严格的检测和登记制度时，他知道这才是战疫的开始，“大家辛苦了，但是一定要不能有丝毫的松懈。”他每到一个检查点都会给值岗的人员加油，“严防死守、把好关口。”

在科学缜密有序安排部署下，短短的几天时间，采油厂各单位部门紧急行动，一张防疫“大网”把厂所辖油区内的所有人员全部“罩”起来。据统计，该厂对采油厂职工、60家承包商、6家代运行队伍人员、后勤及家属等，合计4427人信息全面摸排，实时掌握辖区人员流动动态，确保了所有人员信息不遗漏，重要人员信息做到实时掌控。

此时，他思考的问题不仅仅是防疫措施的执行和督查，防疫物资的供应和储备，在如此严格的防控措施下，如何才能开展正常的生产经营工作？

稳油保产 责任扛肩头

大年初五一过，由于交通中断带来的物资供应、人员短缺、设备不足等困难接踵而至，一场更加猛烈的考验袭来……

“生产任务不能因为疫情而等待，生产经营目标不会因为疫情原因而降低。”2月3日，在疫情防控与生产经营安排部署会上，张炜为当前特殊时期的生产运行定下了主基调，“领导干部要以上率下，靠前指挥，压实责任，明确任务目标抓落实，坚决打赢疫情防控攻坚战。”

面对疫情防控最先带来的交通阻断的影响，张炜全盘统筹工作，加紧了特殊时期对阶段工作的调整和部署：“整合油区内的存量设备和人员，灵活调派，统一使用。”很快，油区内的抢维护班组进行了整合，吊车和板车实行统一调派，数十个现场抢修和吊运任务得以完成，生产运行态势保持稳定。

2月4日到7日，张炜连续4天奔走在开发所、工程技术科、以及各个采油管理区，听取现场工作汇报，并检查指导工作。

“采油厂上下要统一指挥、统一部署、统一行动，严格落实采油厂的工作部署和安排，做到守土有责、守土担责。各单位要充分发挥在岗党员干部作用，保证工作有序开展。”每到一处，他都耐心叮嘱，给干部员工们鼓劲加油。他和班子成员一起，加强对当前形势的科学研判，指导帮助各业务部门以最快速度拿出针对当前特殊时期的运行工作计划，确保疫情期间的生产经营保持稳定态势。

为了全面落实局工作会精神，他挑灯夜战，审查经营运行分析材料、经营指标分解方案、区块目标管理方案。为了妥善解决交通受阻影响油田生产物资，他多次驱车到当地政府驻地争取支持，在争取派人驻厂帮扶后，解决了重要物资的供应难题，保障了油田维护作业和油气增量措施作业的持续进行。

3月1日，他主持班子会议，组织审定生产运行、安全环保、成本效益保障方案，要求全厂干部员工要努力工作，确保实现既定目标。“越是困难越是要思虑得周全。”他对下步工作的重心更加明确，“产量上得去，安全控得住，成本降得下，我们是防疫和稳产的两线作战，要的是双赢。”

当日，采油二厂增储上产方案正式启动，围绕降递减、提增量、保运行，九个项目组分解责任指标，全力确保2020年284万吨原油产量任务完成，并为2021年奠定基础。

自疫情发生以来，该厂维持正常生产的注水、注气及维护工作运行平稳，原油产量总体持续稳定。

复工复产，“疫”线担使命

随着疫情形势的变化，复工复产放在重要的工作议程上。

如何保证产建项目的推进？如何安排复工人员进疆？一件件事情都需要有序有效安排部署。2月23日，按照分公司复工复产会议精神，张炜担任采油二厂复工复产领导小组组长，组织各个单位部门开始编制详细方案，复工复产紧锣密鼓。“要勇于担当，跟进关键节点，积极解决制约因素，加快推进上产步伐。”张炜按下了复工复产的“启动键”。

“待办理环评、林评、征地、水土保持手续22口井要加快办理进程。2月29日确认手续办理进度。”

“加快TH12383H、TH12270井井场垫码头施工，争取在3月7日组织特型钻井搬迁。”

“受疫情影响井、侧钻井3月15日上钻。”……一道道生产指令，催促着相关部门单位充分利用现有人员开足马力加快工作进度，在家休假的相关人员采取网上办公方式加入“工作序列”……

“大家要保重身体，但不要松劲，疫情不会马上过去，要做好长期准备。”连续一个多月的紧张工作，张炜依然保持着旺盛的工作热情，他不断鼓励连续奋战在抗击疫情一线的干部职工，“我们一定要坚定产建工作信心，坚决执行落实产建计划，坚决打赢疫情防控阻击战。”

“疫”情在前，激情不退。3月1日，张炜组织审议并调整了产量部署结构，和大家讨论确定控制自然递减和提高采收率增量两项举措，详细论证了3月整体部署；3月2日，开始部署正式员工和承包商员工返岗工作，组织具备复工条件的钻修井队伍复工；3月3日，组织审核特型钻井产能建设方案和十区水域集输干线隐患治理三期方案……疫情突袭，张炜每天的工作日程都排得满满当当，他明白自己的使命就是踏准原油上产的节拍，把疫情影响的进度抢回来。

3月5日上午一上班，张炜赶到地方政府设在油区的防疫检查点，和库车市副市长一起协调指挥，经过严格防疫检查和信息核实的第一批7家单位37人的维修维护队伍通过防疫检查点进入油区，复工复产按下了“快进键”。当日，二号联轻烃站硫磺回收隐患治理的工地上，重新恢复了年前的忙碌。

下午，张炜又马不停蹄来到采油管理二、三区，围绕疫情防控、安全生产和复工复产开展工作调研，部署下步工作……

“真是忘记了这些日子的艰辛，因为手头总是有要处理的工作，考虑的都是下一步、再下一步的工作总体安排。”放下手中的电话，他又打开电脑上的公文。“到晚上抽个空儿，该给女儿打一个电话了，虽然她在家里上网课，还是要问问她的学习情况，关心一下她。”张炜充满愧疚地说，“等到休假回家好好再补偿一下吧，现在正是复工复产的紧要关头，更多的工作等着我去做。”

成都犀浦街道多渠道培养使用村（社区）年轻干部

■ 冯滔

近10年，成都市郫都区犀浦街道城市化进程不断加快，城市社区治理已成主流，但村（社区）干部队伍更新较为缓慢，存在年龄结构偏大、学历偏低、城市现代化治理理念滞后等问题。犀浦街道紧紧围绕城市治理现代化目标，以队伍结构优化促进郊县意识破解和治理能力提升，持续推动村（社区）干部队伍转理念、转方式、转作风、提能力。

全覆盖选才，力破郊县意识。犀浦街道全面贯彻区委决策部署，坚决落实“中优”战略部署，加强村（社区）干部队伍年轻化建设，全覆盖选才，输送新鲜血液进入一线，激活基层干事创业热情。2017年以来，先后分两批招聘社区专职工作者、遴选年轻村（社区）后备干部，通过采取“面向社会发布公告、笔试+面试、公开演讲、综合考察”等方式，发现了解参与人员的基本素质和潜力资质，分别于2017年8月选拔社区专职工作者39人，2019年8月遴选后备干部40人，充实到村（社区）基层一线。

全天候历练，提升治理能力。推进城市治理现代化，关键在治理能力现代化，基层一线干部每个人都要有几把“刷子”，尤其要克服能力不足、本领恐慌的问题。为此，犀浦街道积极推动村（社区）干部理念从农村管理向城市治理转变。一是采取“挂职锻炼、跟班学习、专业培养”三种方式，对新选拔的40名后备干部进行锻炼培养。二是开设“犀·蒲公英学院”，培育村（社区）干部的现代治理能力，帮助广大干部补齐业务短板、丰富专业知识、提升专业素质。截至目前，开展专项课程30节次，培训800余人次。三是注重培养专业能力，鼓励村（社区）干部考取专业证书。目前，144名村（社区）干部中，有49名取得专业社工证书，占比从2017年的11%提升到34%。

全方位管理，勇挑关键岗位。通过两年多的实践，在此次村（社区）行政区划调整过程中，大力选拔一批年纪轻、学历高、专业强的后备干部担任村（社区）重要职务。在遴选的40名年轻后备干部中，直接担任书记的4名，担任副书记（主任助理）的11名，重用的后备干部平均年龄29.6岁，最年轻的24岁，大专4名，本科11名。村（社区）书记平均年龄由49.4岁下降至45.4岁，主任（副书记）平均年龄由44.2岁下降至37.7岁，大专22名，本科15名，大专以上学历占比由57%提升至74%。犀浦24个村（社区）中，15个村（社区）实行书记主任一肩挑，比例达62.5%。犀浦街道下一步将持续实施村（社区）干部有机更新，多渠道发现、培养和使用优秀年轻干部。坚持严管和厚爱相结合，真正让“想干事、能干事、干成事”的人有更多机会和平台，为建设全面体现新发展理念的城市中心城区提供坚强的人才保障。

红豆战疫日记之五

电商直播间，红豆不打烊

防疫期间，红豆集团各子公司紧密结合网络新态势，多举措、多方式开展疫情防控线上服务，实行疫情不打烊，直播不间断，随时随地为“红粉”提供优质服务。截止到2月底，红豆旗下各品牌红豆男装、红豆居家、红豆运动装、红豆童装、红豆园艺、红豆家纺等品牌在阿里系旗舰店共累计直播时长超过870个小时，累计观看量突破50万人次。3月，以红豆居家、红豆股份为首的直播团队持续开拓拼多多非阿里系以外的直播“战场”，日均达到10万+以上的直播热度。

红豆居家，宅家优选

疫情来袭，“宅”成为大部分人的生活常态，“红粉”有了更多时间观看直播，也积攒了大量消费需求。在红豆居家的官方微信公众号后台，500万红粉热情询问是否有睡衣活动。在这场宅家战疫中，居家睡衣或成最大刚需。2月4日红豆居家上线“微商城”小程序。2月7日，红豆居家推出限时闪购睡衣专场的“你需要的宅家睡衣，免邮送货上门”，吸引25万观众观看。2月13日，红豆居家又推出“6000万优惠券免费抢”主题直播，用分享给好友助力邀请的方式引流吸粉。基于红豆居家的大流量，腾讯公司主动开放内部直播名额。2月21日，红豆居家首次上线腾讯直播，由红豆居家品牌文化部负责人张浩和产品设计负责人程莉担任主播进行趣味互动、介绍，共吸引5.9万次人气，新增订阅人数1489人，点赞数达到7.6万多人次，直播2小时期间销售近15万元。

红豆居家腾讯直播的上线意味着，红粉订阅关注后，腾讯直播可随时开播，配合微商城小程序，实现红粉每天都可以边看边买、红豆居家总部发货的场景。告别了每周通过微信公众号推广、一周只能直播一次的局限。从2月4日至26日，红豆居家微商城销售达1154万元，日均发货一万单。3月6日，红豆居家举办了“外在有型，内在柔软”主题的婴儿绵文胸新品线上发布会，直播观看人数近50万。

红豆男装，千店千面

特殊情况下，红豆男装不仅积极扩展多种电商平台的直播活动，更加大力度开展微信公众号和线下连锁门店的直播营销模式。红豆男装官方微信公众号同样在疫情期间紧急上线“微商城”小程序，每周一、三、五在晚间时段定期进行直播。在培养用户购买习惯和观看习惯的同时，增设限时聚划算广告位，用折扣产品为商城引流。另外，红豆男装积极推进门店直播业务，由后台部门助力，结合门店业务和直播特点树立直播标杆。从2月17日至26日，每天下午利用“一直播”平台累计直播1.41万场次，观看人数突破374万人次，日均1410场。3月，这股门店直播热还在升温。

同时，为了打破微信公众号直播无法添加购买链接的局限性，红豆男装正在积极推进“千店千面小程序直播”功能的开发，力求以增加后台组件的方式实现与微信公众平台的打通。这项技术的推进，将实现多家门店每天同时开播的效果，并且粉丝无需订阅APP就可以随时跟踪自己在直播过程中的订单。

红豆宠粉，全员直播

“宅经济”袭来，直播也迎来新的嗨点和爆点。在防疫和复工期间，红豆直播团队不仅在主流的阿里系旗舰店直播间坚守阵地，还摸索了拼多多、京东和苏宁等新平台的直播样态，非阿里系直播间各品牌累计开播近40场，积极尝试用抖音跟腾讯视视频的直播工具，从第三方引流，为直播销售转化率升温加码。

由于疫情的特殊性和春节假期的缘故，许多专职主播和直播团队人员身处外地老家，各公司即在各个岗位上抽调临时主播，全员顶替当主播。因原主播返工隔离，红豆运动装公司临时调整负责线下销售的朱娟顶替上阵。新人主播从零开始，却利用瑜伽课程的解说和自身专业的瑜伽体式成功吸引流量。直播间的红粉被代班主播的利落着装和优美身姿深深打动，纷纷点赞、添加购物车。红豆童装因在疫情期间，直播团队大多有湖北接触史的突发状况，因此人员多在家中、宿舍等环境直播，在困境中不断摸索流量和转化，形成了一道别样的风景线。红豆园艺结合疫情宅家的室内观赏需求，从最初的几个产品，到目前上新几十个、甚至100+的产品，从最初每天长达6小时以上的直播时长，逐步找准目标人群的互动高峰时间，不断刷新销量。红豆家纺在疫情期间尽管直播工作人员不足，但是在同系产品直播业务相对滞后的情况下，积极抢占先机……

疫情的突发使得“直播经济”加速向我们走来。红豆直播团队快速适应调整，在危机中寻找机遇，在试炼中寻找突破口，助力实业自救，为企业谋求不竭生机！（红轩）