“点检定修制”之我见

“点检定修制”作为设备资产管理的常备手段之一,历来颇受企业设备资产管理人员的关注。但事实上执行起来仍有不尽如人意的地方;贪天之功据为己有者有之;本末倒置传播“以点检为核心”者有之;“点检定修制超越TPM”的以偏概全鼓吹者有之……乱花渐欲迷人眼,令企业设备资产管理人员尤其是刚出校门的从业人员,受到了诸多误导,有的“中毒”还很深而不知纠正。

黑格尔说:“历史是一堆灰烬,但灰烬深处有余温”。笔者依据1987年宝钢人员张俊杰先生主编、冶金设备管理与维修杂志社印发的《日本新日铁设备点检定修》一书,对一些常见的误导性观点进行澄清,并请指正。

“点检定修制”是谁最早引入国内的?日本新日铁公司从1952年就开始实施了点检。1984年第1期冶金设备管理与维修杂志,刊发了张俊杰先生的文章《设备点检制是设备维修的一种科学方法》。这是最早把“点检定修制”引入国内的成文性证据。

什么是“点检定修制”?张俊杰先生书中第4页给的定义为:“把设备可能出问题的部位设定为若干点,规定出正常标准和异常标准,规定出检查周期、检查方法、指定检查人员,并形成一套技术标准、点检基准、给脂基准、点检计划表、修理作业基准(修理项目、工序、工期、安全和机具准备等)的规程体系。”

“以点检为核心的设备资产管理体系”?时至今日,企业的核心(即目的和本质)是为了创造价值,这已经是一个常识。既然企业的核心目的在于创造价值,则构成企业的设备资产管理体系(包括但不限于点检定修制)的核心目的,也自然是为了创造价值。设备资产管理需创造的价值可包括但不限于:法规符合性、可靠性、投入产出比、投资回报等。“点检定修制”是设备资产管理用来创造价值的手段之一,但并非设备资产管理的核心目的,所以“以点检为核心的设备资产管理体系”,显然是本末倒置了。

“点检定修制是超越TPM的管理模式”?据张俊杰先生《日本新日铁设备点检定修》第21页:“设备点检制是实现设备可靠性、维护性、经济性,并使这三性达到最佳化,实行全员设备管理(TPM)的一种综合性的基本制度。”——也就是说,“点检定修制”是TPM的一部分。另外,TPM强调了贯穿设备资产全寿命周期的管理,其主要内容有:5S、小组活动、初期管理、自主维护、计划和预防维修(包括但不限于“点检定修制”,例如还有状态监测等)、质量维修、焦点改善、教育训练等。所以只要稍微有点TPM或者设备资产管理的常识,完全就可以判断:“点检定修制是超越TPM的管理模式”是以偏概全的荒唐说法。

“点检定修制”的主要内容?三位一体、七事一贯制、五层防护地开展点检;建立技术规程(维修技术标准、点检标准、点检计划表、给油脂基准、维修作业标准、设备故障记录);设备技术诊断与劣化倾向管理;设备故障管理;点检人员培训与工作考评;定修模型;修理计划;修理工程管理等。

“点检定修制”确实是设备资产管理的常备内容之一。但不顾历史事实、无限夸大其内涵和作用、不借拿充满求知欲的广大设备资产管理人员来垫背,这当然不是对中国设备资产管理事业负责任的态度。

(蒋坛军)

能源行业开启企业大学 线上培训管理新模式

2020年,在全民防控新型冠状病毒引起的肺炎疫情背景下,以新基建重点内容5G、人工智能等技术为基础的线上办公、培训等企业运转模式快速形成新风潮。各大行业企业纷纷颠覆传统培训方式,3月20日,国网信通股份公司中电普华线上发布的——企业大学产品,再次引发热议,开启了能源行业企业大学的线上培训新模式。

本次在线发布的中电普华企业大学,是能源行业围绕在线培训平台建设及企业在线培训新模式方面作出的创新性探索实践,该平台不仅包含传统的线上培训软硬件模块,也包含了培训规划咨询、计划编制等针对培训平台建设的相关服务,具备培训线下+线上实施,线下转化线上,线上资源拓展等功能。同时,该平台还可为企业打造私有化的企业大学在线平台构建工具,可结合企业实际,推动培训工作者自身的产教融合,推动员工学习行为转变,推动学习型组织构建,避开了传统企业大学建设对场地、人员、管理等成本要求,一站式建立企业大学,降低企业大学办学难度。

“作为能源行业推出的一种新型教学方式、培训方式,在全球抗击新冠肺炎疫情的现实面前,是对于企业大学建设的很好探索与示范,这种新型教学形式的技术积累、模式创新,一定程度解决了特殊时期企业在信息沟通、知识传输、内部培训方面的难题,对包括能源电力行业在内的各个行业,甚至包括传统的大学教学都具有积极意义。”中国传媒大学戏剧影视学院教授许行明评价说。

据统计,自今年1月底,中电普华企业大学上线以来,注册用户已超过万人,直播课程累计观看人数近4万人次,累计学时超过7万学时。其间,企业大学初步建立9大课程模块、8个直播专栏、5个经验分享的课程体系。积累“企业文化、三台(云平台、数据中台、物联管理平台)业务、营销业务、公共管理、专业技能、通用技能”等各类相关专业课件600余套,平台直播和录播课程200余门。

(辛颖)

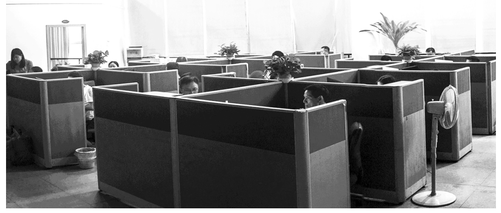
金算盘入选“重庆市重点软件和信息服务企业”榜单

2020年3月12日,重庆市经济和信息化委员会(以下简称重庆市经济信息委)在其官网上正式公布了“2019年度重庆市重点软件和信息服务企业名单”,金算盘软件有限公司入选“龙头型企业”榜单。

重庆市经济信息委同时公布了“2019年度重庆市重点软件产品名单”,金算盘上榜了“金算盘云大大共享软件平台V2.0、金算盘医院经营管理信息平台、金算盘医院资源管理信息平台V11.0、金算盘财务共享服务平台V13.0、金算盘eERP V11.0、金算盘设备管理云平台V1.0”共六大信息平台及软件系统产品。

重庆市经济信息委本次榜单公布旨在为认真贯彻落实市委、市政府关于大力发展软件和信息服务业系列决策部署,鼓励并推动重点软件企业加快发展,发挥重点软件和信息服务企业带动、示范、引领作用。对列入《重庆市重点软件和信息服务企业名录》的企业,重庆市经济信息委将整合各方资源支持重点软件企业发展壮大。

(陈山)



伊力特酿酒一厂 疫情防控和生产管理“两手硬”

3月3日,在新疆伊力特酿酒一厂看到,生产检查组每天巡检在生产一线,在检查生产同时,认真对照党中央、新疆自治区党委、兵团党委、四师党委和公司党委关于疫情防控工作的有关部署要求,坚决把疫情防控各项制度规定落实落细。

为进一步深入学习贯彻习近平总书记重要讲话和重要指示批示精神,安排部署酒一厂疫情防控和生产发展工作,2月26日,伊力特酒酒一厂厂领导、酿酒车间主任、维修各科主任、技术员、安全员、政工员先行到岗,召开会议,学习了兵师和公司关于疫情防控和复工复产各项文件精神和制度要求。2月27日,伊力特酿酒一厂召开酿酒班长会议,对生产过程中疫情防控和工艺操作做了明确的要求和部署。

连日来,伊力特酿酒一厂咬紧疫情防控和生产经营不放松,坚持“两手硬”,印发了《疫情防控应知应会》人手143册,四师可克达拉市“致全体员工一封信”143份,给员工发放口罩870个,药皂143块,对32个住宿点和14个作业点进行每天2次消毒,对143名员工进行健康监测和健康教育,对违反疫情防控管理制度给予严厉处罚。

在日常生产中,伊力特酿酒一厂抓住气温转暖有利时机,进一步严格工艺标准,加强现场管理,做好营池养护工作,员工吃住在厂里,吃过饭就到工房,自觉做好窖池保养卫生清洁生产准备等工作,管理人员也是一吃完饭,就下到车间班组,各司其职,对入池温度、装甑和糊化时间、适时退糟等工作检查要求;安全工作也加大了巡查力度,对出现隐患,立整立改,营造安全稳定的生产环境。

(李俊)

“我为文化茅台建一言”获优秀奖征文

关于文化茅台建设的思考

■ 黄小刚

文化茅台战略的提出,不仅是一种企业发展战略,更是一种文化发展战略。随着全球价值链重构的不断推进,位于微笑曲线前端的研发、品牌、文化以及位于后端的服务等愈发受到重视,茅台集团作为传统制造业,在新时代全球竞争中亟需进行战略调整,实现向全球价值链高端迈进,文化茅台战略正是实现这一转型的重要抓手。

文化茅台战略的提出,就是要将文化作为统揽茅台发展全局的关键,塑造体现茅台精神、具有中国特色、拥有世界话语的文化体系。然而,用什么样的文化统揽全局就成为文化茅台建设亟需解决的重大课题,也即文化茅台的内涵及文化茅台体系构建问题。

一、文化茅台的内涵

从最基础的内涵而言,茅台文化的关键词是“茅台”,是在历史发展过程中逐渐形成和积淀起来有关茅台,尤其是茅台酒的文化。而文化茅台的关键词是“文化”,是对茅台酒这一物质载体及其相关内容的文化提炼和升华,是从“物质时代”向“精神时代”转变的积极应对,也是对我国社会主要矛盾由“人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产之间的矛盾”向“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”转变的自觉反应。

文化茅台,其最根本的含义在于塑造和提升茅台的文化软实力,将茅台从一款有形的工业产品升级为一种无形的文化精神,而茅台正是这一文化精神的物质载体和代名词,从而使得茅台不仅仅是一款酒、一个品牌、一家企业、一个地名,更是以“茅台精神”为核心的现代文化内容体系。文化茅台建设不仅要挖掘、梳理茅台历史文化,更要结合新时代发展要求和全球化发展挑战,重塑茅台文化,用文化统揽茅台发展,让文化成为茅台未来发展的核心竞争力。因此,文化茅台的深刻内涵至少包含以下几个层面的内容。

(一)文化茅台以“茅台精神”为核心

文化茅台建设,其核心在于代代传承、深深根植于全体茅台人心中的“茅台精神”,这是一种不畏艰险、奋力拼搏的创业精神,是一种道法自然、天人合一的生态精神,是一种孜孜不倦、精益求精的工匠精神,是一种以诚待人、义利均衡的商业精神,更是一种为了国家和民族发展而积极贡献的爱国精神。“茅台精神”是文化茅台的内核与精髓,是建设、宣传和发展文化茅台所必须坚持的核心。

(二)文化茅台以茅台历史为基础

任何文化都是随历史发展而不断积淀和丰富起来的,文化茅台必然以茅台悠久的发展历史为根基。无论是《史记》中关于西汉蒋酒的记载,明清时期茅台村的繁荣,还是“华茅”、“王茅”、“赖茅”三家的发展与整合,以及新中国成立以来辉煌的发展历程,都构成了文化茅台最深厚的历史底蕴,深深镌刻在酿酒工业遗产群的种种痕迹上、记录在茅台发展历史的书籍上、展现在茅台历史文化陈列馆里、浸润在香飘四溢的茅台酒中。

(三)文化茅台以茅台产品为载体

无形的文化必须以有形的物质载体为介质,从而实现文化的传播与传承。同样,文化茅台建设也必须依托与茅台相关的系列物质载体或无形服务,方能实现在全球范围内的广泛传播、提升茅台文化软实力的影响力和竞争力。

(四)文化茅台以茅台群体为依托

人民群众是历史的创造者,也是文化的创造者。文化茅台的建设离不开茅台相关群体的参与。以茅台集团及其附属机构为主体的相关人员是文化茅台建设的主体,茅台集团上下游、消费者以及其他相关群体则是文化茅台建设的关联群体。文化茅台建设必须以主体人员为主导,引导并带动关联群体参与建设,从而实现文化茅台的多元化建设与包容性发展。

二、文化茅台内容体系构建

文化茅台是一个系统,是一个上承传统、下启新路的发展战略。文化茅台建设既是对茅台现状的文化升华,也是对茅台未来的文化布局。文化茅台建设的内容体系至少包括内核与外在两个层面。

(一)文化茅台的内核

文化茅台的内核是茅台精神。回望过去,茅台集团之所以从赤水河边的小酒坊逐步发展壮大到当今国内白酒行业龙头、国际三大知名蒸馏酒酿造者之一,其根本动力正是代代传承的茅台精神;展望未来,茅台精神将在新时代、全球化发展中不断革新、不断充实,以更加符合未来社会发展要求,并继续鼓舞、引领着茅台走向更高、更广、更具影响力的舞台。具体而言,茅台精神体现在五个层面:

*一是勇于创新。*无论是从大曲、回沙到酱香等酿造工艺的不断试验与提升,从支子到圆形圆鼓瓶万至更加多元化酿酒饮酒器具的变革,还是从小作坊到公司制以及完善的现代企业制度的构建等等,无不体现出内蕴于茅台集团最深处的勇于创新、善于创新的宝贵精神,也正是这种不断创新、时时创新的精神推动着茅台集团如滚雪球般越来越大。

*二是天人合一。*离开茅台就酿不出茅台酒,这既是对茅台酒独特酿造环境的高度评价,同时也反映了茅台集团尊重自然、顺应自然、利用自然,与自然和谐相处的天人同酿、天人合一精神。这是文化茅台建设必须遵循的根本原则,只有保护好茅台、赤水河独特的酿酒环境和酿酒资源,才能为茅台未来发展奠定不可或缺的资源基础和环境基础。

*三是精益求精。*古代酿酒更多是一种家庭手工业,是自酿自饮的一种家庭行为,随着市场需求量的增大而逐渐出现了酿酒作坊,成为专供市场销售的酿酒基地,然而酿酒始终秉承着纯手工操作的严格工艺。即便工业革命的出现和现代先进技术设备的不断发明和应用,中国的酿酒企业并没有完全放弃手工酿造的传统工艺。茅台集团作为我国白酒行业龙头,多年来始终如一地秉承着手工酿造、精益求精的传统酿造工艺,该工艺已入选国家非物质文化遗产名录,这是文化茅台建设最宝贵的工艺基础,也是必须弘扬光大的工匠精神。

*四是家国情怀。*无论是“川盐走贵州,泰商聚茅台”的繁荣,民国时期巴拿马获奖的荣光,红军长征路上解乏疗伤的美誉,还是新中国成立后由民营向国营的改制、由传统作坊向现代企业的改革,由茅台一隅向世界舞台的迈进以及由经营亏损向万亿集团的蜕变,茅台始终与国家发展密切关联,茅台的发展是我国历史演进与当代发展的重要受益者和见证者。茅台的发展并非偏安一隅,而是紧跟国家战略,积极响应国家政策,将国家发展与品牌塑造融为一体,充分体现了茅台人爱国、报国、建国的不渝热情与情怀。

*五是与时俱进。*茅台的发展始终紧跟时势,紧随时代发展需求。正是这种与时俱进的可贵精神,让茅台始终能够及时采取符合时代发展要求的措施,推出满足市场需求的产品,让茅台立于不败之地。文化茅台建设本身就是顺应新时代高质量发展需求的战略举措,是与时俱进的。

(二)文化茅台的外在

文化茅台的外在是对其内核的体现和承载,具体而言主要包含三个层面:

*一是以精细化的工艺酿造品质上乘的美酒,成为文化茅台的核心载体。*酒是文化茅台建设的核心物质载体,而酒这一物质载体最为核心的环节在于酿造,酿造最为核心的环节在于工艺,工艺最为核心的要求在于精细化。精细化是贯穿于酿造活动全过程的操作准则,无论是酿造原料的种植与选取、酿造现场的组织与管理、酿造活动的开展与检验等等,无不需要精细化的操作与管理。只有秉持精益求精的工匠精神,处处采取精细化的操作与管理原则,方能从源头上、基础上确保所酿出的美酒品质上乘,而品质上乘的酒既是文化茅台的重要组成内容之一,更是文化茅台最重要的传播载体和体验载体,正是依托品质上乘的各系列美酒,让文化茅台的深刻内涵与独特精神得以广泛传播,进而不断提升文化茅台的软实力、竞争力和影响力。

*二是以精致化的产品塑造独具特色的品相,成为文化茅台一体化视觉符号。*酒不仅是一种工业品,更应该是一种文化艺术品。上乘的品质是茅台广受市场欢迎的根本保证,独特的品相则是茅台成为一种文化艺术品的根基。为此,文化茅台建设还需从茅台各系列产品设计与包装着手,塑造富有文化底蕴而又独具茅台特色的一体化视觉体系,让这种精致而独特的品相、一体化的视觉冲击成为文化茅台的外在符号。

*三是以精心化的服务再造茅台高尚的品行,成为文化茅台的精神内核。*精心化的服务是现代企业战胜竞争对手,牢牢把握并不断扩展市场空间的关键所在,也是全球价值链中真正能够为企业创造价值的战略环节之一,是茅台需要持续秉承并不断深化的核心精神之一,更是文化茅台建设的应有之义。精心化的服务在于塑造品行高尚的企业形象和文化精神。通过强化服务意识、统一服务标准,对内形成跨部门沟通协作、上下级相处共事、员工团结友爱的良好氛围,不断提升全体茅台人的获得感、幸福感。对外强化对市场客户、认知市场、了解市场以及对其他关联群体的服务意识与服务实效,以精心化、真诚化的服务感化市场和相关群体,逐渐培育茅台品行高尚的文化内涵,再造茅台品行高尚的文化形象,不断增强茅台文化竞争力和影响力,实现茅台从强大到伟大的迈进。

武汉“中国车都”按下“重启键” 200多家企业复工复产

遭受新冠肺炎疫情冲击的武汉经济技术开发区(又称“中国车都”),随着当地近期疫情好转,200多家汽车整车及零部件企业纷纷重启复工复产。武汉开发区于30年前随着中法合资神龙汽车公司落户而兴建。如今聚集了7家汽车整车企业、12个汽车总装工厂、500多家汽车零部件企业,被誉为“中国车都”。

受春节放假和新冠肺炎疫情冲击,该区企业自1月中下旬先后停工停产。武汉市卫健委动态疫情显示,截至3月22日,当地已经连续5天新增确诊病例为0。政府在积极应对疫情同时,帮助企业有序复工复产。

经过数次测量体温、消毒等程序后,记者23日走进东风本田汽车有限公司第二工厂,只见总装车间机器轰鸣,一辆辆汽车半成品的生产线上缓缓移动。戴着口罩的工人正紧张有序地为其安装门框密封条、燃油供给管、护板等零部件,集配区AVG小车载满零部件沿轨道驶向指定装备区间,一辆接一辆整车不断下线,呈现出一派繁忙的景象。

据东风本田执行副总经理郑纯楷介绍,该公司在武汉开发区有三个整车厂,上周均已实现复工复产,现在实行单班生产,在岗员工约5000人,累计生产汽车超1000多辆。“前期处在一个复工复产热身状态,坚持‘防疫为主、品质优先’,主要是生产线能够开动起来,让员工技术变得熟练。”他说,从23日开始,三个工厂将共同开始产量爬坡,努力从单班满产迈向双班满产。

郑纯楷坦言,人流、物流、下级供应商是目前制约企业正常运转的主要因素。为战胜疫情早日复产,该公司近期通过专列、包车等方式,目前已经接回了1万多名员工,后期将根据生产需要陆续安排返岗;先后建立了广州、上海、天津、郑州和成都向武汉的5条公铁联运运输网络,成功打通复工复产中的物流“卡点”。

东风乘用车也于近期复工复产。据该公司党委书记、副总经理刘洪介绍,在疫情防控安全合规的前提下,前期采取分段启动的方式,分步组织人员返回武汉,进行合理有序安排生产,产量目前逐步提升。工厂产能由复工初期每小时可产9辆达到目前每小时30辆,但距正常产能仍有一定差距。同时,通过低节拍拉动供应商物料供应,截至3月22日供应商复工率100%。

汽车零部件企业——上海纳铁福传动系统有限公司武汉工厂15条生产线,已开工近10条。这家全球领先的传动轴生产企业,产品供应全球32家整车厂,占据了中国15%的市场份额,近期产品主要供应东风本田、东风日产、沃尔沃、广汽菲亚特等用户。

“汽车工业是一个全产业链生产体系,缺少任何一个零部件车辆都不能出厂。”武汉开发区管委会相关负责人表示,围绕着汽车工业产业链和人员的复工复产,截至22日,该区累计批准东风系列企业及区内一级供应商229家复工复产,已开工202家,开工率87.3%;协调了3万多名企业员工返回武汉,筹集员工宿舍2590间,床位7367个;开通“点对点”定制公交车713台次,接送通勤员工8305人次。

(徐金波)

成都犀浦街道:疫情防控稳打稳扎 复产满产如火如荼

一手抓疫情防控,一手抓复工复产,一手抓经济发展,一手抓社会稳定。成都市郫都区犀浦街道在疫情防控中,坚持做到严防死守、疏而不漏;在推进企业复工复产中,坚持多措并举,多点发力,做到施招让服务保障暖起来,用力让重点项目动起来,使勤让街道城市亮起来,产业经济恢复正常轨道。

严防境外人员病毒输入实施“三项措施”。目前,国外疫情日趋严重,境外返犀人员越来越多,为严防病毒输入,街道坚持做到:宽严适度管理。继续坚持对进入小区“四问四登记”,开放送水送奶、维修服务、装修、快递、探亲访友人员进出通道,做到“测温+亮码”管理相结合;强化动态摸排。及时将16个疫情较重国家回犀人员交动区集中隔离,加强对其他境外回犀人员动态摸排,确保不漏一户一人,严防境外输入漏网之鱼;危底困难帮扶。优化“三无院落”、“老旧小区”、“刘地自建房”卡点设置,保障人员排查到位。做到困难家庭摸排帮扶,严禁出现困难人员露宿街头。

“健康码”扫码坚持“三个强化”。强化宣传。通过QQ群、微信群、钉钉群等渠道广泛宣传疫情防控和复工复产安全要求,对未入群的餐馆在门店张贴宣传海报指导复工复产。“巡查关”。对辖区已复工的餐馆每日巡查监督,明确防控预案、明确工作责任,餐饮服务以网络订餐为主,严把原料采购关。“用餐关”。严格限流管控,禁止聚集性用餐,堂食接待量不高于原有餐位数50%,减少桌椅摆放,圆桌之间的间距不得低于3米,引导消费者隔位就餐、隔桌就餐。

矫正人员管控做到“三个到位”。谈话到位。在疫情防控中,针对62名矫正的等重点人员的特殊情况,采取分别谈话的方式,及时掌握思想动态、工作生活、现实表现等情况,目前,共谈话200余次。监控到位。采用“APP”定位,视频连线,电话到人,“接龙”到点的方式,累计抽查3000余人次。教育到位。对所有矫正人员坚持每天上午、下午分批报到、单独见面的方式,教育引导他们严格按照防控要求,做到不传播谣言,不散布恐慌,不自由行动。

“三项措施”对复工复产企业进行安全监管。目前,19家在建工地全部复工,15家规模以上重点服务企业全面复产,除教育被训等行业,爱琴海等1万余家大小企业全部复工开业。在抓好复工复产企业疫情防控的同时,注重抓好复工复产企业的安全监管工作,做到:谋划“一盘棋”。组织相关部门、社区和部分企业召开复产安全工作会,部署安全工作,明确任务、组织体系、工作体系和责任体系。发放安全宣传单2000余份,确保疫情防控和复产安全“两手抓、两不误”;排查“一张网”。组织安全巡查人员对所有复工复产企业进行专项隐患排查、管理制度修订、员工安全教育培训、应急救援预案和演练措施、工地现场员工安全帽佩戴等情况以及企业负责人、安全负责人、安全员、员工安全责任落实到位情况进行“拉网式”排查;监督“一把尺”。

“三个保障”促复工企业复产稳产。送政策一个不漏。采用QQ群、微信群、短信和深入到深入到辖区所有企业,宣传稳岗补贴、职介补贴、就业补贴、培训补贴、小微企业贷款、社保减免、劳动用工等优惠政策;搞体检一个不落。为外出用工人员办理健康证明9403人,为辖区用工企业组织健康体检8119人,确保了从源头控制疫情;解难题一个不少。走访复工复产企业415家,收集用工需求信息161条,发布用工信息3188条,发布招聘岗位信息1471个,举办“犀浦商圈专场招聘会”6场,帮助凯德广场、爱琴海购物公园、润扬“双铁广场”等大型商业综合体招聘职员。

(周安才)

涟水县商务局 真抓实干创一流 快马加鞭勇争先

日前,江苏省人社厅、商务厅联合发文,表彰2019年全省商务系统先进集体和先进工作者,涟水县商务局榜上有名。

2019年,在县委、县政府的正确领导下,涟水县商务局围绕经济工作主旋律,大力发展开放型经济,促进企业高质量运行,精心打造商务工作新亮点,各项工作取得较好的成绩。

一着不让抓招商。在招引项目上,围绕六大主导产业,对接重点区域、重点行业、重大项目,密切开展招商合作,积极推进项目落地。瞄准目标任务,开展全员招商,每月中层干部例会,招商信息作为必须汇报的内容,资金向招商倾斜,政策向招商倾斜,充分利用食博会平台,开展系列招商活动,结识了一批客商,洽谈了一批项目。在督促到账上,将年度目标层层分解,排出扣到账项目和拟到账进度,跟踪梳理,协调推进,扩大外资体量。摸清全县制造业外资项目发展情况,采取调研、座谈等方式,与企业负责人对接,开展以商招商。推进到账项目转化开工,联系项目负责人,及时了解项目序时进度,主动邀请市局领导来涟现场会办,研究解决项目开工建设遇到的问题。经过不懈努力,全县引资和增资项目38个,到账外资14021.74万美元,同比增长8%,提前一个季度,完成全年到账外资目标,在全市名列前茅。

全力以赴抓外贸。加强调研,对进出口500万美元以上重点外贸企业保持密切联系,了解企业订单情况,掌握实情,把握症结,帮助解决企业在生产过程中遇到的困难。邀请淮安海关来涟实地调研,为企业问诊把脉,最大限度地降低中美贸易战的负面影响。及时向企业传递各种境内外展会信息和扶持政策,争取各类补贴,增强发展后劲。同时,对重大外贸项目和申报进出口自营权的企业加强业务指导,推动产业转型升级,催生新兴业态,提高市场竞争力。引导外贸企业参加广交会、华交会等境内外综合性展会和各类知名品牌展销会,帮助企业拓展市场,扩大进出口份额。全年外贸进出口总额3.4亿美元,同比增长2.1%。

扎实推进抓消费。加强调研服务和政策引导,对新纳入社会消费品零售总额限上统计的企业给予支持,大力培育限额以上企业。开展业务宣传指导,提高企业上报数据质量,不瞒报,不漏报。注重培育旅游消费、绿色消费、文化消费、休闲娱乐消费等新的消费热点,开展消费促进月活动。全县社会消费品零售总额156.4亿元,同比增长9%。

继续努力抓电商。为促进大众创业,万众创新,县政府出台了《涟水县扶持电子商务产业发展暂行办法》,一大批在外从事电商人才陆续返乡创业,相继建立网上交易平台,中国喜庆用酒产业基地线上线下同步运营,苏宁易购中华特色馆——涟水馆正式启动。实现“农产品下乡,工业品进城”的新格局。2019年一季度,大东镇瓦渡村获批“省级电子商务示范村”,累计创成26个省市级电商示范单位,为全县创建国家级电子商务示范县注入活力。全年完成电商营业额45亿元,同比增长11.9%。

齐心协力抓创卫。精准对接目标任务,量化工作措施。进一步完善城市管理长效机制,推进网格化管理,推动创建工作步入制度化、规范化、常态化轨道。精耕细作种好创建“责任田”,深入农贸市场、商场超市、加油站点,全力抓好创卫工作,做到责任再压实,创建全覆盖,监管无盲区,坚决打赢创卫工作的整体战、攻坚战,促进商务系统高质量运行,可持续发展。

加大力度扫黑恶。聚焦本行业、本系统重点、难点、热点、卡点问题,全方位、多渠道开展深排细查,努力挖掘深层次黑恶线索。紧盯农贸市场、商场超市、加油站点等涉黑涉恶的重点领域,紧盯上级交办督办、群众反映强烈的重点案件,坚持有黑扫黑、无黑除恶、无恶治乱,以专项斗争的实际成果,进一步提升人民群众的获得感、幸福感和安全感。

(梁超 陈裕)

抗击疫情因爱守护雀巢母婴在行动

从2020年春节前至今,雀巢抗击疫情专项工作组一直在持续关注新型冠状病毒的疫情发展,雀巢集团携旗下惠氏营养品、徐福记、银鹭、太太乐向多家慈善机构、多地医疗机构、疾控中心等防疫一线单位累计捐赠超过5000万元人民币物资和现金,用于共同抗击疫情。现在,这些物资已经陆续到达抗疫一线,雀巢人以实际行动向奋战在抗疫第一线的工作人员致以最崇高的敬意。

近日,雀巢母婴积极响应中国营养保健食品协会、中国儿童少年基金会关于“开展防新型肺炎、保障婴幼儿营养项目”号召,积极与中国营养保健食品协会合作,向中国儿童少年基金会捐赠1500箱产品,其中包括含有活性益生菌的雀巢能恩及嘉宝婴儿辅食等产品,针对受疫情严重影响且有需要的家庭提供营养支持,共同战“疫”。在捐款捐物之余,雀巢母婴开启线上线下全方位守护通道。

(童梅)

成都市人才服务中心恢复现场招聘

笔者近日从成都市人社局获悉,成都市人才服务中心现场招聘会于3月23日起全面恢复。

据了解,成都市人才中心对招聘大厅进行全面消毒,保持场内通风。入场人员应出示健康证明(“天府健康码”等),并接受体温测试,全程佩戴口罩。同时需按照场内交流流程和疫情防控措施,听从现场工作人员指挥,安全有序开展交流洽谈。

据悉,成都市人才中心现场招聘会展位预订工作也于23日起恢复,每周一至周五的9时至12时,周六8时30至12时30,有人才需求的企业、单位,以及有求职需要的人才,均可前往位于宁夏街136号的中国成都人才市场二楼招聘大厅,进行现场洽谈。

(殷邦泽)

好医生集团口罩生产线投产 日最大生产量可达21.6万只

作为四川省凉山州首家医疗防护用品生产企业,好医生集团口罩生产线3月2日正式投产,疫情发生后,包括好医生集团在内的民营企业纷纷响应国家号召,切实做好疫情防控和群众生活物资保障供应工作,坚决打赢疫情防控阻击战、歼灭战,织密织牢人民群众生命健康安全的守护网。好医生集团通过开足马力生产药品物资保障供应与储备、捐款、捐药、捐医用防护用品等方式尽最大努力为抗击疫情贡献力量,累计捐款捐物1200余万元。

在全国疫情防控工作开展的关键时期,面对口罩等稀缺防护用品的紧缺状态,特别是3月后随着各企业大量复工及学校开学后口罩的需求量还将进一步增加的现状,好医生集团再次主动承担社会责任,继续为抗疫付出,企业利用现有D级洁净区生产厂房的资源,第一时间建立医疗器械生产线,填补攀西地区防护用品生产输出空白,将为凉山州及其他地区防疫物资的供应及储备提供有力保障。

据相关负责人介绍,好医生集团是于2月12日向西昌市市场监管局申请登记注册“四川佳能达卫生材料制造有限公司”,拟投资15740万元生产医疗防护用品、消毒制剂。其中,一期项目投资500万元,利用现有D级洁净区进行改造,引用医用口罩生产线一条,日最大生产量可达21.6万只。二期项目投资15240万元,设计医用口罩(N95)及医用防护服(带防护帽)生产线,建成投产后可年产7亿只N95口罩,医用防护服200万套。

(汪欣)

工银瑞信智远FOF打开申购

经过两年多的发展,公募FOF产品类型不断丰富,其独特的资产配置优势也逐渐受到投资者认可。

Wind数据显示,截至2020年3月6日,公募FOF已发展至88只,总规模超433亿元。作为市场上规模第二大的FOF产品,工银瑞信智远动态配置三个月持有期混合型基金中基金(FOF)(产品代码008144)瞄准中低风险客户投资需求,于2019年11月19日募集成立,近期已在工商银行等全面打开申购及定投等业务,投资者可借道该基金一站配置稳健布局。

(李华)

南方电网春节后负荷电量同比首次实现正增长

记者从南方电网公司获悉,3月18日,南方电网全网最高负荷达1.43亿千瓦,日发受电量28.22亿千瓦时,同比去年分别增长0.05%、0.94%。这是今年复工以来,南方电网全网负荷、电量首次实现正增长。

南网总调专家表示,疫情发生以来,南方区域用电负荷发生结构性变化,全网日用电量一度只有去年同期的7成左右。随着全社会复工复产进一步推进,南方区域用电负荷持续攀升。预计2020年,南方电网最高负荷有望首次突破2亿千瓦,同比将增长7%。

(鲍方)

便民服务 收费标准:单期/天/行/元1.0元/行/天 广告热线:0320-66079393 QQ:769036015 VX:13308082189 地址:红星路二段159号成都华联-红星国际2号楼1702室

注销公告

四川勋德兴装饰市规划服务有限公司(统一社会信用代码:91510100050068281P)经股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告发报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

注销公告

成都火眼资讯信息有限公司(统一社会信用代码:91510100MA69FXY88X0)经股东决定注销,请债权债务人自本公告发报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

注销公告

成都曜荣科技有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6C5MMQ90)经股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告发报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

注销公告

成都玄布科技有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6C5K9R9E)经股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告发报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

● 成都易网通科技有限公司,营业执照正副本(注册号:510109000314558)遗失作废。

● 影丽造型成都易和置业有限公司,开具的西德国际二期四栋二单元1402号房的契税收据,票号:0001241,金额:11895.88元,现声明作废。

● 成都印信工程大学计算机学院许春赫学生证(学号:2017053054)遗失

● 明易造型绿岛苑6栋1单元1905号房专用收款收据两张(收据号:2013404,金额:20000元;收据号:5533580,金额:226724元),声明作废。

● 金牛区李江华小肥虾串串香公司(统一社会信用代码:91510103MA3X3680)营业执照正本遗失作废。

声明

王恒(身份证:510121198710017XXXX)于2019年5月从本公司离职,特此声明离职后其个人行为与本公司无关!

成都佳丰瑞装饰工程有限公司 2020年3月23日

北京阳光国际拍卖有限公司拍卖公告

受相关单位委托,我公司于2020年04月01日10:00起至16:00止(不含延时周期)对以下标的进行公开网络拍卖:拍卖标的:服务器和交换机一批(H3C系列:主要为Cache-IDC服务器、Cache-流媒体、LVS服务器、监控机、核心交换机、管理交换机等),起拍价格:1106.66万元;拍卖网址:https://sc.paimai.taobao.com;预展时间及地点:2020年03月30日至31日,我公司统一组织预展,标的物所在地。有意竞买者须在收价开始前在淘宝网明星拍卖网络平台线上缴纳拍卖保证金120万元,并提供竞买资格,我公司地址:北京市海淀区杂技路58号新洲商务大厦803室;联系方式:18511886793郭先生

● 遗失声明:陈逼,2018.10.24转入成都金牛万达广场商业管理有限公司保证金28000元收据编号0000585,声明作废。

● 四川福泽生命文化传播有限公司(统一社会信用代码:91510105MA35JR52Q)决定将公司注册资本金由2000万美元减至1000万人民币,请债权债务人自公告之日起45日内到公司办理债权债务相关事宜。

● 城资公告:经四川鑫仁达通实业有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6C6MWT2U)股东会决议决定注册资本由人民币伍仟万元减少至壹仟万元人民币,请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期按相关规定处理。

减资公告

成都云三国文化创意有限公司(统一社会信用代码:91510100MA65JR32Q)决定将公司注册资本金由2000万美元减至1000万人民币,请债权债务人自公告之日起45日内到公司办理债权债务相关事宜。

减资公告

成都助志逐彩户外运动有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6C6MWT2U)股东会决议决定注册资本由人民币伍仟万元减少至壹仟万元人民币,请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期按相关规定处理。