



●毛石混凝土挡墙浇筑前准备工作

狠抓黄金施工期 推动项目加速跑

目前,在中国安能一局南宁分公司东山水项目施工现场,旗帜飘扬、机械轰鸣、人影交织,现场一片繁忙的景象,项目参建人员正在抢抓春季施工的黄金季节,全力冲刺各节点目标,用拼搏奋进演绎着安能人的“速度与激情”。

“该工程作为一项惠及民生,聚焦民生改善的项目,建成后将进一步补齐当地农村水利短板,为统筹城乡发展,助力乡村振兴提供有力保障。”在施工现场,项目经理郭世强介绍道,为了抢抓节点目标,项目班子成员既是“指挥官”更是“战斗员”,遇到急难险重的工作,挑最重的担子、啃最硬的骨头,一级带着一级干。

项目部聚焦责任落实、强化质量把控,在做好疫情防控工作和安全文明施工的同时,对当前各项重点工作进行了周密部署,根据目标节点要求,项目部不断优化施组,严格把控施工进度,营造施工大干氛围,努力实现安全质量平稳可控,全力克服现场施工区域遇到的各种疑难杂症,确保施工效率。同时,不断完善奖惩制度,严格考核奖惩标准,提高参建人员积极性和责任感;进一步加强一线党员和青年团员的先锋模范作用,不断提升员工凝聚力和向心力。

“挡墙顶部需要凿毛,才能进行下一道工序立模,模板立后凿毛就没法进行,新旧砼接合部满足不了质量要求,会存在安全隐患。我们干的这是惠民利民的工程,质量技术方面必须要做好。”项目部生产副经理肖正其一边察看浇筑的挡墙混凝土,一边向现场施工负责人交代注意事项。

在管桩施工现场,新入职的大学生黄登立根据安全文明施工标准正在检查督促进入施工区的每一名工人。“阿姨,进入施工现场要正确佩戴好安全帽,扣好帽带,穿好反光背心,路边来往车辆较多,要多注意安全。”看见进入施工区的工人没有戴好安全帽,他一个个地提醒纠正。

目前,项目部临建生活区、挡墙混凝土浇筑、花卉长廊管桩铺设、水厂东北厂区土石方开挖回填及基础处理等工作正在开足马力有序推进。

据悉,广西南宁东山水厂农村供水管网延伸工程主要是利用东山水库、石楞水库水向新建水厂供水,统筹解决区域村镇用水问题。设计供水范围包含三塘镇、五塘镇部分村屯,共3个社区、13个行政村及包括位于三塘镇的广西交通职业技术学院在内的高等院校片区、“十里花卉长廊”片区内居民日常生活用水和公共建筑设施用水、饲养禽畜用水、企业用水、绿地浇灌、道路洒水用水等。

(王建强 柯丽莎)

西南油气田公司 助力高石梯灯影组 气藏效益开采

近日,从中国石油西南油气田公司传出喜讯:该公司充分发挥井下节流技术优势,目前已相继在24口高温、常压、高含硫、高产气井成功实施,助力高石梯灯影组气藏效益开采见到实效。

据了解,西南油气田公司近年来首先针对高石梯灯影组含硫气井物性参数、井下高温腐蚀环境的特点,结合气井不同井况优化井下节流设计方法,先后完成高石001-X30、高石001-H26井等30余井次井下节流工艺设计,有效解决了各类气井井下水合物防治技术难题,进一步提高了气井产能,为该气藏长期稳产及科学开发提供了技术支撑。

其次,在节流工具抗硫化氢腐蚀、节流嘴抗冲蚀等环节不断攻关,形成了适用于外径88.9毫米、73毫米油管的含硫气井井下节流系列化工具,可满足高石梯灯影组气藏气井不同阶段、不同腐蚀介质环境下开展井下节流工艺。与此同时,不断完善现场施工配套装备和工具,针对不同井况优选下入、打捞等配套作业工具,并完成企业标准《井下节流工艺操作规范》的修订,现已在川渝地区含硫井并进行推广应用,旨在为各类气田(气藏)气井井下水合物防治提供安全有效的技术支撑,为西南油气田公司“上产500亿、奋斗800亿”做出积极的贡献。

(黄斌 周玮 朱庆)

终结“双超”格局, 安踏携 2021 年营收 493.3 亿元直逼耐克

■ 新华网记者 丁峰

3月22日中午,中国最大的体育用品集团——安踏体育用品有限公司发布了2021年财报。报告显示:安踏集团全年营收同比增长38.9%,达到493.3亿元;经营溢利同比增长20.1%,至人民币109.89亿元;股东应占溢利(含合营公司损益)同比增长49.6%至人民币77.20亿元;在营收、净利继续保持两位数高速增长的同时,自由现金流入同比增长56.5%至人民币103.7亿元,期末现金储备超245.8亿元。

营收连续第8年保持增长,并在大基数基础上继续维持了较高增速,这一连串优异的财务数据,显示出龙头企业稳健的发展态势和强劲的发展后劲。

终结“双超”格局 安踏体育营收直逼耐克

据Euromonitor数据显示,2021年我国运动鞋服整体市场规模达3718亿元,同比增长19.1%。但从2004年开始,中国运动品牌市场就被耐克和阿迪达斯两大“洋品牌”牢牢占据份额前二。国产运动品牌连续十七年难以打破耐克和阿迪达斯构筑的“双超”垄断地位。

看似牢不可破的“双超”格局,在2021年被安踏体育终结了。

数据显示,2021年中国知名运动品牌企业营收分别为:耐克中国510.2亿元、安踏体育493.3亿元、阿迪达斯343.4亿元、李宁集团225.7亿元、特步国际100.1亿元。

与另外两家港股同业上市公司2021年营收相比,安踏体育约等于李宁的2.2倍,或接近特步的5倍。

更具标杆意义的是,安踏体育与两家国际巨头中国全资公司的同期收入相比,约等于阿迪达斯中国的1.44倍,耐克中国的97%。

如果按照当前的营收增速观察,安踏体育大概率将在今年(2022年)完成对耐克中国的超越,国内运动鞋服市场份额由第3位上升至第1位,终结“双超”在中国运动品牌市场长达17年的垄断地位。

回顾2010年,这一年运动鞋服行业因前

期过度扩张带来的大幅收缩,引爆了库存危机,市场受到沉重打击,中国运动品牌进入长达五年的调整期。

面对行业冷冬,安踏从零售终端入手,树立以“零售”为导向的管理标准和运营模式。在经历本次改革后,安踏集团财务指标快速恢复,实现对同业公司的超越,成为国内运动品牌第一龙头。

在2015年,安踏体育率先实现营收突破100亿元,之后用了六年时间就快速增长到500亿元区间。六年来,安踏体育营收年复合增长率达到28.17%,增速大幅领先行业。

目前,中国运动鞋服市场份额最高的五大品牌中,安踏集团占据两席,分别为安踏ANTA(9.3%)和斐乐FILA(7%)。而安踏儿童ANTA KIDS份额达2%,领先耐克儿童NIKE KIDS(1.8%)与阿迪达斯儿童ADIDAS KIDS(1.6%),是份额最高的儿童运动鞋服品牌。

多品牌齐头并进 第三增长曲线强势崛起

2021年财报中,安踏体育延续了公布集团旗下品牌具体营收的惯例。分品牌看,安踏ANTA收入同比增长52.5%至240.1亿元;斐乐FILA坚持“顶级品牌、顶级商品、顶级渠道”的战略,在高基数之上继续保持高质量增长,增速领先其他国际品牌,营收同比增长25.1%至218.2亿元;迪桑特、可隆等其他品牌营收同比上升51.1%到34.9亿元。

2019和2020年财报显示,斐乐FILA增速高于安踏ANTA。在2020年,安踏ANTA营收首次被斐乐FILA超出。

但进入2021年,安踏ANTA提出“专业为本,品牌向上”,并再次加速。去年上半年,“新疆棉”事件刺激国产运动品牌业绩普遍大涨,但到了下半年,随着外部因素影响减弱,增速出现放缓。

而安踏ANTA则继续保持高歌猛进势头,2021年H2的营收增速甩开同业公司李宁、特步,与斐乐FILA携手站上营收200亿元级别,形成安踏体育两大增长引擎双轮驱动。放眼全球体育用品行业,目前同时拥有两个收入30亿美元以上品牌的企业,只有安踏集团和美国知名服装公司——威富VF集团。



更为可喜的是,集团旗下除安踏ANTA及斐乐FILA外的其他高端小众品牌在各自赛道高速增长,营收同比上升51.1%到34.94亿元,经营溢利(营业利润)大增2.3倍到6.44亿元,成为安踏集团又一增长引擎。

迪桑特DESCENTE定位高端、高质感专业运动品牌,深耕滑雪、铁人三项及高尔夫等运动场景,在一、二线城市打造顶级零售空间,全球首家体验中心DKL迪桑特动力实验室落地北京;可隆体育KOLON SPORT作为高端品质户外生活方式品牌,持续产品创新的同时拓展其在高端购物中心和电商平台的战略布局;亚玛芬集团AMER SPORTS全球市场业务明显好转,旗下核心品牌营收和经营溢利已超越疫情前的水平,并创下历史新高,加速推进5个10亿欧元目标的实现。因现金流改善和负债比率下降,评级机构穆迪提升展望到正面,标普提升评级到B级。

户外品牌提前进入爆发期,第三增长曲线强势崛起,充分验证了安踏体育多品牌孵化能力和提前布局小众市场细分赛道战略的成功。

2021年末,安踏发布新十年战略规划,将“单聚焦、多品牌、全渠道”升级为“单聚焦、多品牌、全球化”,规划进一步深度参与全球运动品市场竞争。

产品力构筑高壁垒“护城河” 奥运营销推动品牌强影响力

区别于日常鞋服,运动鞋服的功能属性更强,专业性是运动鞋服品牌发展的根基,只有经历长期积淀才能形成强劲的技术成果。而近几年,国产品牌的崛起也是由科技创新迭代引领产品力提升,尤其是像龙头品牌安踏体育的研发实力提升尤为明显。

2021年财报显示,安踏体育在研发上的投

入达到11.3亿元,研发强度(收入占比)为2.3%,而同期李宁研发投入为4.14亿元,研发强度仅为1.8%。

研发强度及金额,安踏体育在本土体育用品企业中表现都是最好的,展现了重视自主创新,夯实科技护城河,打造核心竞争力的长期主义决心。

当下,中国运动品市场已经从高速扩张期进入成熟稳定期,虽然有消费者存在事件性冲动购物,但更多的理性消费者愿意为高品质的产品支付溢价,而不是简单的对国内或国际品牌进行选择。对于他们而言,专业属性产品之间的对比更为直接明显,譬如包括运动鞋的缓震、回弹、重量等因素都会成为消费者选择的重要考量因素。

正因为如此,安踏体育更注重科技创新以保持品牌高专业度。财报显示,2021年安踏持续以创新科技赋能跑步、综训、篮球产品的专业深度。一方面将奥运同款核心科技应用于大众消费系列,推出“中国冰雪系列”等热销产品;另一方面携手国内清华大学、东华大学等知名高校共建多所“联合创新研究院”,整合全球顶尖运动科技研发力量。

好的产品离不开优质的营销资源。而体育赛事作为营销资源具有明显的稀缺性和排他性,因此掌握核心资源的往往是龙头品牌。

在认识到顶级赛事资源对于运动鞋服品牌的重要性后,2009年安踏签约中国奥委会,为后续品牌影响力的发展奠定资源基础。

2021年中,安踏体育制定的“24个月赢领计划”快速推进,并取得了阶段性的成果:通过科技研发助力“双奥”,秉承“专业为本、品牌向上”的核心策略,通过打造双奥领奖装备、冬奥赛时制服以及22支奥运项目的国家队比赛装备,强化了“爱运动中国有安踏”专业运动品牌心智。

安踏集团旗下包括安踏在内的多个品牌,助力冬奥会参赛运动员获得了131枚奖牌。“双奥”期间,安踏品牌声量和美誉度在各平台及榜单大幅领先,并通过代言人谷爱凌和王一博,与年轻消费者广泛互动。据第三方调研显示,安踏品牌价值指数同比提升了57%,一二线城市居民,以及“新白领”、“Z世代”、“精致妈妈”等客群占比实现高两位数增长。

华荣救消总队广元分队 “三抓措施”提升队伍硬实力

“平时多流汗,战时不流血”,这是救护队训练工作的核心价值所在。为切实提高矿山救护队伍的应急救援处置能力,有效防范、应对处置各类安全生产事故的发生,四川华荣能源救消总队广元分队紧贴工作任务实际,从三个方面着手,全力提升矿山应急救援队伍的业务技能和实战能力。

抓管理,让制度“立”起来。该分队根据相应的法律法规和上级主管部门的要求,不断制定完善岗位责任制、队员管理制度、技术装备存储、检查维护保养、考核、24小时值班等相关制度,为加强救护队战斗准备,促进队伍建设,提高管理水平打下基础。同时,以督查问效为手段狠抓队伍作风,杜绝“庸、懒、散、浮、假”等不良风气,严明工作期间纪律,定期开展作风大整顿、思想教育学习等活动,全面增强指战员工作纪律意识,提升队伍凝聚力、向心力。

抓培训,让素质“提”起来。通过组织开展全员培训、集中学习、复训和线上班级学习平台

APP等形式找准自身的短板、经验上的盲区和业务技能上的弱项,消除队伍人员之间的素质差异,加强全体指战员对业务理论及各类灾害事故应急处置能力的掌握,全面提升个人综合素质和队伍的整体实力。同时还组织开展好党史学习教育,夯实思想根基,增强指战员的工作责任感和使命感,使之自觉把思想和行动统一到华荣能源公司、救消总队的各项决策部署中来,为更好地推动矿山应急救援工作开展夯实基础。

抓训练,让技能“强”起来。按照新《矿山救护队质量标准化考核规范》,以体能训练为基础、以技术训练为抓手,从个人装备、仪器维护保养、操作使用、故障处理、技能训练等多方面入手,制定科学合理的、符合实际需要的训练计划,开展佩戴氧气呼吸器万米耐力、急救包扎、激烈、高温浓烟、军事化队列等项目的训练,全面淬炼提升指战员的体能素质和技能水平,切实为应急抢险救灾、矿井安全生产保驾护航好航。

(杜青松)

河南油田开展青年志愿服务活动

3月16日,河南油田开展“学雷锋在岗位、比贡献争第一”青年志愿行动,青年志愿者在学好“一堂课”、做好“两个宣传”、办好“三件实事”中发挥好生力军和突击队作用。

图为河南油田消防中心志愿者焦琼和张海龙为油区商店工作人员讲解安全用电常识。

石海波 摄影报道

山东能源集团 聚焦重点工作确保首季开局稳

实施产业基础再造和低碳转型专项行动,全力推动主导产业转型升级;按照“突出增收创效”原则,对20家增收创效单位实施精准激励……提泵提领子,牵牛牵鼻子,山东能源集团以重点工作推进带动改革发展全局,发挥大集团优势,系统谋划、综合施策,全力实施重点工作攻坚突破,确保实现首季开局稳,为全面完成年度经济目标提供坚实保障。

今年以来,山东能源集团认真贯彻落实省委省政府决策部署,聚焦安全生产、转型升级、改革改制等方面,分专业、分区域进行密集调研,详细了解企业实际情况,专题听取工作汇报,开展现场办公,研究分析重点难点问题;召开2022年工作会议、年度重点工作安排部署会、各类专题会议,系统谋划企业改革发展举措;研究确立了开展守正创新、变革转型、管理提升“三个年”活动,营业收入、资产总额力争8000亿元等“38267”的思路目标。

围绕年度工作目标,山东能源集团把大局、抓关键,聚焦点、破难题,制定了年度重点

工作责任分工的意见,确立了12大项39小项重点工作任务,层层分解计划,逐级落实责任,建立责任清单、任务清单、督办清单,完善月调度通报、季兑现奖惩、年综合考评闭环管理等推进措施,严格落实调度督导、定期通报、限时办结和复命制度,强化精准督察、动态跟踪、督促落实,确保各项重点工作落地见效。

企业的首要责任是经济责任,首要任务是创造价值。山东能源集团把“致广大而尽精微”作为办企成事之道,聚焦产业转型任务,以开局就是决战、起步就是冲刺的姿态上紧“发条”、开足“马力”,实施产业基础再造和低碳转型专项行动,延链拓链、补链强链,推动矿业产业安全高效、绿色智能,高端化工产业延伸跨越、价值增值,电力产业强链提升、多能互补,新能源新材料培育壮大、集群发展,高端装备制造智慧智能、专精特新,现代物流贸易提档升级、稳量拓效。

今年春节期间,面对煤炭增储保供任务,山东能源集团在没有签订电煤合同的情况下,从讲政治、顾大局的高度,围绕“强安全、稳产量、保供应”,节假日正常出勤上班,及时

调整生产结构和销售布局,采取停发市场户、减少重点户发运、降低精煤入洗量等措施,提前3天完成省政府交办的330万吨煤炭储备任务,圆满保证了春节期间煤炭稳定可靠供应,为山东省能源安全提供了坚实保障,彰显了国有企业的责任和担当。

聚焦改革创新任务,山东能源集团深入贯彻落实国企改革三年行动,加强三项制度改革、混合所有制改革,实施“3233”规划,即两控:控员工总量、控机关人员;两压:压减机构数量、压缩管理层级;两降低:降低机构规格、降低管理人员占比;三优:优化岗位体系设置、优化员工队伍结构、优化劳动组织;三提:提升招才引智质量、提升员工队伍素质、提升党建工作水平;三深化:深化管控体系建设,深化任期制契约化管理,深化用工机制改革。深入开展“两增三降三提升”活动,即增产品产量、增达产达效项目,降负债率、降成本费用、降亏损企业户数,提升企业盈利能力、全员劳动生产率、科技研发投入,通过资产盘活、降本降耗、止亏减亏、增收增效、税收筹划、协同创效等措施,确保全年增效200亿元以上。