

为攻坚战注入“团队力量”

——记北重集团防务事业部技术部

“优化工艺”“提高质量”“提升效率”……这是近期北重集团防务事业部技术部技术人员口中的高频热词。在公司某车载产品生产的攻关中,他们把“现场当成战场”,在攻坚“战役”中用“协作”和“执着”攻克难题、寻求突破,一次次拿下了看似不可能完成的任务。

用“最笨的办法”开始攻关

“刚开始数控编程时,我们遇到的挑战不少。”数控编程室主任陈峰告诉笔者,某车载产品涉及 900 多种零件,全部需要建模。科室要提前消化产品图纸,依据图纸尺寸绘制三维图,指导后续生产。“某车载产品是第一次接触,我们要提前对接产品研究院,确定产品技术状态,结合积累的经验对图纸进行完善,同时还要考虑机加状态、零件基准、加工余量等,900 多种零件用了两个月时间才编制完成。”陈峰说。

完成编程只是第一步,是否符合生产需求,必须要通过首件的验证。那段时间,科室人员全程参与首件加工的流程,随时查看加工数据、修改加工参数。车间操作者可以施行三班倒工作制,但数控编程技术人员却要从头跟到尾,有时跟到半夜,简单休息一下,第二天继续工作。

数控编程阶段最具挑战的当属摇架部件的编制。在没有任何借鉴的情况下,编程室只能用“最笨的办法”——先按工艺加工,按照时间节点倒推,哪个设备出现窄口,立即进行分解,从工艺、工装、设备、刀具多方面逐一排除。摇架从焊接到机加时间较长,严重制约生产进度,编程室联合机加室进行工艺攻关,在一台立车上重新编制工艺、设计工装,随着工艺的不断完善,摇架从最初的 16 小时缩短到 2 小时加工一件,“笨办法”发挥了“大作用”。



●图为北重集团技术人员正在商讨工艺改进情况

如今,公司 200 多台数控设备全线运转,技术人员每天深入一线跟踪进度、解决问题,全力保障后期总装零件的如期供应。“现在,车载产品已经进入装配阶段,提高长线件加工效率又给我们提出了要求,困难再大,我们都要往前冲。”

把工作场地从办公室搬到生产现场

“喂,孙工您好,昨天晚上我们又干了一批活儿,您一会儿过来看看符不符合要求。”一大早,防务事业部技术部的孙胜勇接到了 402 车间主任霍斌的电话,她要赶到现场,查看前一天刚刚商讨改进的加工方法是否达到技术要求。不到 5 分钟,孙胜勇就赶到现场。

看到她,着实让笔者吃了一惊,原本以为人人人口中的“技术达人”孙胜勇是一位壮实的小伙子,没想到却是一位瘦小的女士。此时她正目不转睛地观察着摆放在成品区的摇架部件。孙胜勇年近 50 岁,是防务事业部技术带头人。2018 年 9 月,技术部抽调 20 多人组成某车载产品摇架攻关组,孙胜勇担任摇架部件的技术负责人。从那时起,同事眼中的“老大姐”坐在电脑前撰写建议书、立项书、出方案……今年 5 月,摇架部件进入 402 车间生产,孙胜勇把办公地点转到了生产现场,每天一大早起上图纸就守在生产现场,而这一“守”就是 4 个多月。随着进度推移,公司某车载产品进入产出高峰期,各生产主战场都在全力冲刺。“我们现在最紧迫的就是要提高加工效率。去年

试加工时,摇架部分 1 个月才完成。现在,我们采用“一个流”的加工方式,让多台设备同时加工,10 天就能完成一台摇架,大大提高了加工速度。”孙胜勇满脸喜悦地说。

技术应用日渐成熟

总装是产品成型的最后一道工序,技术部的压力可见一斑。技术人员要配合操作者把上千种零件组装到一起,融合成一门真正的产品。大到 10 多米长的身管,小到一颗螺丝钉,都是毫米级的标准,对于协助生产的技术团队来说,需要细心也要有恒心。“总装阶段就是考验装配工艺的重要环节,机加工工艺室人员要跟踪装配,全程拍摄,保证每个环节顺畅。”聊起车载某产品,机加工工艺室的黄建军打开了话匣子,“因为这个产品是全新的,之前的工装卡具不能满足生产需求,所以我们配备了 700 多套工装,随着生产跟进,后续还会不断地增加。”摇架是由 50 多种零件组成,涉及锻件、板料、型材等,从毛坯制备、结构件、摇架本体焊接到中间工序的热处理、喷砂等,生产流程复杂,这给机加增加了不少麻烦。2016 年,机加工工艺室配合生产原理样机时,周期都在 20 天左右,如果按照“老方法”很难保证产品质量和效率,创造性开展工作势在必行。在分析研究后,机加室把一次铸型的摇架进行拆分,由之前一台设备集中加工,改为流水线作业,他们在创新中不断提升加工效率。如今,车间 9 台设备同时加工,产出的不断“提速”,让团队信心大增。黄建军补充道:“提效还是我们最重要的工作,尤其进入总装阶段,我们会针对问题重新修订方案,以问题为导向,继续优化工艺,直到顺利产出,这是我们最终的目标。”(赵馨)

计划不变任务不减 指标不调收入不降

茅台技术开发公司召开 2020 年半年营销工作会

8 月 11 日下午,茅台技术开发公司在二楼会议室召开 2020 年半年营销工作会,回顾公司 2020 年上半年营销工作,全盘谋划下半年工作,明确提出全年营销工作“计划不变、任务不减、指标不调、收入不降”。

茅台集团公司总经理助理、技术开发公司党委书记、董事长杨凤祥出席会议并讲话,党委副书记、总经理冯毓主持会议,班子成员陈华明、刘再智、钟丽、屈平、张爱民、陈涛、陈林参加会议。

杨凤祥在会上指出,回顾上半年的营销工作,技术开发公司从生产、管理到市场营销,都以奋进的姿态追求进步和提升。面对客观环境影响,公司上下坚定信念,一边全面推动公司管理能力提升,一边积极拓展市场营销布局,深化转型调结构,不仅加大“瘦身”力度,更是全面停产低端产品,提质增效、转型升级取得实质性进展。自主经营的茅台醇产品市场拓展成效显著,天朝上品新产品取得了招商工作的“开门红”。

杨凤祥强调,当前行业形势不容乐观,应该沉下心来研判形势,共克时艰。

一要全面贯彻落实省委省政府和集团公司有关工作要求。紧盯年度目标任务,进一步加大自主品牌开拓力度,规范生产经营管理,深入实施“三品工程”,以壮士断腕的决心坚定不移推进提质转型,进一步明确发展方向和市场定位,不断优化产品结构、市场布局和销售模式,提质增效,破解发展难题,实现改革突破,力争下半年全速追回发展差距。

二要紧紧围绕目标任务,做好市场营销规划和工作落地。以市场为导向,不断加强



营销队伍建设,以人才的力量推动市场形势明朗化,做好“后疫情时代”营销布局。在充分调研市场,分析原因、抓住要害的前提下,按照“计划不变、任务不减、指标不调、收入不降”要求,做计划、补欠账、保指标,尽快落实一揽子行动方案,增强市场投入、营销推广和品牌宣传等力度,有效激活市场动销,提高工作效率,优化发展质量。

三是增强协同发展共识,形成“一切围绕市场转”的良好工作氛围。按照市场服务下沉的原则,班子成员工作重心全面向市场倾斜,各部门要提高站位,增强责任意识和紧迫感,全力以赴围绕市场做好产供销协

调,打破工作中的“中梗阻”问题,推动有关工作执行落实,形成良好作风,促使各部门思想高度统一,劲往一处使,充分发挥合力,推动营销工作上新台阶。

冯毓在主持会议时指出,接下来是和时间赛跑、“危机中育新机、变局中开新局”的半年,召开营销工作会的目的是深入学习贯彻集团公司半年工作会有关精神,回顾总结公司上半年营销工作情况,安排部署下半年营销工作。他希望公司上下秉持“抓防控、抓销售,两手都要硬”的工作理念,在做好疫情防控的同时大胆尝试创新营销方式、全面布局市场营销工作。

冯毓要求参会人员要吃透精神,融会贯通,学习好、领会好会议精神。一方面各职能部门要明确责任主体,结合本职工作,确定自己的任务目标和措施办法,细化落实公司的部署要求;另一方面,公司全体员工要增强发展信心和完成目标任务的责任感,扎实做好部门工作;要把更多的时间精力投入到深入公司生产基层、销售一线上,潜心研究推动公司营销发展的大事、实事、难事,发扬求真务实、埋头苦干的精神,形成加快公司营销工作发展的合力,切实把会议精神贯彻落实到位,推动各项工作高效落实。

钟丽在会上系统地总结了 2020 年上半年公司营销工作开展情况。从结构调整、产品瘦身对下半年品牌建设工作作了安排,以点带面、以面带全,重点出击,聚焦大商优商拓展市场作了布局,对加强营销队伍建设,提高销售人员综合素质作了具体部署,强调销售工作要不讲客观、不谈条件,只讲主观,一心一意抓好公司营销工作。

张爱民聚焦监督执纪为营销工作保驾护航,强调了纪委下半年监督和检查的重点工作,要求公司各职能部门要切实履职,抓紧抓实营销工作。他告诫公司中级管理人员和营销员算好人生“六笔账”,保持清醒的头脑,慎独慎微,存敬畏、讲规矩、守底线,廉洁从业。

营销公司、天朝上品公司分别作了 2020 年上半年营销工作汇报,营销中心、物资配送中心、生产管理部、企管法务部、质量管理部、财务部、酒库车间等部门分别作了表态发言。(刘蒙)

西南油气田公司天然气产量突破 200 亿立方米

约占全国 17.3%

8 月 17 日,中国石油西南油气田公司生产天然气 7152 万立方米,今年累计生产天然气 200.67 亿立方米,突破 200 亿立方米大关,约占全国同期天然气产量的 17.3%,较去年提高 1.8 个百分点,为保障我国能源安全、促进区域经济社会绿色发展奠定坚实基础,有力践行了“在疫情和油价双重大考中当好顶梁柱”的责任和担当。

今年以来,面对新冠肺炎疫情和国际低油价的双重冲击,作为中国石油集团最具成长性地区公司,西南油气田公司坚决落实中国石油集团党组决策部署,以“坚定建成国内最大的现代化天然气工业基地目标不动摇,当好天然气上的主力军和页岩气开发的排头兵,坚决把产量搞上去;坚定低成本高质量发展的目标不动摇,做转型升级的改革家、提质增效的实干家,坚决把效益提起来”为目标,攻坚克难、激流勇进,天然气产量产能箭头向上,持续上升。

去年年底,西南油气田公司建成三个百亿气区,年产能达到 300 亿立方米。今年,西南油气田公司年产量将达到 316 亿以上,全面建成 300 亿战略大气区,实现几代川油人的夙愿。西南油气田公司加快天然气产能配套建设,今年已累计配套产能井 165 口,产能 75.08 亿立方米,完成年度计划 75.1%,目前公司天然气日产能约 1 亿立方米。

目前,西南油气田公司正科学安排钻井、酸化、压裂、地面工程建设作业,确保产能建设高效推进。受疫情和气温影响,国内天然气需求有所减少,这家公司充分利用产量压减契机,优化各类检修作业、隐患治理和气藏动态监测及跟踪分析安排,做好产能维护,确保下步产能充分发挥。目前这家公司高石梯—磨溪区块日均产气约 2500 万立方米,页岩气日产量约 2400 万立方米,老区气田日产气约 1400 万立方米、对外合作区块日均产气约 700 万立方米。

西南油气田公司有关人员表示,按照生产组织安排,今年年底,公司天然气日产量将会突破 1 亿立方米,创造历史纪录。(彭刚)

强化燃料全过程管理

全面提升燃料管控水平

为夯实燃料管理基础,提升燃料管理水平,今年以来,河北沙河电厂以降低燃料成本,提高企业盈利能力为核心,严把燃料管理关口,为提升燃料的精细化管理水平、企业盈利能力夯实了基础。

严把燃料采购“源头关”。沙河电厂以降低燃料成本为中心,抓好燃料采购源头管理。根据煤炭市场的发展变化,及时调整采购思路,把握市场价格杠杆,调整煤炭结构,在优化合同煤采购的基础上,积极与大型企业通力合作,拓展稳定优质、价格合理的自筹煤资源。同时沙河电厂认真执行采制化标准,强化采制化工作过程中执行国家标准的规范程度,建立煤质及时反馈制度,保证入厂煤的质量,入厂煤检斤率、检质率实现 100%,入厂煤批次深挖抽查率达到 100%,避免亏吨现象,多举措促进企业将本增效。

严把燃料入厂“监管关”。沙河电厂“燃料效能监察人员对入厂煤特别是自筹煤的检斤及煤样的采制化工作进行全方位、全过程巡查监督,完善煤炭合同关于质量差的约束内容,及时掌握矿方热值,当发现偏差大时进行及时交涉处理,促进了入厂煤与结算煤的重量差和热值差的管控工作。同时沙河电厂通过定期对煤场进行倒垛整形,有效防止煤堆自然燃被覆现象的发生;对储煤场加强消防及喷淋降尘,最大限度降低风损及粉尘控制,达到环保要求;根据煤种情况科学划分,分区存放,并随时根据来煤情况变化及时调整堆放方案,提升库存水平,全力打造机组优质“粮仓”。

严把燃料煤质“复检关”。针对燃料化验结算热值这一关键参数,沙河电厂“燃料效能监察人员高度重视,制定并严格实施了备查样“双套复检”制度,并由监审化验室分别对煤样进行定期或不定期的抽检,及时对化验数据进行比对、分析,确保数据的真实性。

严把燃料从业人员“廉洁关”。沙河电厂通过开展案例警示教育、集体廉政谈话、廉洁从业承诺等“平安”教育和“诚信”教育,深入宣贯学习企业“自律修身,淡泊明志,重责慎权,廉洁兴企”的廉洁文化理念,提高燃料管理从业人员的思想素质,强化廉洁自律意识;对燃料管理关键岗位大力开展岗位廉洁风险点防控活动,筑牢“不想为、不能为、不必为”三道拒腐防线,有效地预防了不规范行为的发生,从源头上规避企业风险。

此外,沙河电厂还强化厂矿热值差、吨位差“两差”的控制,通过实施动态管理煤场,坚持每月“四盘”,及时掌握燃煤“来、耗、存”情况,使煤场堆放更加规范,掺配更加科学;最大限度地坚持机械采样的公正性,加强煤质管理,并严格落实合同条款,根据超耗、超水、路途质量损耗进行结算,确保企业经济利益。(何卫东)

搭载蓝鲸 NE 发动机

两江新区长安汽车再发布两款车型

8 月 17 日,重庆两江新区入驻企业——长安汽车打造的长安 CS55 蓝鲸版和锐程 CC 蓝鲸版正式上市。至此,长安汽车在今年已经累计发布 8 款车,其中包括 2 款全新车型和 6 款改款车型。

这次两款车的车型更新,最大亮点在于发动机。两款蓝鲸版车型均采用了长安最新的蓝鲸 NE 1.5L 涡轮增压直喷四缸发动机,最大功率 180 马力,最大扭矩 300 牛·米,并匹配了 7 速双离合变速箱。

这款发动机由长安本部、长安英国中心联合开发,携手博世、博格华纳、舍弗勒、法雷奥、壳牌等国际知名供应商打造,以多项全球首发及全球领先的技术,在 1250/min 即可达到 300N.m 的峰值扭矩,运动性能也更为凸显。

智能交互方面,两款车型均搭载 10.25 寸液晶触摸显示屏,通过长安“小安”智能语音系统,能够控制导航、天窗、空调、多媒体、电话、设定空调具体温度。



此外,该发动机还集成了国际领先的 NVH 控制技术,通过降低整个传动系统的共振、敲击、轰鸣现象,使整机怠速声压级低至 60.8dB(A)。

“高颜值”也是这辆车的一个亮点。长安 CS55PLUS 蓝鲸版外观采用了深灰色车漆,搭配车身四周的红色装饰条进行点缀,视觉效果明显。而长安锐程 CC 蓝鲸版定位

“新动力宽适品质家轿”外观造型动感,格栅采用灰色哑光电镀,搭配一体熏黑式大灯与激情红饰条,并新增炫影灰色车身。

除此之外,购买两款车型的用户还可以享受 500 订金抵 5000 元、两成首付三年零息、至高 4000 元置换补贴、发动机零部件终身质保、终身免费道路救援、价值 2000 元专属精品礼包等福利。

长安方面表示,此次两款车型的同时发布,将为长安汽车进一步拓展市场提供更加充足的助力。

在经受住了疫情考验的情况下,长安汽车正爆发出强大的市场竞争力。今年 7 月,长安系中国品牌汽车销量 123548 辆,同比增长 49.9%。

长安汽车是两江新区的代表性汽车之一。今年上半年,两江新区汽车产业也在逆境之中实现了增长。1 至 6 月,两江新区汽车产业产值增速达 8%,其中整车增长 9.0%,零部件增长 5.8%。(谢力)