

兵器工业“单项冠军”的三项修炼

■ 郭新燕

奥运赛场有冠军,制造业中也有。它们可能不为一般公众所熟知,但在业内却熠熠生辉,在市场上占据一定份额,拥有举足轻重的话语权。北重集团特种钢产品就是集团公司的“单项冠军”。

在特钢事业部109车间里,笔者看到,红红的钢管经过除磷、玻璃粉喷涂从三万六千吨黑色垂直挤压机里挤压出来,经过退火、淬火,转入下一道工序。“2021年特钢事业部实现营业收入13亿元,然而,今年一季度的在手订单就超过13亿元,创成立以来历史新高,目前已成功中标11个超越临界四大管道项目,我们有信心冲刺‘全年红’。”北重集团副总经理、特钢事业部党委书记、总经理李优说。

这是北重集团的“底气”!打造单项冠军并非一日之功,需要数十年如一日专注于细分领域,尤其是把自身优势发挥到极致。

能跻身集团公司民品发展“小巨人”和“单项冠军”行列的“秘诀”何在?作为行业翘楚,“单项冠军”的含金量有多高?

如果看懂了这几个关键词:打破依靠进口的局面,节省外汇400多亿元,打造国家名片,就知道了“单项冠军”金牌的分量了。

北重集团依托优势资源和核心设备引领超越临界大口径厚壁无缝钢管高质量发展,全面实现了“四大管道”的国产化,打破了高端厚壁无缝钢管长期以来依靠进口的局面,累计为国家节省外汇400多亿元,打造了高

端厚壁无缝钢管走向世界的国家名片。通往“冠军”的路原本没有路,北重集团坚持“三项修炼”,一路通关夺隘,闯出了一条兵器工业民品“单项冠军”的成功之路。

第一项修炼:问道“夺冠”之路,惟有坚守初心

企业高质量发展之路是一条向上攀登之路,也是一条“寂寞之路”,坚守初心,保持定力,专注主业,持之以恒在主赛道竞跑,才能最终实现从跟跑、到并跑再到领跑。聚焦主业,持之以恒才能做大做强。

过去十几年,“360”项目实现了从0到1的突破,经历了从无到有的过程,支撑一路走来的,便是“坚守”。

单项冠军往往选择“放长线”,而非“挣快钱”。特种钢依托“360”项目,不断进行技术创新,追求更高品质,保持不被诱惑的定力和专注,把产品和服务做出优势,成为“主打”产品,目前,特种钢产品在四大管道国产化项目中已占到“半壁江山”。

特种钢提品质、创品牌,加大市场开拓。积极建立与兄弟单位、协作企业、最终用户战略合作联盟,与华能集团、哈电集团等央企签订战略合作协议,“北方重工”品牌影响力持续提升。2021年民品订单11亿元,同比增长58%。P92等产品比例占80%,高品质模具钢收入增幅超60%,中标18个超越临界火电机项目,超越临界项目签订数量超过2020年全年的总和,创下历史最好水平。

第二项修炼:探寻“夺冠”法门,源自科技创新

科技创新是通往冠军之路的不二法门。事业部抓创新、育动能,强化科技引领。投入科研资金3600万元,申请专利25项。以国家实验室为抓手,与内科大、北科大、航材院、兵器材料院等科研院所组成攻关团队,与东方电气集团等央企组建创新联合体,加快推动科技成果转化,提升等36项攻关项目,攻克身管挤压复合成形、高强韧炮钢工程化制造等关键技术;推进TP316LN、HT700P高温合金钢管、超高压钢管系列产品,P92制刷三通等研制,民品新产品贡献率达31.5%。

创新之道,唯在技术。中国核工业集团某项目,是我国核电的重大战略项目,项目用某型号不锈钢技术指标达到世界级要求。这个项目国内相关厂家无法攻克,项目单位辗转找到北重集团,公司凭借雄厚的炮钢材料技术优势,先后攻克了26项技术难题,成功实现了某型号不锈钢管的产业化,产品性能达到国际先进水平,目前已实现批量生产,挤压近300支不锈钢管,一举攻克技术难关,成为解决“卡脖子”问题的“神来之笔”。

企业的可为,离不开人才的作为。全面梯度培养,让公司人才一批接一批“长起来”。特钢事业部通过给项目、搭平台、压担子,发挥“特种钢制造技术创新工作室”引领作用,签约北科大新金属材料国家重点实验室,推进“企业博士后科研工作站”建设,落实“多劳多得、多创新多得、多承揽业务多得、多创效多得”的长期激励政策,让人才“长起来”有“水肥滋养”无“后顾之忧”。

第三项修炼:挖掘“冠军”基因,始于兵工精神

北重人跑市场、拿订单,从众多竞争对手里分一杯羹,比想象的更困难。特种钢从最开始的国外垄断,到逐步叫开国产化的大门,再到目前国产化订单井喷式的发展,必然有北重集团深厚的文化积淀和崇高的精神追求,而它的源头活水就是人民兵工精神——“把一切献给党”的红色基因。

在这片充盈着钢铁般坚强和诗一般柔美的大地上,可亲可敬之人处处可见。

一支由平均年龄不到35岁的年轻人构成的营销团队。在项目开拓过程中,营销团队一直奔波在市场一线,每次接洽企业时用数据说话,对标国际标准,尽自己最大努力提高项目中标概率。他们能够细数出自己经手的每一笔订单、每一个项目,他们口头禅是:“我们不是在跑项目就是在跑项目的路上。”

和客户做朋友,过硬的产品质量是最有效的“敲门砖”。北重人深谙此理并身体力行。哪里有需要,哪里就有党员的身影。刘邦华就是其中的典型代表。

为了成功冶炼中国核工业集团某项目的某型号不锈钢,刘邦华带领团队成员没日没夜分析冶炼难点,最终应用《超低碳不锈钢VOD法》试制冶炼出某型号不锈钢,保证了研发生产进度。北重集团坚持“三项修炼”,练就“独门秘法”,成为“单项冠军”,以优异成绩迎接党的二十大胜利召开,全力打造主业突出、技术领先、数字强企、健康发展的新北重!为集团公司建设世界一流企业和先进兵器工业体系作出新贡献!

广东石化最大区域变电站一次受电成功

4月27日,由中国石油工程建设有限公司(CPECC)总承包的广东石化炼化一体化项目四联合110千伏变电站一次受电成功,用实际行动向“五一”劳动节献上了一份厚礼。此前,这座变电站先后历经了18个小时5次冲击试验。

4月26日,广东石化炼化一体化项目四联合110千伏变电站4台110千伏主变压器,117面10千伏开关柜,4套10千伏接地变压器受电成功;4月27日,14台10千伏主变压器,14段低压开关柜全部受电成功。至此,公司圆满完成了四联合变电站送电任务,标志着广东石化负荷最大、面积最大的区域变电站投入运行,为后续四联合装置的单机试运和电仪调试工作的全面启动创造了条件。

四联合变电站为2层建筑物,建筑面积7702平方米,设有110/10.5千伏变压器4台,10/0.4千伏变压器14台,中低压开关柜、变频柜等电气盘柜562台,总容量72兆瓦,是广东石化全厂负荷最大、面积最大的变电站。

为确保炼油区工程“6.30”中交目标,CPECC广东石化项目部高度重视此次受电工作,项目领导多次组织变电站受电专题会,严格按照广东石化受电管理规定,制定科学合理的受电方案,以“三查四定”为抓手,持续推进尾项关闭,严格落实每一项工序,对遇到的堵点、难点、关键点,及时组织专业人员共同攻关,顺利办理出受电申请,保证了本次受电的顺利进行。

(张则鹏 王进 莫四葵)

长春一东成都分公司完成云内动力首批订单

4月24日,长春一东离合器股份有限公司成都分公司首批2471套离合器总成产品下线,完成昆明云内动力的第一批订单,标志着长春一东成都分公司生产基地具备批量生产能力。

去年9月,为缩小配套半径,满足西南地区主机厂的供货需求,长春一东开始在成都通过资产转让的方式,建立了成都分公司生产基地,并决定将在长春总部生产的云内动力需要的重卡离合器产品转移到成都生产基地生产。自云内动力项目导入以来,长春一东成都分公司在短期内完成了生产线组装调试、材料准备等工作,积极配合云内动力各项产品试验,经过1个月的产能拉练和产量爬坡能力提升,今年3月初,成都分公司顺利通过云内动力的现场审核,并于3月11日得到了云内动力下达的供应商4M变更申请批准书,3月16日,成都分公司正式投入生产,4月18日为云内动力提供的490plus机型三套样件一次性试装成功,4月24日为云内动力生产出2471套离合器产品总成,按时完成订单交付。

(齐丹丹 张哲彪)

中国二十二冶:传统“施工日志”搭载“在线文档”提质增效

4月,中国二十二冶天津公司技术质量部针对“施工日志不能全面记录工程情况”这一共性问题开展管理技术研究,将传统“施工日志”搬到网上,利用高效便捷的“腾讯文档”“金山文档”两款多人在线编辑办公软件实现“施工日志”的多人在线编辑,避免了传统施工日志多人分别记载,需要设置专人汇总项目人员施工日志、文件传来传去,大量复制粘贴耗时耗力的弊端。

经过反复研究和测试,施工日志的在线文档化所有预想结果完美实现,项目部基层技术人员减少了重复工作,大大提高了管理效率和管理精准度。从此,该公司记录汇总施工日志这一每日进行的繁琐工作,搭载了“在线文档”这一时代工具,快速踏入快车道。

(苑宗双)

东光奥威公司:防疫有条不紊 生产马不停蹄

4月23日晚9点,在吉林东光奥威汽车制动系统有限公司装配分厂,当第1320套捷达车用真空助力器带制动主缸带储液罐总成产品下线时,所有在场员工的脸上都流露出胜利的笑容。“21日,我们接到一汽大众下达的1320套捷达产品紧急订单,要求我们3天内交付产品,作为一汽大众的一级供应商,我们必须按时保障主机厂的装车需求。”该公司负责人说。

东光奥威公司是一家生产汽车零部件企业,生产的真空助力器带制动主缸带储液罐总成在给一汽大众、重庆长安等国内知名主机厂供货的同时,还远销俄罗斯市场。“4月

15日下午,经过地方政府批准,我们开始组织符合条件的185名员工进厂复工复产。”公司负责人介绍,复工复产当天下午,就接到了成都易捷特新能源汽车有限公司需要1000套真空助力器带制动主缸带储液罐总成的订单。接到订单后,立即组织员工连夜赶制订单,经过一天一夜的连续奋战,16日下午完成了1000套产品订单,经过吉林省工信厅与中国南方航空股份有限公司沟通协调,当晚将1000套产品运送到龙嘉机场,17日,这批产品顺利“登”上长春飞往成都的包机,化解了易捷特公司断供的风险,解决了主机厂的

燃眉之急。为做好复产工作,该公司建立工作制度,每日与供应商沟通协调。针对供应商生产、物流运输、复工复产等问题制定措施20余项,协调供应商紧急排产,解决NF产品刀具、小康器具等发运问题。针对疫情防控期间交通封闭,人员流动管控等问题,该公司采取点对点对接的灵活采购方式,一方面组织供应商将零部件从高风险地区运输至低风险地区并顺利到达奥威公司,另一方面组织供应商将部分零部件发运至吉林省附近的区域,减少复工复产后运输半径,缩短物流周转。

孙中伟:打通渠道完善管理抓住人心——解读“360度生产物资市场平台经营模式”成功之道

■ 本报记者 王海亮

在互联网平台经济蓬勃发展的今天,仍然有一些实体经济因为其重体验、重标准、重售后的业态特征,离不开特有的线下经营形式。而以工业物资供应商和大型工矿企业为主要服务对象的生产物资市场就是其中之一。而身处四省交界的中国工业重镇徐州的孙中伟,本着其独创的“360度生产物资市场平台经营模式”,近20年来恰是一步一个台阶地打造出了生产物资市场经营的全新全链集群模式,成为了华东地区乃至全国生产物资市场的标杆。

借力和借势,构建360度模式雏形

孙中伟是徐州东兴物资集团有限公司、徐州物资市场的创办者和经营者。“2004年,我从媒体出来创业,就做了物资市场,因为徐州是淮海经济区的核心城市,工业重镇,市场有需求,但又没有成规模的工业品交易市场。”孙中伟对记者说。尽管发现了商机,但创业之初的孙中伟还是采用传统的模式在经营物资市场。简单来说,就是通过拿地,兴建经营场所,招商、租赁,管物业、收租金,这种单纯提供一个“线下集中平台”的模式。但是孙中伟很快发现了问题,因为当年来到生产物资市场的租户往往都是学历不高的外乡创业人员,用孙中伟的话说就是“五无人员”——无产品、无渠道、无方向、无资金、无技术。他们凭借着外出打工、奋力一搏、改变命运的最原始的热情和动力而来,但实际对市场、对经营毫无概念。

比如说当时有个河北来的小伙子只有初中文化,他租了物资市场的铺子,但铺子是空的,毫无进展之余他灰心丧气地对孙中伟说“准备回家种田,再也不出来了。”在这一刻,孙中伟意识到他所要构建的生产物资市场“经营理念”绝不是单纯地提供一个场地而已,而是要“培育租户,培育市场”。物资市场本身和身处其中的租户就像鱼和水的关系,要想水活,就先要让鱼活,孙中伟意识到需要从生活、经营多维度对租户进行培育和引导,与租户“利益绑定”,在帮助他们创业的同时,完成自己的创业。这也是“360度市场平台经营模式”最初的思想雏形。于是同是农村出生的孙中伟感同身受,他教了小伙子两个“借”:一是“借鸡下蛋”,即利用物资市场里其他租户的



产品当作自己的产品去对外推销;二是“借势”,即以徐州物资市场这个大平台为自己的信誉和资质做背书。在孙中伟的指导下,小伙子积极对外跑市场,很快两周赚了2000元,然后几个月赚了几万。他对孙中伟感激不尽,如今他哥哥、妹妹也都回乡来一起经营生意,小伙子本人还在安徽开了自己的分店,彻底实现了阶层跨越。

而自此之后,孙中伟也逐渐构建起了自己的“360度市场平台经营模式”。他利用市场集群优势,针对初期资金缺乏的创业租户,一边帮他联系市场内的租户客户,为其提供货源或寻找货源;同时指导租户学习市场销售技巧、寻求销售方向,促使创业者完成原始积累。这些人也就成了徐州物资市场的中坚力量,而孙中伟的这种经营模式,就类似于最早期的“孵化器”,这在早20年前的中国无疑是一种巨大的创举。

全渠道对接,实现小贩到经营蜕变

而随着市场的不断壮大发展,孙中伟的徐州物资市场已经得到了同行和各个采购企业的诸多关注。但孙中伟又发现了新的问题,他发现市场内的租户小商贩特质高,但总体经营能力不强,实现进一步规模化、公司化发展的不多,因此租户的流动性也较大,不利于整个市场做大做强。对于传统的物资市场来说,或者对于很多其他集群市场来说,以招商收租为主要利益点的市场经营者多半根本不会思考租户的规模化发展,但孙中伟不一样。

于是他开始进一步提升和完善他的“360度市场平台经营模式”,除了早期对租户的生活和经营的培训和指导外,孙中伟开始积极打通上下游的渠道关系,以平台为产销信息的载体,引入信息共享机制与管理模式。一方面,孙中伟通过多年来各租户建立起来的上下游合作关系,组织租户开展调研,以物资市场为整体,了解市场采购端的整体所需,并及时整合反馈给物资市场的所有经营租户。如此一来,本来可能只是单一租户可以满足采购方的某一单项需求,现在就可以通过物资市场的平台整合,联合其他租户整包满足客户方一揽子的采购需求。“我们现在经常会深入企业调研,不仅是了解客户需求,为商户争取订单。关键还了解工业品市场的一个走向,比如工业企业自动化程度提高后,需要的哪些配套产品,而以前使用的产品哪些已经过时,这种信息的采集与共享,是一般物资市场,包括互联网平台做不到的。”孙中伟如是说。

另一方面,孙中伟也积极通过“互联网+”的线上推广模式,用抖音等短视频扩展销售渠道,积极为市场租户拓展知名度,让更多消费者了解徐州物资市场及其商户经营情况,扩大销售半径。在扩大影响力的同时,孙中伟以物资市场作为整合平台主动出击,与各大工矿企业,以及重大项目方对接,吸引他们来到市场,将生产、工程所需的物料采购以统一招标的形式逐步到徐州物资市场来。这样一来在帮助市场的租户实现销售渠道和销售额的扩展和提升的同时,也确保客户采购方在

采购体验、质量品控、交货周期、售后服务等方面,较之与散户商铺对接有更规范的统一保障。如今,包括中铁十局、中南建筑集团、保利淮海房地产等众多机构都与孙中伟的徐州物资市场签署了战略合作。如此一来,孙中伟完全实现了传统提供一个铺位的物资市场平台,到集成物资供应平台和物资企业孵化器的华丽升级,成为了生产物资市场的龙头标杆。

360度全链,引领物资市场下一程

孙中伟的“360度生产物资市场平台经营模式”的核心,是全方位的服务,不仅是针对市场中的租户商家,也针对采购方消费者提供全方位全链路的服务。

如今在徐州物资市场,孙中伟除了指导、管理租户经营相关的各种事务,还积极组织商户开展对产业政策的解读,事件的预判及各种培训、学习,让市场经营者了解国家政策对自身经营带来的影响,规避政策风险,避免经营损失。此外,徐州物资市场还搭建金融平台,邀请工商银行等金融部门上门为商户讲解理财和贷款融资等知识并办理业务。

此外,自身农户出生,当年为替长辈负担医疗债务而下海经商的孙中伟,心里更是记挂着贫困地区的民众。他和其他物资市场的领导人率先每人每年进行扶贫助学,积极参与社会各种公益捐助活动,同时以身作则号召全体商户一起加入,让市场商户形成凝聚力。孙中伟对记者表示,经营与管理,核心其实是抓住“人心”。只要让商户们看到,市场的政策都是积极为他们服务,而且确实能为他们带来实际好处,那么市场的经营管理办法,就会得到商户们的拥护,企业的凝聚力会更强。

孙中伟的“360度生产物资市场平台经营模式”不是一蹴而就的,该模式从经营指导、到上下游渠道连通、再到宏观政策研判指导、金融融资引入等,每一个阶段每一步都谱写和引领了中国生产物资市场,乃至其他建材物资等整合市场的变迁和发展。哪怕站在2022年的这一时刻回望2004年他的构想雏形,都具备超越时代的里程碑作用,而他并不止步于此,仍然在扩充整合,将全球进口物资等板块逐渐融入到自己的经营模式中,实现对自我的下一个全新超越。