

“盾构尖兵”
讲述“盾构攻坚故事”

“淮盾1号”盾构机实现精准贯通的那一刻，工人们互相拥抱，欢呼雀跃，释放着属于自己的欢乐时光。高光的时刻，终于卸下了不辱使命的千斤重担，终把跨界盾构施工的创新战略变成了现实。”“月底，淮北矿区将有7台盾构机在重点岩巷掘进工程全面铺开、齐头并进，我们工程处盾构人有决心和决心再战再胜、再创佳绩。”

6月16日，安徽淮北矿业集团工程处举办的迎“七一”先进事迹报告会上，淮北矿业优秀共产党员、拔尖人才、劳动模范、工程处盾构管理部部长宋进步以《弘扬盾构精神 勇当盾构尖兵》为题，饱含深情地为在场的百名党员、职工讲述他与企业共成长、与盾构同行、与工友齐攻坚的故事。

宋进步是淮北矿业集团盾构施工的一线管理者、直接执行者，也是淮北矿业集团千名“盾构人”中的杰出代表。正是他们这群“盾构人”受命于危难之际，逢山开路，遇水架桥，一路闯关夺隘，屡创进尺纪录，锻造形成了“解放思想、敢闯敢试，开拓创新、勇争一流”的“盾构”精神，趟出了一条适应淮北矿区条件的岩巷盾构掘进创新之路，开启了淮北矿区岩巷掘进新时代。

观看《百米之下淬炼盾构之光》短片，聆听盾构攻坚故事，朱进步朴实的语言、真挚的情感、鲜活的故事博得现场听众阵阵掌声。

此前进“七一”先进事迹报告会是该处庆祝中国共产党成立102周年系列活动之一，也是开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育的具体要求。

榜样的力量鼓舞人心，身边的典型激励前行。报告会充满正能量，感人至深，反响强烈。党员、职工纷纷表示，要弘扬盾构精神，对标先进典型，学习他们葆初心、对党忠诚的政治品格；学习他们攻坚克难、主动作为的担当魄力；学习他们扎根一线、爱岗敬业的奉献精神，继续保持饱满的精神状态和昂扬的工作热情，在各项工作中创先争优，在高质量发展中建功立业。

（张峰）



▶▶▶[上接P1]

新型电力系统机遇与挑战论坛在宁举行

特变电工衡阳变公司累计申请国内外专利597项，获得专利授权343项，其中发明专利38项、PCT国际专利2项；参与制定国家及行业标准136项，其中参与国家标准制定4项。特变电工衡阳变公司先后承担了世界首条“晋东南至荆门”1000kV特高压交流工程、晋陕至鲁南750kV特高压交流工程；陕北至武汉800kV特高压直流工程、陕北至华中750kV特高压直流工程、蒙西至华中750kV特高压直流工程等数十项国际成套项目，实现了由“中国制造”向“装备中国”向“装备世界”的跨越。

为积极响应国家“新基建”发展规划要求，特变电工在国家电力二次产业聚集地——南京江宁，新建特变电工二次产业研发生产数字化基地，专业从事电力系统及工业领域自动化系统及设备研究、开发、制造、系统集成及技术服务。2022年9月，特变电工二次产业新基地正式投运，基地配有多项行业领先的数字化生产车间和试验大厅，配置无尘净化的SMT生产车间、THT生产车间、RTDS仿真实验室和EMC电磁兼容实验室，八大信息化系统同步运行，实现信息化和生产自动化深度融合。

论坛期间，与会人员莅临特变电工南京二次产业基地现场考察，信息化技术驱动管理的车间内，基地配有多项行业领先的数字化生产车间和试验大厅，信息化系统和生产自动化紧密结合。

“特变电工在南京二次产业基地发展速度惊人、新工厂”的新品牌化能力和智能制造水平实现了质的提升！”从研发-取材-加工-调试全流程均通过信息化“大脑”控制的全新数字化工厂令现场参观人员赞不绝口。作为特变电工唯一的二次产业，南京公司经过大规模技术改造，产品研发和高端研发人才的融合升级，企业营收实现高速增长，成为中国二次行业发展最快的企业。

“特变电工在南京二次产业基地发展速度惊人、新工厂”的新品牌化能力和智能制造水平实现了质的提升！”从研发-取材-加工-调试全流程均通过信息化“大脑”控制的全新数字化工厂令现场参观人员赞不绝口。作为特变电工唯一的二次产业，南京公司经过大规模技术改造，产品研发和高端研发人才的融合升级，企业营收实现高速增长，成为中国二次行业发展最快的企业。

中国科学院院士陈维恒、原国家电网公司总经理助理孙政、武汉大学电气与自动化学院院长董旭柱、特变电工南方输变电产业集团总工程师覃黎军、南京研电电力自动化有限公司总工程师孙一民、宝山钢铁首席研究员胡超华等就新型电力系统装备、能源低碳转型等带来的技术挑战和发展机遇进行了广泛交流及研讨汇报，“双碳”背景下电力系统的绿色升级把脉定向。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）

6月17日，

体验。

作为中国肉类行业的国民品牌，双汇在精研产品，深度挖掘美食潜力的基础上，不断创新品牌营销，曾多次策划“国货当潮”一筷牛一汇聚幸福为主题，通过“端午嘉年华”“汇聚幸福 暖心味道”等中国传统节日主题惠民活动，通过节日营销弘扬中华文化，通过惠民展销回馈广大消费者。此次双汇代言了“双汇端午嘉年华”大型惠民市集活动，现场观众深度互动。

本次营销以“汇聚幸福 端午安康”为主题，通过“端午嘉年华”“国潮端午”“国潮走秀”等具有传统特色的民俗互动活动，为观众带来了一场集美食品尝、游戏互动、节目演绎、惠民促销于一身的沉浸式消费体验。此外，双汇代言人胡超华等就端午传统文化传播、食品安全与营养健康等话题，与消费者深度沟通互动，不断提升产品内涵，提升品牌形象，让消费者的一日三餐吃得更加美味、更加营养、更加安全、更具幸福感。

针对此次惠民活动，双汇不仅特意准备了应景的端午礼盒，还推出了折扣优惠、门票优惠等一系列优惠活动，以实际行动弘扬端午传统文化，并通过丰富多彩的特色民俗活动增强品牌国潮

影响力。

（本报记者 李代广）