

吹响“集结号” 争当排头兵

——西北油田采油一厂党委引领“百日攻坚创效”行动纪实

■ 赵春国 杜宗军

“通过对问题并逐口把脉问诊,仔细分析原因,制定对策措施,坚决把效益产量提上去!”5月17日晚,西北油田采油一厂采油管理二区党支部副书记、总监詹新和支委委员薛志恒就如何提升油气井时效,组织党员干部集思广益,“诸葛亮会”一直开到第二天凌晨3点,连续作战排查油气井60余口。这是该厂党员在百日攻坚创效行动中冲锋陷阵的一个缩影。

为化解新冠疫情和油价暴跌带来的双重压力,顺利完成全年目标任务,该厂作为中石化七届“红旗采油厂”,四届“先锋采油厂”获得者,厂党委在百日攻坚创效行动中吹响“集结号”,奏响最强音、争当排头兵,全面动员各党支部和广大党员发挥先锋模范作用,把党的政治优势、组织优势、思想优势转化为攻坚夺旗、创先争优的生动实践,充分发挥了中央企业经济发展主力军作用。

目标引领, 吹响攻坚创效“集结号”

“基层支部要发挥组织和政治优势转化作用,坚决完成百日攻坚创效行动目标任务。”

5月22日上午,厂党委书记杨旭深入采油管理一区偏远井站,对百日攻坚创效行动的组织实施、党建工作发挥等进行调研,并对下一步工作提出具体要求。

该厂党委强化思想领导,将“百日攻坚创效”行动纳入党委重要议事日程,多次专题研究“百日攻坚创效”行动实施方案和具体工作措施,党委班子成员通过生产例会、安全例会、经营分析会、政工例会等形式层层进行动员部署,确保行动思想统一、目标一致。为保证百日攻坚创效行动实效,该厂党委树立目标和效益导向,坚持党建工作与生产经营的全过程、全

方位、全节点融合,把“百日攻坚创效”行动作为考察识别干部、培育好苗子的“试金石”“磨刀石”,先后交流6名优秀青年干部到生产一线锻炼培养。对56项重点难点工作制定时间表、责任状,倒排工期、挂图作战,对账销号、限时完成。厂党委班子8名成员知责明责履责、深入一线、靠前指挥,第一时间深入各自承包的党支部,宣讲形势,指导攻坚创效行动具体实施。厂党委委员、副厂长何小龙不分白天黑夜,先后20余次带领生产、工艺等人员针对管理区“啃不动”的产量异常并进行重点帮扶,快速处理异常井14口,日增原油产量70余吨。

只有握指成拳,才能凝聚力量。一厂党委坚持党建带工建、团建,充分发挥群团组织的桥梁纽带作用,广泛动员、组织、凝聚职工,扎实推进劳模创新工作室、青年突击队、青工创新创效、青年学术论坛等群众性创新创效活动,深入开展劳动竞赛,营造“算效益账、干效益活”的浓厚氛围,切实把员工群众的创新活力、创效实力充分激发出来。今年前4个月全厂工会组织征集改善经营建议75条,11个青年突击队设立提质增项目28个,工团组织协助解决生产难题26项,增效460余万元,4名优秀团青干部获得分公司表彰。

支部聚力, 奏响攻坚创效最强音

“原油稳定塔底部每小时增加气提气16立方米混烃产量提高到日均37立方米,日产量增产16%。这是支部聚力攻坚取得的丰硕成果。”5月13日,油气处理部党支部副书记、总监苏德江高兴地说。

“百日攻坚创效”行动中,采油一厂党委要求各基层支部通过“三会一课”、主题党日等讲清形势任务和发展潜力,把全体员工的干劲力量凝聚到“攻坚创效”上来。各支部将开展党员政治生日、党员责任区、党员示范岗、党员突击



队等与创新创业活动有机结合,切实发挥好党支部的战斗堡垒作用。

油气处理部党支部组织党员骨干进行工艺技术创新,紧盯装置的核心指标,通过优化调整核心指标参数,3套深加工装置均实现轻烃和液化气增产,实现增效159万元。

采油管理二区党支部积极发挥该区技师团队“1+1联合创新工作室”的作用,由井控岗党员技师张鹏主要负责的抽油机井泵、杆卡滞智能停机保护装置这项技术革新在TK952H井试验成功,不仅有效避免了光杆断脱等安全风险,而且每年可增效80多万元。

3个采油管理区党支部根据专业化服务队伍多的实际,在“百日攻坚创效”行动中,深化“区域化联建、组团式共建、网络化促建”,甲

乙双方资源共享、优势互补、多维互动。采油管理三区党支部携手江苏矿业巴州分公司党组织开展“三会一课”共上、安全生产共抓、提质增效共谋、党日活动共享等促进融合发展,甲乙双方互助共赢,通过潜力排查、补孔改层等工艺措施,取得了良好的效果,目前KZ1等两个合作区块产量正稳步回升。

冲锋在前, 争当攻坚创效排头兵

“经过连续5天昼夜奋战,我们终于完成了TP345注水流程建设优化工作,每天可节约运维费用1.3万元。”5月15日,厂生产运行室支委委员、副经理刘超虽然满脸疲惫,但还是很有成就感。

是英雄,是好汉,百日攻坚创效战场比比看!一厂党委号召全厂党员干部主动亮身份、作表率、树形象,以实干的精神、饱满的热情、扎实的作风,围绕百日攻坚创效行动油气增产任务,紧要关头冲得上、急难险重顶得住、攻坚克难打得赢。

采油管理一区作为油气生产主力,充分发挥党员密切联系群众的优势,做到“一名党员带动一片群众”,掀起党员冲在前、员工比着干的热潮。7名党员干部主动结束休假,提前回到工作岗位,既有力保障了安全生产,又促使油气产量快速回升。

开发研究所党支部成立党员上产突击队,开展重点单井及井组承包行动。提出了“我的油藏我做主,我的油井我负责”的口号,该所党员把“百日攻坚创效”行动作为加强党性锤炼、践行初心使命的重要阵地,自觉做到“哪里任务重,哪里就有我;哪里难点多,哪里就有我。”

党员副所长杨宗杰、张伟、谭辉等带领党员干部以身作则率先垂范,从3月下旬百日攻坚创效行动开始至今,平均每天加班4小时以上,通过管油藏与管生产结合,将重点区块、重点井组管理责任明确到人,保证重点井、井组产能发挥。塔河二区奥陶系区块平均日产油增加40吨;应用低成本工艺4井次,日产油增加27吨,且持续有效。

该厂全国劳模、中石化技能大师、党员毛谦明,充分发挥自身高技能人才领军作用,不仅研制的机抽井井控智能控制系统在4口井成功应用,每年节约成本近50万元,而且带领油田各采油气厂共5大创新工作室,解决西北油田重大生产现场难题,目前有两项技术成果已开始进入现场试验阶段。

“关键时刻彰显党性。各基层支部强堡垒、攻难关,广大党员干部勇冲锋、当模范,是百日攻坚创效行动决战决胜任务全面完成的最有力保证!”厂长、党委副书记梅春明说。

剑指行业龙头 让茅台葡萄酒的参与者共享发展红利

——茅台葡萄酒凤凰庄园封桶大典盛大启动

■ 本报记者 樊璞 张建忠

6月16日,盛夏时节,赤水河畔,“茅台葡萄酒凤凰庄园封桶大典”迎着阳光绽放,这是茅台葡萄酒18岁的“成人礼”。封桶大典以“凤鸣东方,盛世典藏”为主题,茅台集团和股份公司在东家高管均赴会为之站岗。

据悉,这是疫情发生以来,茅台集团下属子公司首次在茅台大酒店“开门办活动”,彰显疫情防控常态化下茅台的强劲活力和强烈自信。

茅台集团党委副书记、总经理李静仁表示:集团公司全力支持并推动茅台葡萄酒发展,使之早日成为集团可期的增长极和支撑点,努力让葡萄酒成为消费者美好生活的一部分,重塑中国葡萄酒的价值典范。

茅台葡萄酒公司党委书记、董事长司徒军表示:希望通过3-5年的努力,让茅台葡萄酒成为行业龙头,推进企业主板上市,让茅台葡萄酒的参与者、助力者、奋斗者都能收获奋斗成果,共享发展红利。

强劲逆势增长—— 将茅台葡萄酒打造成为行业新价值标杆

据悉,不久前,习近平总书记宁夏考察调研时,深入了解当地葡萄酒产业,并强调“随着人民生活水平不断提高,葡萄酒产业大有前景。”这一高度评价和期望,为连续7年增长承压的葡萄酒行业注入强大信心。

近年来,国内葡萄酒产品品质已得到极大提升,初步实现了酒种多样化、产品结构合理化、价格理性化的目标。

李静仁直言,茅台葡萄酒历经18年发展,从最初的摸爬滚打、匍匐前进,到如今已实现凤凰涅槃、浴火重生的华丽蜕变。

据介绍,在葡萄酒行业进入深度调整时期,茅台葡萄酒公司强劲逆势而上,2018年实现历史性扭亏为盈,2019年实现销售收入增长39.5%,利润增长167%。今年受疫情影响,上半年的中国葡萄酒市场略显低迷,但茅台葡萄酒公司仍较好地完成了年初既定目标。

在茅台高管看来,最难能可贵的是,在面对行业市场艰难、发展陷入困境的局面下,通过“调结构、提品质、强基础”等措施,稳扎稳打、逆势而上,成为行业业绩增长一抹难得的亮色;最值得欣慰的是,茅台葡萄酒公司全体员工始终保持团结一心、砥砺前行,面对疫情影响,积极应对、主动作为,科学研判市场,及时制定有效措施,整体保持了较好态势;最需要点赞的是,茅台葡萄酒公司勇于探索、敢为人先的创新精神,首创“储酒文化节”,探索新营销模式、营造新消费群体、培育新的消费群体,真正用创新寻求突破。



● 启动仪式上,茅台集团领导和重要嘉宾在具有封桶象征的2只橡木桶上签字留念、合影。

“高位统筹、品质为本、品牌引领、文化赋能”四个方面作了筹谋:

——坚持高位统筹,为茅台葡萄酒发展提供支持。今后,集团公司将始终重视茅台葡萄酒公司的发展,在深化管控、统筹考虑的基础上,以更大的力度、更实的举措,全面帮助葡萄酒公司抓好生产经营,全力支持并推动其发展,使之早日成为集团可期的增长极和支撑点。

——坚持品质为本,为茅台葡萄酒发展展足能量。茅台葡萄酒要依靠凤凰酒庄的产区优势,优质原料种植基地,一流酿酒师团队,独有的盘勾工艺以及严格的质量把控,为消费者提供像茅台一样品质过硬的产品。

——坚持品牌引领,为茅台葡萄酒发展擦亮招牌。在现有的产品格局的基础上,放眼全球优质原料资源,在世界优选好酒,彰显产品实力,加大市场推广和品牌培育力度,打造品牌、擦亮招牌,为客户提供尊享服务和专属消费体验。

——坚持文化赋能,为茅台葡萄酒发展焕发活力。要立足“文化茅台”,着力挖掘酒庄文化,讲好茅台葡萄酒故事,打造具有茅台特色的葡萄酒文化,努力让葡萄酒成为消费者美好生活的一部分,重塑中国葡萄酒的价值典范。

中国酒业协会葡萄酒分会副秘书长火兴三分析指出,茅台葡萄酒近几年市场反响热烈,逆势增长势头很足,我们相信茅台葡萄酒公司凭借茅台品牌的名誉度和影响力,靠着一群人一辈子酿一瓶好酒的品质追求和理念,会将茅台葡萄酒打造成为我国葡萄酒行业新的价值标杆,为国产葡萄酒的伟大复兴贡献力量。

建立消费信仰—— 以封桶大典打造专属营销IP, 重塑中国葡萄酒价值典范

位于秦皇岛昌黎的茅台葡萄酒凤凰庄园,

占地350亩,总投资超5亿元,是一座集绿色生产、观光旅游、休闲娱乐为一体的大型酒庄,承载着茅台葡萄酒的高端产品庄园系列,是其品牌和价值观的外化。

“9月份,茅台凤凰庄园就要圆满落成,以此为契机我们举办盛大的封桶典礼,就是要建立茅台葡萄酒消费信仰。”司徒军表示,茅台葡萄酒将以“大品牌、大担当、大格局”,主动承担起中国葡萄酒崛起的责任,重塑中国葡萄酒的价值典范。

通过封桶大典的启动仪式,一方面折射出了茅台葡萄酒围绕“文化茅台”战略,不断引领行业前行与突破的品牌精神;另一方面,也意味着凤凰庄园系列将成为茅台葡萄酒高端产品的代表作,在满足中国消费者的高端需求的同时,增强品牌与消费者的情感联结。

一直以来,封、藏仪式是白酒企业的专属,茅台酒历来有封坛的传统。此次凤凰庄园封桶大典,首开葡萄酒行业先河,极具独创性地将白酒封、藏仪式延伸到葡萄酒领域,增强产品的价值属性和文化属性,旨在打造茅台葡萄酒营销的大IP,以此建立茅台葡萄酒的消费信仰。同时,继续深化文化茅台的建设使命,丰富茅台封、藏仪式的内涵。

欲扬珍藏之美,必知其美所在。时光雕刻,岁月沉淀,封藏希望,与您共享。这是茅台葡萄酒公司对本次封桶大典最完整的诠释。

火兴三表示,此次封桶大典珍藏产品是葡萄酒行业营销创新的一个模式,开启了新的消费培育方式,将文化、品质、稀缺等价值集于一身,彰显了茅台葡萄酒的品牌自信、品质自信、文化自信和发展自信。

“未来政府将和茅台葡萄酒一起,强化产区特色,以文化概念打造精品酒庄,强化消费者品牌认知,打造昌黎葡萄酒产业的国际名片。”昌黎县人民政府县长宗振华认为,此次封桶大典不仅仅是营销手段的升级,也可以说是从产业内部积极应对疫情的具体举措,不仅提



● 认购现场

升了茅台葡萄酒的文化附加值,也进一步激发了市场的信心,提振了消费者的信心,更进一步促进了葡萄酒行业的复苏和回暖。

茅台葡萄酒推出凤凰谷系列封桶产品,也是其亲商、扶商,共建厂商命运共同体的体现。在封桶大典启动仪式上,茅台葡萄酒公司宣布了经销商封桶享受的尊享服务权益,同时根据不同的封桶数量,将享受专属权益及其他个性化权益。

封桶大典现场认购环节氛围热烈,来自北京的经销商吴辉也认购了封桶酒。他深有感触地说,虽然他加入到茅台葡萄酒这个大家庭才一年时间,但他已经深深爱上了这个“茅台公主”。此次封桶大典打开了葡萄酒行业未来发展的新大门,让大家看到了未来国产葡萄酒崛起的希望之光。

高质量发展、大踏步前进—— 茅台葡萄酒的主流品牌价值将持续彰显和放大

作为茅台最早的省外投资子公司之一,茅台葡萄酒2002年即落户久负盛名、誉满中外的“中国波尔多”——河北昌黎。

秦皇岛市昌黎县人民政府县长宗振华在接受记者采访时说,茅台与昌黎已经并肩走过了18年,风雷雨雪中一路同行,共享茅台葡萄酒发展的盛世,共同绘就了南有赤水河酱香佳酿,北有渤海湾葡萄酒美酒的新画卷。今天的封桶大典不仅开启了合作的新篇章,也将是双方加深合作、携手共赢的新契机。

宗振华表示,面对疫情的大战大考,我们将一如既往的秉承合作共赢的发展理念,对标国内国际先进,倾力推进葡萄酒产业结构调整,技术研发,转型升级,实现葡萄酒产业高质量融合发展,打造昌黎葡萄酒产业的国际新名片。

“接下来通过凤凰酒庄新平台的建设和品

牌价值内容的打造,茅台葡萄酒的主流品牌价值将持续彰显和放大。”司徒军表示,2020经营方针是补短板、强机制、拓市场,重点发力做好四个方面:继续调结构,提品质,使茅台葡萄酒品质与茅台品牌属性相一致;持续提升势能,扩大影响力;守好原有市场,开拓新市场,保障开拓一个市场,就深耕、服务好一个市场;扩大队伍,充实团队,选派精兵强将充实市场一线,不断吸引优秀人才加入茅台葡萄酒的队伍。

“会当凌绝顶,一览众山小。”茅台葡萄酒作为行业近两年逆势增长的代表,在“大茅台观念、聚合营销”的思想指引下,发挥品牌、品质“双品”优势,壮大经销商、消费者主流舆论,通过今年上半年“五大产品”体系确立,首创“储酒文化节”、“凤凰庄园封桶大典”等活动,持续探索新的营销模式、营造新的消费场景、培育新的消费群体,真正做到了用创新寻求突破。

特别是这次茅台葡萄酒在行业首开先河,开展大规模封桶活动,不仅在营销方面引领了行业创新,也意味着经过18年的发展,茅台葡萄酒的品牌价值已经被市场认识并进一步释放,拥有了相对规模性的根基。此次茅台葡萄酒借助凤凰酒庄开展“封桶典礼”,是一次为消费者带来专属的更贴近生活的品牌体验,通过全方位的展示和品牌形象的深化,为用户消费体验打下坚实基础,从而助力品牌持续向上;与此同时,更是一次“由己度人”的战略升级。与茅台同酒,更是一次“由己度人”的战略升级。与茅台同酒,更是一次“由己度人”的战略升级。与茅台同酒,更是一次“由己度人”的战略升级。

“凤鸣东方,盛世典藏,茅台葡萄酒将与各位一道,见证中国葡萄酒崛起。”司徒军说,“这是一份伟大的事业,需要得到集团和大家的支持,我们怀揣共同的梦想,来为茅台的事业而共同奋斗!”