



华英国际业务团队赴德国 Anuga 食品展观展

本报讯（记者 李代广）为精准把握出口食品行业前沿动态、深入了解欧洲猪肉产品市场行情,深化客户合作、拓展欧洲市场业务,近日,河南华英集团菏泽华运公司国际业务部负责人及相关业务人员赴德国,观看全球极具影响力的 Anuga 世界食品展,拜访欧洲市场重要合作客户。

在展会交流与客户洽谈中,他们了解到欧洲猪肉市场竞争激烈,客户选择合作伙伴时,对价格、品质、产品创新及服务能力的综合要求愈发严格,终端消费需求正加速转向多元化与便捷化,传统产品已难以覆盖全渠道需求,市场对新型猪肉产品的关注度与需求度显著提升。

在客户拜访中,观展团队围绕市场趋势、产品定制需求及未来合作方向与客户

淮北选煤厂“立体式”管控遏“三违”

本报讯（通讯员 童军 刘刚）四季度以来,安徽淮北矿业集团淮北选煤厂祁南分厂聚焦“三违”治理关键环节,以“立体宣传、精准教培、现场严督”为核心构建闭环管控体系,持续出重拳、下实功,为安全生产筑牢坚实根基。

立体宣传造氛围,安全意识入人心。该厂多渠道用好班前会、微信群等宣传载体,持续推送安全法规、操作规程、事故警示案例及厂区安全动态;在生产区域、办公场所等关键点位悬挂醒目安全标语与风险警示牌,让安全提示“抬眼可见、驻足能学”。常态化开展安全知识竞赛等互动活动,推动安全宣传从“被动接收”向“主动参与”转变,有效提升全员安全意识;同步加大“三违”行为曝光力度,以“亮丑”促“知戒”,引导职工明底线、知敬畏、守规章。

精准教培强技能,思想防线筑得牢。这个厂将“三违”人员教育培训作为核心抓手,针对不同类型“三违”行为定制专属“培

训套餐”,通过案例剖析、规章解读、实操演练等方式,推动“三违”人员实现安全认知与操作技能的“双提升”。坚持全员观看安全警示教育片、定期召开事故案例分析会,以“身边事”警“身边人”,用事故教训响安全警钟,引导职工时刻绷紧安全弦,从思想源头根除侥幸心理与麻痹思想。

现场严督织密网,“三违”行为无处藏。该厂从严压实各级管理人员、专职安全员现场巡查责任,构建“定期检查+突击抽查+专项督查”的立体化检查模式,针对重点区域、关键环节、重点人群开展高频次、全覆盖监督检查,确保风险隐患早发现、早处置。大力倡导职工互相提醒、互督安全,明确每位职工制止“三违”的权利与义务,推动形成“人人都是安全员、处处都是监督岗”的群防群治氛围。充分运用视频监控系统等智能化手段,对关键作业点位实行 24 小时实时监控,以“科技赋能”织密监督网络,让“三违”行为无处遁形。

►►►[上接 P1]

新茶饮的出海密码

这要求品牌具备快速调研与本地化产品开发能力,而非简单复制国内爆款。

“深入调研了解当地消费者的喜好是实现发展的关键。”蜜雪冰城相关负责人表示,在马来西亚,开发了更适合本地人口味的柠檬薄荷冰淇淋、薄荷柠檬水;在泰国,将“雪王”形象添加皇冠和金银元素,以契合当地审美与文化。

奈雪的茶以“小绿瓶”“超能牛油果酸奶昔”“浓抹香木椰”三款健康王牌主攻国内市场,3.9-8.9 美元的价格区间,贴合当地消费习惯。10 月 3 日开业的美国首店,仅三天便创下售出近 1.3 万杯、营业额约 62 万元人民币的佳绩。

霸王茶姬则在马来西亚推出“印山抹青”,将名为 telepuk 的传统马来西亚纺织图案融入包装与产品设计。

与此同时,霸王茶姬尝试建立本地合伙人机制或引入本土高管,让品牌真正从当地“长出来”。

今年 4 月,霸王茶姬与新加坡国立大学合作,指导学生参与新品研发,融入本地创新力量。在马来西亚市场,霸王茶姬与酒店业巨头联大集团(Magma)达成战略合作,双方计划在未来三年在马来西亚新开 300 家门店。

“在地化研发、营销策略有助于公司在不同市场取得优势地位。”霸王茶姬亚太区品牌市场中心高级总监李思萌举例说,在中国人的印象里,东南亚消费者热爱红茶,但根据实地调研,新加坡消费者更青睐花香型饮品。基于这一特点,“花田乌龙”等系列产品在当地广受欢迎。

而合规问题和运营管理的复杂性则是企业面临的另一大挑战。

甜啦啦相关负责人举例说,印尼的食品进口认证(如 BPOM)和清真认证(Halal)流程复杂,周期较长。

为此,公司提前布局商标注册等知识产权保护,并设立本地专项团队,以确保合规。

“各国对食品安全、标签标识、原料配比都有严格规定,某些国内常用的食品添加剂在海外可能无法使用。”中国农业科学院茶叶研究所博士后洪青羽说,这就要

求品牌必须建立跨法域的合规与风控体系,方能在国际市场立足。

全球化进程:在路上 向未来

出海,是大势所趋。供应链完整性、食品安全保障、本土团队建设、服务体系升级等,无不需要长期投入与战略定力。

“茶饮品牌的出海,会是一个长期的、分阶段推进的过程。”陈富桥表示,未来几年,它既会体现“消费文化外溢”的红利,也会面临本地化考验。

在他看来,茶饮出海将呈三大趋势。

第一,市场拓展从“抢点”迈向“深耕”,从“门店数量”竞争,转向“区域管理能力”的比拼;

第二,产品加速朝向“健康化”与“功能化”演进。“低糖”“植物基”“有机”“天然提取”等概念在国际市场持续升温,品牌需依托研发实力,推出契合不同文化饮食习惯的产品;

第三,品牌体系构建愈发重要。在海外市场,品牌力需借助内容表达、线下体验和用户社群等方式持续沉淀,这不仅依赖海外市场部,更需要创始团队与研发部门协同参与,确保品牌价值的一致性。

与此同时,数字化与智能化的深度融合正在重塑行业生态。

王庆认为,线上点单、智能推荐及供应链溯源正逐渐成为标配,企业依托数据驱动实现运营效率与用户体验的双重提升。此外,跨界融合拓展品牌外延至关重要,企业可联合美妆、时尚、文化等领域推出联名产品和主题门店,打破品类界限。

根据灼识咨询数据,预计到 2028 年,现制饮品将占全球饮料市场接近一半的份额。

“长远看,东南亚、北美等国际市场仍有增长空间。”王洪涛认为,而选择具备当地资源整合能力的合作伙伴至关重要,这是实现长期稳健经营的关键。”

为助力企业出海,中国连锁经营协会成立了海外拓展工作委员会,旨在通过搭建政企桥梁、提供专业服务,帮助企业突破文化、法律与供应链壁垒。

(参与采访记者:李楠 钱琪奎 任禹西)

瘦身健体提质效 机制创新激活力——华荣能源物资公司部门化改革攻坚纪实

■ 本报通讯员 谌晓红

煤炭市场持续低迷。四川煤炭产业集团华荣能源公司物资公司以架构精简、人才革新、薪酬重构“三轮驱动”破壁突围,仅用 3 个月便完成部门化改革。

惟其艰难,方显担当。“瘦身健体”后的物资公司逆势而起,降成本、盘库存、保供应,改革成效立现:1—9 月各矿井吨煤材料单耗较去年同期降低 12%,物资平均按时到货率达到 98.6%;截至 9 月底,全华荣公司库存总额较去年同期压降 34.06%。这份亮眼实绩,为企业逆势奋进注入了强劲动能。

架构瘦身破局:从“冗余层级”到“扁平高效”

2025 年 7 月,物资公司紧跟华荣公司“大部制、扁平化”部署,全面启动架构重塑,以精简层级打通效能堵点。

机关总部推进“五办整合”,将原 5 个职能部门合并为 3 大核心办公室:综合办公室统筹行政、党群、纪检、合规等事务,以“一站式”协调避免职能交叉;计划调剂办公室整合计划、设备调剂与租赁业务,让资源调控更集约高效;采购管理办公室聚焦

物资采购、质量、合同等管理,专业能力进一步强化,职能重叠率降低 35%。

片区管理推行“穿透式改革”,将原分公司改为“片区供应站”,撤冗余科室,仅设综合协调、采购、配送 3 个专业组,对矿厂物资进行“直达式”服务,紧急物资采购效率较常规流程提升 76.8%。

改革全过程,物资公司始终将党的领导贯穿始终,通过完善治理机制、修订《公司章程》,明确党组织在企业治理中的法定地位与把关定向作用,让全员拧成“一股绳”,为改革落地筑牢思想与组织保障。

人才立制突围:从“身份固化”到“能者善任”

物资公司打破“铁交椅、铁饭碗、铁工资”的传统桎梏,以“管理岗+操作岗”双轨机制,推动人才管理从“看身份”向“看能力”转变。

管理层率先“瘦身”。通过“职能归并+流程优化”,总部及片区管理人员从年初 76 人精简至 52 人,压缩率 31.58%;配套制定《岗位责任清单》,清晰界定每个岗位的责任、工作标准、考核维度,实现“一岗一清

单、事事有人管、件件有闭环”,杜绝推诿扯皮现象。

选人用人更“透明”。以“元站副职岗位公开竞聘为突破口,4 名业务骨干同台竞技,全面树立“赛场选马、能者居之”的用人新风;建立“业绩档案+民主测评+实地考察”综合评价体系,通过跨片区交流任职,让业务精、善管理、敢创新的人才走上片区负责人岗位,全面提升矿厂物资供应保障能力。

操作岗“提级赋能”。明确“一岗多责”要求,结合各岗位业务量核定编制;通过政策宣讲、一对一沟通,确保富余人员自愿、平稳有序离岗。同步建立“AB 角互补”与跨岗位培训机制,覆盖全部核心业务岗位,“一岗多能、一人多岗”成为常态,员工创效潜力被充分激活。

薪酬赋能激活:从“平均主义”到“绩优酬优”

物资公司以薪酬改革为人才机制“关键配套”,建立“岗位价值为基、绩效贡献为核”的激励制度,真正体现“干多干少不一样、干好干坏差异大”。

薪酬结构“灵活匹配”。打破以往职级

与薪酬固化模式,重构宽带薪酬框架—管理岗设 6 级(每级 4-5 档)、操作岗设 8 级(每级 3-4 档),严格执行“以岗定薪、易岗易薪”,个人能力与岗位贡献直接决定薪酬水平。

激励机制“刚性联动”。实行工资总额与效益效率“双挂钩”机制,坚决做到效益升薪酬升、效益降薪酬降;全面推行“一人一表”量化考核,将岗位职责、工作业绩与收入分配深度绑定,重点向关键岗位、骨干人才倾斜。

创新模式“暖心加力”。聚焦仓储管理、物资配送等操作岗,积极探索岗位包干制等激励新模式。在保障员工基本收入稳定的同时,最大限度释放改革红利,将员工的获得感、归属感有效转化为创新创效动力。改革以来,员工提出 5 条流程优化建议,其中“材料周转率考核”建议落地实施,既提升了考核精度,又带动了整体工作效率提升。

物资公司部门化改革,是破局求生的“答卷”,更是砥砺奋进的“号角”。如今全员干事热情高涨,立足新起点,该公司将持续以改革“破冰”、以创新“赋能”,夯实物资供应保障能力,为集团及华荣公司高质量发展扛牢使命、再建新功。

白云边进入湖北民企五十强

本报讯 近日,湖北省工商联发布“2025 湖北民营企业百强”榜单,湖北白云边酒业股份有限公司上榜,位居第 50 位,较 2024 年前进 6 位,较 2023 年前进 13 位,较 2022 年前进 20 位,位次逐年前移。在“2025 湖北民营企业制造业 100 强”榜单中,白云边位列第 30 位。

近年来,面对白酒行业深度调整、行业规模持续萎缩、外界环境不确定性因素不断增加的复杂严峻形势,白云边坚定信心,强化自我,承压前行,市场份额稳中有增、品牌价值稳中提升,经济排名稳中进位。

以客户为中心,做强基础工作,稳住市场大盘。越是市场承压,越要回归本质。白云

边营销团队以提升市场服务力为重点,狠抓“一线(流通)三点(酒店、团购、宴席)”,发力零售终端与餐饮酒店,精耕终端,做好客情维护,优化客户体验,守住了市场阵地,增强了终端动销能力。在白酒行业产能逐年减少、白酒市场消费总量持续下降的大背景下,做到高压之下不乱阵脚,不盲目跟风市场乱象,坚持做真、做实、做远,维护了白云边的品牌地位,巩固了白云边的市场份额。

“建百年企业,树百年品牌”是白云边坚定不移的发展目标。在“双百”目标的指引下,白云边着眼长远,立足市场,专注品质,追求卓越,实现企业高质量可持续发展。

(王小波)

华塑股份多维度塑造企业文化软实力

本报讯（通讯员 陈春秋）“原来成长从来不是孤军奋战,而是一场温暖的接力……”“他们用善意感动了客户,让‘华塑之美’在人与人之间相互传递。”今年国庆节前夕,《发现华塑之美》专栏在企业网站“闪亮登场”,一篇篇“美文”散发着向上、向善、向前的正能量。这是华塑股份塑造企业文化软实力的活动之一。

近年来,华塑股份党委把企业文化建设作为凝心铸魂的基础工程和创建安全、效益“双一流”企业的战略支撑,一体推进安全、协同、廉洁、执行、品牌、班组、学习、华塑家“八大文化”建设,“上下”同频、“内

外”兼修、“点面”结合,多维度塑造企业文化软实力。该公司党委根据青年职工多的特点成立了青年华塑文学社、徒步群,举办“朗读者”、散文诗歌大赛等,把校园文化“嫁接”到企业文化,为公司高质量发展提供坚强的思想保证和强大的精神文化力量。推进党支部书记“3456”民生工程,引导党务工作者带着《民情日记》,走进班组、走进职工心里,不断巩固干群团结奋斗的共

►►►[上接 P1]

重构新格局 攻克新技术 点亮新生活 央企谱写能源转型“中国方案”

“该风电机组由超过 3 万个零部件构成,供应链实现完全自主可控。”东方电气风电股份有限公司风电研究院设计院党委书记、副院长羊森林介绍,该机组风轮扫风面积达 7.7 万平方米,相当于 10.5 个标准足球场大小,发电效率显著提升。

为确保这一“超级风机”的稳定运行,东方电气集团应用了由国机集团洛阳轴研科技有限公司研制的全球最大单机容量主轴承,这颗“中国芯”为风电产业向深远海进军提供了关键保障。

“该机组轮毂中心高度相当于 63 层居民楼高,按额定工况计算,风机每旋转一圈可发出 62 度电,单机每年输出 1 亿度电,发电量媲美一座传统小型风电场,可满足 5.5 万户家庭一年的用电需求。”洛阳轴研科技有限公司董事长范雨晴表示。

关键核心技术的持续突破,正成为我国能源体系绿色转型的硬核支撑。

在传统能源清洁高效利用方面,中国宝武旗下宝钢股份自主研发的激光耐热刻痕取向硅钢实现规模化应用,显著提升了居民用电的节能与环境友好性。“若用该技术生产的产品全面升级现有电网变压器,我国年节电量可达 900 亿千瓦时,相当于

再造一个三峡电站。”宝钢股份硅钢事业部副总经理姜全力表示。

在新能源领域,中广核大亚湾核电基地通过持续技术攻坚,成功将核电站“神经中枢”——数字化仪控系统升级为国产全数字一体化控制系统,实现“零缺陷”运行,筑牢核电安全屏障;中国建材则成功量产世界最薄的 1.5mm 光伏玻璃,引领行业熔窑大型化、产品宽板化和薄型化趋势,成为我国光伏玻璃行业的创新策源地。

数字化、智能化技术正深度赋能能源产业提质增效。中国中煤建成集团级生产运营智能管控平台,大力推动“5G+智慧电厂”建设。“目前,集团智能化煤矿、智能化采煤工作面占比分别达到 75%、69%,露天矿无人驾驶卡车、井工矿智能巡检机器人广泛应用,原煤生产综合能耗仅为行业平均水平的 32.7%。”中国中煤相关负责人表示。

一系列核心技术的持续突破,正为中国能源体系变革注入硬核力量,为绿色发展注入澎湃动能。

绿电触手可及 点亮美好新生活

能源转型的浪潮正悄然重塑城市脉络

与百姓生活。

“这里充电太方便了,就像加油一样,一杯咖啡的时间就能充满电。”在中国石化北京石油小武基充电站内,网约车司机张师傅告诉记者。

近年来,北京石油坚持“油是基础、气是重点、氢是方向、电是趋势、服是未来”的发展定位,在保障传统加油业务的同时,主动增加充换电、加氢业务占比,加速布局新能源。

“截至 2025 年 8 月底,北京石油已运营充电站 114 座,与国家电网形成优势互补,短短两年实现了充电网络从无到有

的突破性布局。”中国石化所属北京石油新能源负责人向记者介绍,北京石油也正积极布局推进加氢站的建设,其青岛店油氢综合加能站日加氢能力达 2 吨,服务多类车辆。目前,北京石油正大力推进大兴、延庆等地加氢站运营,规划通州、昌平、房山等地区加氢站建设,持续完善多元能源服务体系。

央企绿色转型的成果正惠及千家万户。目前,南方电网建成充电站 1.57 万座,充电枪 11 万支。其中,南方电网经营区域 4785 个乡镇建成充电枪超过 4.5 万支,在全国率先实现乡镇充电桩全覆盖,让新能源汽车“出得了城、下得了乡、回得了家”。在广西涪洲岛,中国海油积极推进绿色能源体系建设,通过光伏发电、储能技术与余热回收等多能互补方式,为海岛注入清洁能源。目前,中国海油每年贡献于涪洲岛的电能超过 5400 万千瓦时,助力“最美海岛”擦亮生态底色。在四川红原,由中建二局承建的红原雅克光伏电站于今年五月实现全容量并网发电,以“光伏+畜牧业”模式,实现“板上发电、板下养殖”,不仅年发电量达 4.5 亿千瓦时,更为高原牧民开辟可持续增收路径。在雄安新区,中化新能源“光储充放”示范站与换电站并进,勾勒未来城市能源应用新场景……

国资委数据显示,央企新能源累计发电并网装机容量约占全国的一半,新动能优势加快塑造。

源源不断的绿色动能不仅点亮万家灯火,更照亮中国经济高质量发展的美好未来。展望“十五五”,林伯强认为,以更高比例的新能源渗透、更深层次电力市场改革为核心特征的新型能源系统,将迈入高质量发展新阶段,为绿色低碳转型与能源安全韧性提升提供支撑。(转自中国证券报)