

“第十届中国(贵州)国际酒博会线上活动、贵州酒类博览会”六方面成果发布

9月13日,“第十届中国(贵州)国际酒类博览会线上活动、贵州酒类博览会”成果发布会在贵阳国际会议展览中心登录大厅新闻中心举行。

第十届中国(贵州)国际酒类博览会线上活动执委会副主任、贵州省贸促会(博览局)党组书记、会长(局长)张汉林出席成果发布会,全面介绍了大会两项活动取得的成果。省贸促会(省博览局)党组成员、秘书长郭华,省贸促会(省博览局)副会长(副局长)刘客萍,贵州省贸促会(博览局)一级巡视员吴冰,贵州酒类博览会执行主体、贵州国际商会会长戴军参加发布会。成果发布会由贵州省贸促会(博览局)党组成员、副会长(副局长)徐仕光主持。

今年,我国抗击新冠肺炎疫情斗争取得重大战略成果,在当前疫情防控常态化背景下,第十届中国(贵州)国际酒类博览会以特别的形式举办——首次在线上“拉开帷幕”,集线上展览展示、供采对接、直播营销、洽谈交易为一体,与首次举办的贵州酒类博览会同步举行,活动内容更加丰富、覆盖范围更加广泛。第十届中国(贵州)国际酒类博览会线上活动吸引了线上参展企业1184家,贵州酒

类博览会共有参展企业850家,参展参会嘉宾202人,参展客商2550人。

9月12日,第十届中国(贵州)国际酒类博览会线上活动圆满闭幕。9月13日,贵州酒类博览会圆满闭幕。两项活动均取得良好成果,据不完全统计,9月9日至9月13日,累计达成投资贸易总额245.84亿元。其中投资贸易签约仪式达成41个项目,合同总额175.7亿元;线上达成投资贸易总额33.02亿元;线下达成贸易总额37.12亿元。累计线下进馆观展人数52738人次,线上总访问量1314.32万次。

本次酒博会线上活动、贵州酒类博览会主要取得以下六个方面的成果:

一、更加注重发挥酒博会的品牌领军作用,行业吸引力国际知名度持续提升

中国(贵州)国际酒类博览会已经走过十年历程,见证和推动了世界酒行业的合作共赢,贵州酒产业的快速壮大,贵州脱贫攻坚的伟大奇迹和贵州发展的赶超跨越,知名度、美誉度、影响力不断提升。

二、更加注重确保酒博会的活动规格层次,专场活动精彩纷呈引发各方关注

展会期间,还举行了酒业发展高峰论坛,以“创新发展 合作共赢”为主题的会展经济发展论坛。为国内外酒业界交流合作提供最大舞台、最优展台、最好平台,回应了有关各方对酒博会如期举办的积极期盼。以酒为媒,吸引了国内外线上参展企业1184家。

三、更加注重拓展酒博会的产业融合功能,涉酒全产业链全力助推脱贫攻坚

通过推动生产、流通、消费等环节各方的紧密合作,分散企业经营风险,保持经济平稳发展,努力构建酒产业共商、共建、共享的循环发展新格局。以仁怀市为例,2020年,仁怀市种植有机高粱预计亩产在600斤以上,总产量有望突破7.8万吨,产值将达到7.17亿元以上。在“酒+旅游”的深度融合下,仁怀市开启了全域旅游精彩大幕,实现旅游“井喷式”增长。2019年,仁怀市实现接待游客1224万人次,旅游总收入160.84亿元,比1996年增长了3000多倍。如今,仁怀市已建成以茅台酒镇为核心的世界名酒旅游带和国内知名山地旅游目的地,国家级工业旅游创新示范区,茅台酒酿酒作坊列入国家工业遗产。

四、更加注重创新酒博会的办展办会机制,线上线下有机结合延伸产业链条

在今年特殊形势下,本届酒博会采取线上线下相结合,搭建洽谈交流合作的高端平台。在线上平台优化涉酒全产业链展览展示,内容涵盖进口酒、白酒、葡萄酒、啤酒、果酒和黄酒、保健酒和配制酒,以及涉酒全产业链展示。在线下活动设置酱香核心产区馆、中国名酒庄、省区精品馆、酒类产业链馆、嘉年华及美酒美食综合展示等5个展馆(展区),涉酒全产业链相关材料、技术和设备,酒类衍生品,酒文化产品等,大力推动酒产业集群化、配套化、链条化、融合化发展,推动“酒+文化旅游”等融合发展,延伸产业链、提高附加值,助力贵州推进世界级酱香型白酒产业集群建设。

五、更加注重提升酒博会的新闻宣传质量,矩阵式专业化报道浓墨重彩亮点迭出

今年酒博会新闻报道的原创数量、全网关注度、网络热度及社交网站转引度与往年相比,实现了新的突破。据不完全统计,展会期间,全网对酒博会进行了广泛的关注和报道,会期有中央级媒体如人民日报、人民网、新华社、新华网、经济日报、中国青年网、中国

新闻网等;贵州省内媒体如贵州日报、当代贵州、多彩贵州以及其他客户端、地方媒体等超过100家媒体发布达1300条新闻报道,点击量超2亿人次。

六、更加注重强化酒博会的现场疫情防控,细化措施落实责任确保全程安全有序

第十届中国(贵州)国际酒类博览会线上活动执委会、贵州酒类博览会执委会深入贯彻习近平总书记关于疫情防控工作重要精神和指示批示精神,按照省委、省政府关于重点行业疫情防控工作的工作部署,提高思想认识,强化责任落实,专门成立疫情防控组,统筹两个活动疫情防控工作,确保各项防控措施落实到位。

佳酿飘香万里,气味回味无穷。展望未来,相信在各方的共同支持努力下,酒博会必将从新的起点出发,奔向更辉煌的未来。以酒为媒,共品佳酿,共同营造开放包容的合作环境,推动全球贸易和世界经济持续增长,促进贸易自由化和经济全球化,同时国内外酒业交流合作提供最大舞台、最优展台、最好平台,为酿造好这口“佳酿”制造条件。

(本报记者 樊瑛 张建立)

以“零缺陷”把握设计

“附件是实验失败原因分析及设计修改意见,请各位会前抽出的时间审核并提宝贵意见。”航天科工203所设计师小刘摁下发送键,长舒了一口气,低头望了望厚厚的实验记录本,等待着项目组的集中讨论。本子上记载的,是上百次实验的过程与结果。终于,小刘找到了问题所在,将关键技术攻关过程中的实验成功率从90%提高到100%。而90%与100%的差距,仅仅在于设备内两个微小元件的尺寸,真是差之毫厘,失之千里。

原子钟作为一种精密的计时器具,构成复杂。秉承“质量是设计出来的”理念,在原子钟的研制设计过程中,设计师们需要通力协作,不放过任何一点不确定,以“零缺陷”质量理念把握设计,将“归零”思维用于问题解决。在设计阶段不犯低级错误,不抱侥幸心理。为保证设计质量,团队建立了周例会制度,设计师对项目研制过程中存在的技术问题、进度问题、外协外购问题进行讨论,并汇总形成问题表格,问题到件,责任到人,一切均可追溯。

遇到问题时,大家不藏着不掖着,而是虚心请教有经验的设计师,利用研究室的优质资源提高整体设计水平,将之前产品研制、设计、生产、测试与调试等优秀的经验借鉴过来,走过的坑绕过去。在设计过程中,大家都有一个共同的理念,只有设计做到位了,后面的生产、测试和调试工作才会顺畅,也能有效降低管理成本。产品质量是设计出来的,不是管理出来的,也不是检验出来的,唯有做好设计,打牢基础,才能保证产品质量,有效缩短研发生产周期。

原子钟为提高北斗导航卫星系统精度发挥了重要的作用,为产品质量赢得良好的口碑。这是每一名设计师将质量理念融入产品研制、设计与生产全过程的结果,是原子钟设计师及研制团队啃下无数硬骨头所取得的成果,更是航天人视产品质量为生命的证明。

产品质量代表工作质量,工作质量反映员工态度与职业素养。今后,设计师们将继续以“零缺陷”把握设计,稳扎稳打,以认真负责的精神和高度的责任感打造更多的“零缺陷”产品,以质量获得客户认可,以质量在市场乘风破浪。(朱玺 操春燕)

北重集团:拒绝“剩宴”将“光盘行动”进行到底

习近平总书记近日再次强调要制止餐饮浪费行为。积羽沉舟,滴水成河。为贯彻落实习近平总书记的重要指示精神,切实培养节约习惯,引导全体干部职员工厉行勤俭节约、抵制餐饮浪费,中国兵器北重集团向全体干部职员工发出倡议。

北重集团号召广大干部职员工拒绝“舌尖上的浪费”,职工餐厅不多打、宾馆不多点,将“光盘行动”进行到底。倡导“公筷制、双筷制”的使用规范,引导全体职工自觉做文明用餐的实践者。领导干部和工作人员在公务接待中坚决杜绝“讲排场、要面子”的不良思想,合理安排点餐。北方宾馆、职工食堂承担着公司上千名干部职工的饮食重任,如何让大家吃的营养、健康,又能不浪费。北方宾馆等餐饮服务单位创新服务方式,推行小份菜、半份菜服务,合理搭配菜品,营造良好用餐氛围。

北重集团为推进“文明餐桌”行动,在食堂、宾馆一进门醒目的位置张贴“文明用餐”宣传海报,电子屏幕滚动播放“节约粮食、拒绝浪费”的宣传标语,处处可见倡导节约的温馨提示,提醒就餐职工文明用餐。

笔者在职工食堂发现,工作日上午12时,一批就餐者陆续到来。一线职工王某在取餐窗口取了一小份烧茄子、一碗米饭,还有一小碗绿豆汤。吃完后,他用纸巾擦干净桌上的菜汤污渍,将餐盘送回。

北重集团通过海报、视频、服务人员提示等多种形式,加强宣传“文明消费、节约就餐”的时代风尚,杜绝“舌尖上的浪费”。(郭新燕 赵子超)

“薄面”也可“光洁抗皱”

中铁八局海外公司又一科研成果荣获国家实用新型专利授权

近日,中铁八局海外公司收到国家知识产权局下发的实用新型专利证书。由中铁八局海外公司卡米娜水厂项目部科技攻关小组承担的“大体积薄壁抗渗混凝土综合施工技术”科研项目,其科研成果——“一种薄壁抗渗混凝土连续浇筑装置”获得国家实用新型专利授权。

自2017年进场之初,项目部管理团队便同步组建了科技攻关小组,针对项目所在国资源匮乏,构筑物本身结构复杂、技术要求高等实际情况,进行施工技术综合应用研究。施工过程中,各类不利因素相互关联、相互影响。科技攻关小组对卡米娜水厂各种大结构薄壁池体混凝土施工工艺进行了反复的方案比选、验证,论证了高效、可靠的施工方法。通过原材料比选、混凝土配合比优化、施工工艺改进,进一步完善了整个工艺流程,彻底消除了大体积薄壁混凝土常见的裂纹和变形等各种常见施工缺陷,实现了“薄面光洁抗皱”。

科技攻关小组在研究过程中,首先针对



● 中铁八局海外公司承建的刚果(金)卡米娜引水和处理工程

天然砂细度模数较小且质量不稳定的情况,建立了不同细集料筛分曲线图库。为优化混凝土配合比,建立了现场实验数据库,形成

了一整套技术参数调整方法。其次,对胶凝材料进行了大量的对比试验,提出并采用了缓凝型胶凝材料的理念。再次,利用各种性

能曲线,复合形成了综合性能关系曲线,并按此进行混凝土配合比的优化,使大面积尺寸薄壁抗渗混凝土得抗离析、抗裂、抗渗等各项性能同时达标。最后,在施工过程中为减少施工缝、防止浇筑过程中混凝土离析,提出并采用了混凝土抗离析阻尼溜槽,形成了完整的大体积薄壁抗渗混凝土施工流程。项目部管理团队还将该专利的综合施工技术全面应用于水厂项目的V型滤池、曝气池、反应沉淀池、吸水井、清水池等所有池体的施工中,为高质量完成卡米娜水厂工程提供了技术保证。

据悉,中铁八局海外公司承建的卡米娜水厂工程位于刚果(金)东南部上洛马省省会卡米娜市东南方,在LOVOI河北岸,距卡米娜市中心约12千米,2019年6月一期工程全部完工,二期工程正在筹备进行中,投产运行后将解决23万市民引水困难的问题。这项工程是中非人民友谊又一见证,是构建“人类命运共同体”的坚实载体。(陈伟)

构建企业文化 创新管理机制

■ 庆丽霞

“国家富强在经济,经济繁荣在企业,企业发展在自主,自主经营在文化。”这就像剥笋一样,把事情层层剥开,可以清楚看到,到底是什么在决定着国家和企业的命运。从企业科学管理到以人为本管理的转换不难发现,其本质上就是企业文化的转变,这种以人的素质提高为中心的需求和推动,有助于具有活力的企业更加专注于长远的发展。

企业文化是指导企业经营的灵魂和法宝 生命力在于创新

企业文化管理思想的核心是以人为本。随着生产力的发展和社会的不断进步,人的需求层次也在不断提升,而企业文化把人看成具有多方面需要和发展能力、追求自我价值实现和全面发展的“文化人”。企业不仅是一个赢利性的经济实体和员工养家糊口工作的场所,而且也是一个员工追求自我价值实现、寻求精神支柱的乐园。通过企业文化的导向和渗透作用,用体现企业价值观的行为准则和规范,引导员工的行为朝着有利于实现企业的方向发展。所以,建设企业文化必须遵循马克思主义认识论的实践观点,依靠群众,坚持以人为本的思想,满足广大职工的物质和精神文化的需要。喊破嗓子不如做出样子。

企业文化生命力在于创新。先进文化,离不开创新,创新是一切文化发展的本质特征,没有创新,就谈不上先进文化。企业文化必须以创新作为发展的动力,才能长盛不衰。尤其在当今,企业文化建设要不断地吸收、容纳社会历史进程中的各种新的文化要素,不断融汇现代科学与教育的新质内涵,形成具有现代意识、竞争意识、民主意识、法制观念等思想文化意识注入企业文化建设中,使企业生产经营获得新的生机和精神力量。成功企业永续经营的秘密告诉我们:“一个不重视创新的企业,是没有竞争力的,缺乏活力的企业,是没有前途的。”企业文化在企业有什么用呢?根据马克思主义认识论的原理,文化是人的主观意识对

客观存在的一种反映。企业文化正是以企业管理哲学和企业精神为核心,凝聚企业员工归属感、积极性和创造性的人本管理理论。

首先,企业文化应是企业员工共有的价值体系。当我们遇到问题时,企业文化为我们提供正确的途径来约束员工的行为——什么是我们该做的,什么是我们不该做的——并对问题进行概念化、定义、分析和解决。它应当是一种知觉,是对企业内涵的描述,而非评价;它还应是企业管理者的人生哲学,是群体做事的方式。

其次,作为企业之魂,企业文化同时还是一个企业精神文化和物质文化的有机结合,它包括一个企业的方向、目标、宗旨、理念与价值观,以及经营活动及物质形态上的种种会说话的东西。它力量神奇,引导着企业该往哪里走,怎样走,走多远;它明确应该怎样正确对待顾客;怎样正确回报股东;怎样正确激励员工;怎样正确确定企业的发展方向、经营策略;怎样正确维护与合作伙伴的关系;怎样正确协调好企业发展与为社会服务的关系等等。企业文化是指导企业经营的灵魂和法宝,它将形成一股强大的文化力来推动整个事业的发展,是新时期企业的一种最高境界的管理。

从成功企业的身上我们可以看到,企业文化是一个企业团队在经营过程中体现出来的一种文化,它可以分成四个层面:首先是表层的,即物质上的,这也是最可变的;其次是浅层的,即行为文化;第三层是中层文化,即制度文化;最后是深层文化,即精神文化,这是精髓部分,也是变化最小的部分。虽然现代企业的核心竞争力以及技术创新功能虽是间接的,但无形的文化创新却能创造有形价值,它对企业长远发展的影响是巨大的。

拥有企业文化的创新优势 就能把握主动权

过去,我们常听有人说,“国企和外企最大的差距是人才,好的人才都去了外企。”前半句话我赞成,但后半句就有失偏颇。人才

不在乎多少,关键是怎样培养好人才,如何让一些优秀人才在国企的环境中脱颖而出。笔者认为其关键是“企业文化”,如果能建设一个好的文化氛围,不管你原来是什么人,进入企业后都会融入到企业的核心文化中;相反,若缺乏一个好的文化氛围,再好的人才也会变,或者被另一个有着优秀企业文化的组织所吸引(如外企)。

众所周知,企业的竞争,关键是人的竞争,随着经济全球化的进展,各个企业所运用和道从的管理手段和经济动作方式的差异越来越小,而文化因素的作用则显日益重要,企业文化建设可将“人”这个因素调整至最佳状态,忽视它就会在企业竞争中失去很多优势。在当前企业重大变革时期,充分运用马克思主义的观点和方法,对企业文化的本质、企业价值观和各企业文化的共性与个性等问题进行哲学思考,对建设适应社会主义市场经济的具有特色的企业文化,具有十分重要的意义。

企业文化表现的是全体员工的亲和力。企业文化是人人参与、共同确立集体价值取向的文化。因此,从人本管理的需要出发,企业文化建设的重点应始终着眼于建立一种合理的劳资关系、和谐的人际关系和平等的上下级关系,形成一种亲和力。

企业文化是通过方针、政策、原则、制度所表达出来的企业核心理念。作为企业家们必须懂得,企业经营是对人、财、物的管理,而人永远是财和物的支配者、组织者、创造者。文化在企业的主导地位集中体现企业从上到下领导与员工的价值追求,在此基础上才有凝聚力和向心力。因此,现代企业文化的精髓就在于坚持“以人为本”的管理思想。随着科学技术的发展和人类文明的进步,人们逐渐对人的本质有了更深入的认识。人不再是“理性人”、“经济人”、“社会人”或者“文化人”,而应是能系统思考、不断自我超越、不断改善心智模式、积极参与学习,能在共同意愿下努力发展的。人要激发员工创新、勤奋、独立、自信和直率,我们要懂得,他们需要别人尊重他们的才,更尊重他们的人格。其次,创造

宽松、平等的工作氛围更有利于发挥员工的想象力和创造力。再次,以人为本还要求关心员工的身体健康、思想情感和个人的发展。企业只有发挥了人力资源的潜力,才能在激烈的市场竞争中领先别人一步。知识经济的时代,企业财富的创造是以人力资本为根本,货币资本为条件的。企业的竞争更多地表现在企业间伦理观念的竞争,企业文化的竞争,用人机制的竞争,经营策略的竞争。而这一切竞争的结果又最终决定着企业的命运。

以往说到企业文化就好像是在说工会,是在探讨企业的思想政治工作,其实企业文化有它自己独到的内容,它最难以把握,却最有价值。一个企业既是一个家庭也是一个学校。企业家与员工的关系,不是单纯的劳资或雇佣关系,而应该是一种互相学习的同学关系,互相关照的朋友关系,互相体谅的亲情关系。基于此,企业文化所体现的软性管理,就是把管理的重点从物的管理转移到人的管理上来,重视人、尊重人、培养人,充分调动人的主观能动性和积极性、创造性。

同时,现代企业要想适应国际国内经济发展的新特点,在激烈的市场竞争中立于不败之地,就要进行全方位创新。创新是一种能力,更是一种精神,特别是企业应从文化层面转变观念,转变思维方式和工作方法,要使企业成为以文化创新带动全方位创新的“创新型、学习型企业”。因为先进文化,离不开创新,创新是一切文化发展的本质特征,没有创新,就谈不上先进文化。因此,作为最新、最前沿的管理理论。企业文化的主动力在于创新,必须以创新作为其发展的动力,才能长盛不衰,才能真正与时俱进。

我们必须牢记:一个不重视文化创新的企业,是一个没有竞争力的企业,是一个缺乏活力的企业,是一个没有前途的企业。总之,在充满机遇与挑战的二十一世纪,谁拥有了企业文化的创新优势,谁就能把握主动权,就能在激烈的竞争中立于不败之地。(作者单位:张家港联合铜业公司政工部)