

“融合式”共建激活大包新动能

■ 丁玉萍 胡强

三季度,西北油田采油二厂采油管理二区与河南一厂项目部联合开展攻关活动,完成了 TH12524 井喂油泵改造、TH102101 和 TH10341 注水井流程改建、12-3 计转站外输泵房 1 号外输泵进出口阀门漏气改装、抽油机井防憋压防井喷装置等技改措施,累计增油 1500 余吨,节约成本 260 余万元。

这是该管理区把融合式共建贯穿于推进生产运行业务一体化外包全过程,实行上下同目标、内外同责任、党政同携手、服务同频率、奖惩同激励、成果同享用的“六同”管理法带来的神奇功效,走出了一条甲乙双方融合式共建的基层党建探索之路。

目标同向让工作高效运转

6 月 19 日,雷雨大风突然来袭,雷电造成大面积停电,10-3 计转站、10-5 计转站、10-8 计转站三个计转站的 27 口井停井。管理区总监李安国、项目部经理刘洋等,迅速组织人员兵分六路,冒着大雨到井站开井,从停电到恢复生产仅用了 2 个小时。7 月,在全厂标准化站库评比中,该管理区获 3 个优加、2 个优的最好成绩。

该管理区和河南一厂项目部两个单位精诚团结,形成了管理二区是“一线指挥部”、两个单位机关是“生产龙头”、代运行队伍是“战斗尖兵”的三级联动组织。

“上”到战略精心谋划,“下”到井站落地生根,都围绕实现大包目标高速运转。

“在推进业务大包进程中,我们通过建立



● 甲乙双方一起分析加热炉供热效果。

完善融合式共建体系,让甲乙双方“同船划桨”,推动各项工作优质高效运转。”说起“融合式”共建,该管理区总监、党支部书记李安国深有感触。

双方共种一块“责任田”,彼此为对方精诚服务。采油管理二区在制定决策的过程中,做到同河南一厂一起讨论、一起分析、一起研究方案措施,使决策有针对性、全面性和可行性。项目部从源头参与管理区决策,改进自身服务,提高管理效益和运行效益。

内外同责让管理同频共振

3 月 15 日,12-1 计转站掺稀来油管线渗漏,漏点在混凝土地面下方,需要更换漏点管

线。难点是施工时生产不能停,安全风险高,更换时更不能破坏混凝土地面,否则打不住卡子,会造成更大的渗漏。两个单位协同一心,连续奋战 48 小时,终于带压封堵更换了管线,实现了施工不停输,确保了 12-2 等 5 个计转站的正常掺稀供油。

虽然责任内容不同、责任对象不同,但作为责任主体,都在同一个责任体系中各司其责。两个单位为了同一个责任目标“一条心”去执行,“一家人”去共担,“一盘棋”去管控,“一体化”去提升。

由于业务大包,经济利益目标不同,增加了成本管控的难度。针对班组成本管控现状,共同研究出台了《采油管理二区生产成本管控措施》,制定土建施工、抽油机拆装等 9 个

项目 100 多个降本降费管控措施,调动代运行队伍成本管控意识,降低了管理区成本管控难度与风险。

在安全生产上,两家单位不分内外,风险共担,前三季度,共同组织安全教育培训 48 次。坚持“三重一险”领导带班制度,特级动火、高空作业、受限作业、起重作业等施工,管理区领导、生产运行中心主任和施工方一起,到现场把关验收,做到作业持票率 100%,现场监护率 100%。

“融合式”共建让效益几何倍增

前三季度,甲乙双方人员通过头脑风暴,针对掺稀油井优化节点控制,累计实施掺稀优化 2800 井次,节约稀油 9000 余吨。优化生产流程,对新井管线与临近井互搭短期生产管线,节约经费 200 万元。

该管理区和河南一厂项目部携手,变“单打独斗”为“并肩作战”,实现了 1+1>2 的效果。

在制度联建方面,先后完善了《采油管理二区党建和生产经营融合操作手册》《采油管理二区融合式党建推进操作手册》、职工教育培训、绩效考核、典型选树等各类制度,创新评价办法,从制度保障两个支部融合、保障党建和生产经营融合。

“融合式”共建,形成“一家人,一条心,一盘棋,一体化”的工作格局。该管理区增强了责任感,“进了一家门就是一家人”成为共识。河南一厂员工有了归属感,“为甲方创造价值就是发展自己”成为工作准则和动力。融合发展,为采油管理二区稠油高效生产增添了新的动能。

烧结作业区工会开展专项劳动竞赛

9 月份,四川攀枝花钢铁集团西昌钢铁炼铁厂烧结作业区工会按公司“夯实质量基石,打造优质攀钢品牌”主题活动要求,积极贯彻执行该厂开展的以“守初心、担使命、提质量、促发展”为主题的“质量月”活动。结合实际,组织开展了以“提升烧结矿质量指标,为高炉优质高产提供保障”为主题的劳动竞赛。

据悉,该作业区工会本着“突出重点、精准发力、务求实效”的原则,结合质量月重点

工作,以提高劳动生产率和利润率为工作重心,发动职工立足岗位,凝聚斗志,强基固本,营造“人人关心质量、人人重视质量、人人创造质量、人人享受质量”的良好氛围,确保劳动竞赛活动取得实实在在的效果。

此次劳动竞赛从加强基础管理入手,坚决消除一切质量事故发生,守住工艺质量底线,以确保烧结矿产品质量最优。要求各生产班组以“稳产顺行、降本增效、技术攻关、破解

难题、学习提升”为竞赛主线,全面提升全员参与劳动竞赛的积极性和实效性,围绕质量月目标任务,奋勇争先、果敢作为、再创佳绩。在班组之间开展“比产量、比质量、比指标、比安全生产”的小竞赛。为了激励各班组职工参与工作的积极性和此次劳动竞赛的权威性,作业区工会已经拟定劳动竞赛奖励标准,依次对各名次实施阶梯奖励,对末尾班组则要实施相应的考核。

通过劳动竞赛,教育和引导全体职工爱岗敬业,从点滴做起,从现在做起,提升了全体职工的技术(业务)水平和学习能力,激发了职工活力和潜力,挖掘了职工的智慧,充分调动了职工的积极性、能动性和创造性。为切实做好质量月贯彻落实工作,夯实质量基础管理工作,提升质量管控水平,助推公司高质量发展和该厂经济高效生产提供了不懈动力。

(何勇)

(钟秀)

积极拥抱年轻人群,不断满足消费需求

双汇辣吗? 辣牵手 90 后实力小花杨紫,酷辣 CP 实力圈粉 Z 世代

■ 本报记者 李代广 实习记者 李璇

10 月 21 日下午,双汇辣吗? 辣 & 杨紫明星代言发布会在北京中国电影导演中心正式拉开帷幕,消费者、销售商、投资者、媒体等各界代表汇聚一堂,共同见证了双汇辣吗? 辣产品代言人的重磅官宣。

此番,双汇牵手 90 后实力小花杨紫,将引爆“辣有引力”年轻化冲击波,酷辣 CP 的组合将碰撞出炫辣多姿的火花。

双汇携手杨紫 引爆“辣有引力”

90 后实力小花杨紫因出演《家有儿女》爆红出圈,作为一名童星,她与一众粉丝一同成长,《战长沙》《欢乐颂》《香蜜沉沉烬如霜》《亲爱的,热爱的》等热播频出,演技更入佳境,《青簪行》《余生,请多指教》等待播作品让粉丝充满期待的同时,更让杨紫的热度持续高涨。

1992 年,第一支双汇火腿肠上市,与杨紫同岁,与 Z 世代一起成长,双汇成为家喻户晓的国民品牌、中国最大的优质动物蛋白供应商。

作为细分品类的双汇辣吗? 辣香肠,一经上市便圈粉无数,凭借新潮口味深受广大年轻人群喜爱。

本次双汇牵手杨紫,正是看到了她在年轻圈层的巨大影响,更代表着年轻与新潮的碰撞、时尚与活力的汇聚,传达着辣吗? 辣“辣有引力”的年轻化品牌内核。

产品 + 营销双管齐下 圈粉 Z 世代

双汇发展总裁马相杰在致辞中表示,双汇作为国民品牌家喻户晓,双汇辣吗? 辣香肠甄选四川藤椒、云南泡椒、印度魔鬼椒等特殊产地香辛料,天然辣味与弹劲肉粒完美结合,造就了极致的口感与独特的味蕾记忆,深受



● 双汇发展总裁马相杰与 90 后实力小花杨紫等嘉宾共同开启双汇辣吗? 辣 & 杨紫明星代言发布会。

年轻一代青睐。

杨紫是 90 后当红明星,实力与流量兼备,演技与颜值爆棚,在年轻圈层有着巨大的影响力,杨紫代言双汇辣吗? 辣香肠,是青春撞上了炫酷、时尚点燃了热辣。

本次发布会旨在向外界发出“辣有引力”的号召,让更多年轻人喜欢双汇辣吗? 辣,享受到年轻新潮、前卫时尚的健康美味。

活动现场还举行了双汇辣吗? 辣代言人

授牌仪式,马相杰为杨紫正式授牌,并共同抽取 6 位幸运嘉宾。杨紫现场与幸运嘉宾进行了亲密互动,并合影留念。

会上,由杨紫演绎的双汇辣吗? 辣广告片全国正式首发。

年轻新玩法 潮酷辣不停

在发布会现场的沉浸式展厅内,年轻、火

辣、炫酷的气息扑面而来。不仅有“不做柠檬精,只做吃辣狂”“味觉燥动,辣不能停”等个性化的态度表达,更有“杨紫一路披荆斩棘,成为 90 后实力小花。这种成长,辣吗?”“平衡工作与爱情,堪称端水艺术家。这种能力,辣吗?”“爆梗设问,引人发笑、触动心灵。辣度测试互动区、风味主题长廊,传递了青春、爱情、职场中的那些辣,铁杆忠粉、各界代表徜徉其中,纷纷驻足拍照打卡。

发布会精彩纷呈、沸点不断,生动的情景剧,演绎了“辣的真我态度”,传递了辣吗? 辣的品牌基因和文化精神。

现场主题歌曲《辣吗? 辣》由中国嘻哈圈知名 Rapper 刘夫阳谱曲作词并登台演唱,动感的节奏、前卫的歌词、年轻的调性点燃全场,更证明了双汇不仅能用美食征服消费者的胃,更能用潮酷玩法与年轻人嗨在一起,赢得年轻人的心。

对于“无辣不欢”的年轻人来说,辣是一种味觉刺激,更是绚烂时光的催化剂。此次重磅发布辣吗? 辣休闲肠类明星代言,是双汇开辟辣味零食细分赛道的又一重拳。

据悉,全球吃辣人群高达 25 亿人,每三个人中就有一个爱吃辣的,对于这届年轻人来说,“能不能吃辣”已经成为其交友入圈的重要选择标签。调研数据显示,2019 年休闲零食市场规模超 5000 亿元,今后随着市场渗透率的进一步提高,休闲零食产业年复合增长率将保持在 6%以上,肉类零食、辣味零食作为休闲零食行业的翘楚,未来的成长空间广阔可期。

面对市场蓝海,双汇创新之剑直指辣味细分品类新赛道,与 Z 世代的口味和情感诉求同频共振,定制化研发梯度辣、新潮辣,甄选四川藤椒、云南泡椒、印度魔鬼椒等特殊产地香辛料,做到了天然辣味与弹劲肉粒的完美融合,麻、辣、鲜、香,造就了极致的劲爽口感与独特的味蕾记忆。

在万隆董事长的带领下,双汇勇于担当肉类行业“调结构、促转型”的重任,持续推动行业创新变革,推进企业转型升级和品牌年轻化。

双汇积极拥抱年轻人群,洞察他们的追求与喜好,不断满足年轻人群的消费需求。不是在提供美食,就是在研发美食的路上,相信未来双汇会让更多惊喜与美味与广大消费者相遇。



● 双汇发展总裁马相杰致辞。



● 双汇发展总裁马相杰(左)为杨紫正式授牌。



● 双汇发展总裁马相杰(左)、杨紫(中)、主持人与现场观众抽奖互动。



● 双汇发展总裁马相杰、杨紫现场与 6 位幸运嘉宾合影留念。



● 双汇发展总裁马相杰、副总裁周霄,90 后实力小花杨紫与参加活动的部分嘉宾合影留念。