

# 最是天平懂忠诚

## ——记中铁十一局四公司副总经理兼贵南高铁项目经理李俊

■ 郑传海 文/图

38岁的李俊,担任项目经理已有近10年时光,10年间,伴随着时代的发展,李俊在项目经理岗位上不断成长,有一点始终不变,这就是忠诚!

李俊说,忠诚既是一种品格,还是一种使命,又是一种担当。在他的履历表和10年经理足迹中,印证的就是忠诚。

中铁十一局四公司“创效标兵”;中国建设人才技能鉴定中心“绿色建筑工程师”;率领团队在郑万高铁杏桥坪隧道一举改写了软弱围岩多台阶掘进开挖的历史……在同行疑惑的目光中,李俊时刻提醒自己,作为全国工程建设优秀项目经理,就应该不断地在岗位上有所创新。

### 视“三让”为座右铭

多年的“旁观岗位”和项目副经理的“配角”角色,使李俊对“让组织放心,让员工服气,让对方觉得可靠”与一般人有不同的看法。走上项目主管岗位后,李俊把练就“三让”基本功作为座右铭。

“把握自我”,是李俊坚守的底线。从2010年担任兰渝项目分部经理那一刻起,除了因事不在项目,在政治理论学习的签到表上,李俊从不缺课。一次,处理完现场的问题回到项目部已经是晚上九点四十了,他洗了把脸,拿着本子、学习资料和笔就往会议室跑。公务员告诉他,晚上学习公司纪委印发的“廉洁文化六进”文件。

书记和工班负责人对自己的工作进行“会诊”,自觉接受党组织的领导和大家的监督。

2016年11月底,郑万项目上场的时候,李俊就计划在杏桥坪隧道推行直管工班,围绕如何创新服务直管工班,理出了一套完整的思路。当他把整体思路向项目领导班子成员作了说明后,绝大多数人都表示赞成。有几个骨干觉得,那样做把人拴得太紧了,太辛苦了。再说,公司也没有要求项目必须这样做。李俊没有责怪,而是找到他们逐个交流,说得他们口服心服。

### 视“三利”为试金石

如何引导员工情绪,正确处理企业、项目和个人三者利益关系虽然是个古老的话题,却是摆在所有项目经理面前的一道大题,也是衡量项目经理如何把握和正确处理“三利”天平的“试金石”。上郑万项目之前,李俊率队施工的上个项目部已经比合同工期提前一年完成了施工任务,并已超额完成了公司下达的上交款计划。有的同志建议,大家都干的很辛苦,想办法给大家发点奖金有啥不可以?

李俊没有急于批评少数人,而是给大家讲道理。目前,公司资金紧张,很多项目都等着资金。做通了大家的工作后,又把提前一年完工和平时管理创新降低成本的收入交给了公司,为公司一次性还清历年积累下来的贷款作出了应有的贡献。而少数提建议采取其他形式发钱的员工,不但没有满腹怨言,相反,对项目的决策更理解了,对企业重要性的认识也看得更清楚了。

### 视“三力”为真本事

武九客专湖北公司提出,把郑万高铁湖北段建设成为中国高铁标准化管理示范工程。承担南漳境内隧道群多半施工任务的分部经理李俊寻思,这与其说对项目管理团队是个巨大的压力,不如说是锻炼项目管理团队创新功夫、管控功夫和精细化施工功夫的绝佳机会。

借助业主力推标准化与信息化深度融合,提升项目的技术和管理创新能力。根据分部和工班侧重点不同,对标准化管理制度、要素配置、现场管理标准化,过程控制和隧道施工管理开篇布局、施组优化,标准化施工与信息化融合相关联的工序(艺)创新,成本管控,迎接检查和召开现场会等,按类别分解到各部门,定位到每个岗位,责任划分到每个人,方便工班按照这些方案设计组织施工。隧道施工9条线作业法一举打破了软弱围岩不能大断面掘进的神话,改写了软弱围岩多台阶掘进开挖的历史。

向“互联网+”要效益,提升项目驾驭成本管控的能力。从开始布局分部承担施工的3座隧道场地时,李俊就盯上了离杏桥坪隧道不足300米的鱼泉河畔的一片空地,他计划在这里建一个电商采购中心,借助网上比价采购,“唤回”传统物资采购方式流失的利差,堵住中间环节人为抬价和价格虚高现象,让它重新“回归”到分部资金池里来,同时杜绝传统采购方式容易滋生的腐败现象。考察好了场地后,他就开始着手对成本管理责任主体和监管手段进行调整,让占投资比重最大



● 李俊(右)在向武九客专湖北公司郑万高铁襄阳指挥长李书兵(左)介绍杏桥坪隧道直管工班研发的系列工具。

的物资部门牵头负责,电商中心负责提供物资消耗信息资料,工程部负责工程清单确认。电商中心采购了多少物资,发放了多少,回收了多少,每种物资的采购价是多少,电脑里都记的一清二楚,只要点击鼠标,要什么数据有什么数据,既快捷,又准确。把电商中心的数据通过手机专用软件共享后,有关部门和人员打开手机一查就一目了然。现场技术人员和混凝土拌合站每天把工程量和“三方确认”的混凝土消耗量上传到计算机云里后,当月完成的工程量,当月就可完成计价审批手续。电商采购试行一个月,仅杏桥坪隧道所需的物资采购(上级安排的大额物资集中采购除外)的直接成本就下降了10%以上。

着眼于磨砺施工队伍精细化施工的绣花能力。根据不同时段的任务特点和上级对分部提出的要求,李俊一方面将精细化施工竞赛作为常年性赛事来抓,通过狠抓精细化施工竞赛,推进各关联队伍和部门之间紧紧围

绕标准化落地,开展主角赛、配角赛、攻坚赛、保障赛、衔接赛、流程赛和绣花赛,培养大家的“绣花”功夫,认真处理每一个施工细节,对每个重要部位和环节精雕细刻,统筹各环节,把粗活做成精品。磨砺施工队伍在限定时间完成突击任务,指定专人迎接检查,严格标准细化考核,从意志、体能、协作和品格入手,培养大家吃大苦,耐大劳,打硬仗,会配合,打胜仗的能力。从2017年2月到目前,3分部先后接待了来自公司内外、武九公司上下和兄弟企业,以及铁总专项检查等检查、观摩和应急演练活动近百次,赢得了好评。

2017年底,李俊担任中铁十一局集团托管项目贵南高铁项目经理后的第一件事,便围绕提升项目团队在激烈的施工竞争中如何更好地落实减员增收、富裕员工,优化管理、权属回归,质量为王、铸造精品,唯旗是夺、勇争第一,培育人才、历练团队进行大胆的探索和实践。



## 2017 河南酒业年度总评榜 颁奖盛典举行 河南仰韶酒业 斩获十项大奖

本报讯(记者 李代广)4月24日,第21届郑州国际糖酒会期间,2017河南酒业年度总评榜颁奖盛典在国际会展中心举行。作为豫酒的领军品牌,河南仰韶酒业匠心制胜、强者恒强,一举斩获“荣耀中原2017酒业领袖(侯建光)”,2017河南酒业风云人物(卫凯),2017河南酒业销售精英(马锋),2017河南酒业金牌策划(王军学),2017豫酒振兴金奖(尤全学、杨黎明),2017河南市场畅销酒(仰韶彩陶坊地利),2017河南市场十佳口感酒(仰韶香香瓷),2017河南消费者喜爱的喜庆用酒(仰韶香香鸿运),2017河南市场酒业销售模式创新奖(仰韶酒业阿米巴模式)十项大奖,笑傲群雄,连续三年创豫酒单场活动获奖纪录,成本年度颁奖盛典最大赢家。

作为仰韶酒业的战略主导产品,仰韶彩陶坊自2008年上市以来,凭借高品质的产品实力受到广大消费者的喜爱。在河南中高端政商会议中,屡获赞誉,不论是黄帝故里拜祖大典、国际投洽会、牡丹文化节,都不乏彩陶坊的身影。在国内各大酒业峰会中,仰韶更是连续问鼎行业荣誉,“中国酒业金爵奖、中国酒业年度功勋人物(侯建光)”等,并在有着“河南酒业奥斯卡”之称的河南酒业年度总评榜一举拿下10项大奖,进一步巩固了仰韶在中高端白酒市场中的标杆地位。

成绩代表了过去的荣誉,在未来的发展中,仰韶将继续加大品牌发展力度,回顾过去,展望未来,我们继续高举陶香大旗,弘扬仰韶文化。

▶▶▶ [上接 P1]

无论是保护电焊工人的“防烫焊帽”,还是工地常见工具制作的“套管定位仪”,或是为了设置支架架合理间距而发明的“膨胀螺栓拉力检测装置”,梁跃辉的所有发明,看上去都不是那么“高大上”,但恰恰是这些工地上最常见的工具和最简单的改造,却最能够实现增效提质、普及应用和最大程度的实现创新的价值。仅2016年一年,梁跃辉的创新成果在全公司范围内的推广便为公司带来

### 大额资金 寻项目投资合作

寻:房地产,交通,旅游,环保,新能源,矿产冶金,生物医药,院校教育,纺织,机械,建材,石化,市政基础设施,水产,轻松解决资金周转。高薪诚聘商务代表! 电话:17361769793 黄经理 邮箱:m17361769793@163.com

## 高端禽肉品牌的代名词 河南华英农业 2017 年业绩创历史最好水平

■ 本报记者 李代广

近日,全国肉鸭行业第一家上市公司——河南华英农业发展股份有限公司发布了2017年报,华英农业2017年实现营收41.22亿元,较去年同期增长63.91%;实现净利润1.04亿元,同比增长0.65%。据了解,2017年整体业绩创下了公司历史最好水平。

华英农业创立于1991年,目前已发展成为一家以鸭为主、全产业链食品加工企业和以出口为主的外向型企业,以其安全、健康、放心的良好形象成为高端禽肉品牌的代名词。

### 多元营销 2017 业绩创新高

在华英农业2017年营收构成中,冻鸭产品营收11.92亿元,占整体营收的28.92%,同比增长12.03%;熟食营收2.73亿元,占整体营收的6.61%,同比增长21.12%;冻鸡产品营收4.16亿元,占整体营收的10.09%,同比增长36.18%。另外,国内市场营收32.46亿元,占整体营收的78.74%,同比增长47.08%;出口市场营收8.76亿元,占整体营收的21.26%,同比增长184.54%。

2017年,华英农业以“产业+资本”为两大抓手,积极应对市场变化,及时调整营销策略及手段,创下了公司历史上最好业绩。

冻品销售的主导地位更加突出。全年产销率达到100%以上,并且鸭产品每吨综合售价始终高出市场同类产品800到1500元,进一步彰显了华英产品的品牌价值。

市场推广及品牌宣传实现了新突破。特别是“完美河南”血制品营销项目,以精准营销为拉动,着力聚焦重点市场,深度激

活潜力市场,取得了良好的效应。同时,公司积极参加国内外高规格的行业知名展会,如欧洲、日本及韩国等国际知名展会,大大提升了华英品牌的影响力和知名度。

优势产业再添新的发展活力。特别是熟食、血制品及羽绒等高附加值产业发展势头良好。

出口业务继续保持强劲的增长态势,整体出口再创历史新高。

### 兼顾两个市场 朝百亿目标进军

我国禽肉市场近年来发展迅速,但我国人均禽类食品消费量与发达国家相比,仍有很大差距,市场总量尚有很大的增长空间,发展前景良好。

作为畅享世界的鸭肉品牌,未来华英农业将继续坚持一条主线(以鸭为主线),做大做强上下游相关产业),发扬自身在品牌、渠道、中外两个市场等方面的优势,争取到“十三五”末,实现“216”目标:产值200亿元、销售收入100亿元、利税6亿元。

首先是品牌优势。华英农业是国内鸭行业首家上市公司,其“华英牌”商标在整个行业具有较高的知名度和美誉度,曾先后荣获“中国名牌”“中国驰名商标”“国家级出口鸭肉示范区”“中国最受消费者喜爱的五大鸭肉品牌”等荣誉,是北京奥运会、深圳大运会、南京青奥会、郑州上合峰会、杭州G20峰会和厦门金砖峰会指定鸭肉供应企业。

其次是销售渠道优势。经过多年的市场开拓,华英农业已建成覆盖河南全省及华东、华中、华南、香港等地区的立体销售网络,并远销日本、韩国、中东、东盟和东南亚等20多个国家和地区,出口量连续多年保持全国第一。河南双汇投资发展股份有

限公司、南京桂花鸭(集团)有限公司、中国全聚德(集团)股份有限公司、肯德基(其百胜(中国)投资有限公司旗下的餐饮品牌)、上海立丰食品有限公司均已成为公司的稳定客户。

最后是出口内销互补优势。由于饮食习惯和东西方文化差异,欧美日韩等发达国家的消费者青睐鸡鸭胸肉等无骨肉,而国内消费者则更偏好鸡鸭腿、脖、爪等有骨肉及内脏等禽类制品。华英农业具备良好的食品安全和质量控制体系,可根据各个国家及地区的销售行情及消费者的偏好,针对性地销售禽类产品。

### 做大做强主业 2018 再出发

2018年,华英农业将继续做大做强主业,实现业绩持续增长。

要创新发展模式,培育新发展产业。继续整合产业链资源,谋划构建共享共创的专业运营平台、合资合作平台等,弥补产业短板,实现华英农业产业链价值最大化。继续推进冷链物流体系改革,全力打造公司新的物流产业发展格局。

熟食、出口等优势产业要有大发展。以适应消费需求升级新变化为导向,实施多品种、多渠道、多品牌策略,满足国内外不同群体的消费需求。特别是在血制品销售上,要发挥好“小产品、大产业”的独特优势,当好熟食销售的排头兵。

发挥地域资源及产业优势,打造驻外特色产业集群。丰城华英要借助新产业园的投产,立足当地麻鸭资源,坚持走高端化、品牌化、特色化的路子,把赣南麻鸭这一稀缺资源做精做强。淮滨及陈州公司要继续夯实养殖基础,发挥好全产业链优势,把效益和市场进一步做大做强,打造肉鸡行业的知名品牌。

## 用创新和奋斗演绎“时代气质”

### ——记全国五一劳动奖章获得者梁跃辉

了近1800万元的创新效益!

“我的所有发明都是基于两个最朴素的目的,一是改良施工工艺,提升工作效率;二是预防质量通病,保证施工质量。”梁跃辉平淡的语气里透露出坚定。

这就是梁跃辉发明创造的初心,不忘初心,梁跃辉矢志创新,维实维新,攻坚克难,用一项又一项的专利、发明和工法,不断拓展着自己人生的新高度。

### “孵化器” 率先垂范传承匠心

“一枝独秀不是春,百花齐放春满园。”作为中共党员,梁跃辉始终坚持率先垂范,传承匠心。

2012年,梁跃辉担任惠阳星河丹堤项目党支部书记,成立“三创工作室”,带领项目成

员共同学习提升、进行科技创新,近年来吸引了近千名工人和项目管理参与最前沿建筑科技和管理理念的学习与创新。

目前,“梁跃辉创新工作室”已获得了20余项国家级专利,2项省部级工法,发表省部级以上论文7篇。2016年,“梁跃辉创新工作室”被授予“广东省职工创新示范基地”,2018年,被评为惠州市创新工作室一等奖。梁跃辉的创新团队,从一线工人到青年项目管理人员,正在愈加壮大。

为了探索项目人才培养法,梁跃辉推行“现场区域负责制”和“轮值项目经理制”,促进项目青年员工“一专多能”,全方位发展。近3年来,项目支部不仅培养了3名项目经理,上10名项目副职,成了名副其实的“高端人才孵化基地”。

化基地”。

作为农民工出身的党支部书记,梁跃辉还在项目支部上成立了农民工小组,实现组织联建、党员联管、活动联办,在建筑工地为农民工党员打造“红色之家”,并通过设立“农民工党员示范岗”“农民工党员责任区”“农民工党员突击队”,鼓励农民工党员在重点部位、困难区段、关键工序发挥模范作用,让农民工党员带领全体农民工提高技能水平。他用自己的经历告诉身边的工友们,只有奋斗,才能拥有人生更多的可能性。

“机器人预制化加工方案”“大空间移动操作平台”……许多由工作室成员共同琢磨出来的创新思路在这忙碌的施工一线逐渐成型,而梁跃辉,这位扎根项目一线近30年的工匠劳模,却有着更大的目标。他坚信,随着新时代的“工匠之春”,将会有越来越多有理想守信念、懂技术会创新、敢担当讲奉献的新时代产业工人,在更广阔的天地里施展魔法,绘出更壮阔的人生!

## “移动支付冲击下的 机遇与挑战”ATM 行业发展论坛举行

本报讯(记者 王海亮)4月25日,“移动支付冲击下的机遇与挑战”ATM行业发展论坛在北京召开,国资委研究中心品牌专家委员会原副主任兼秘书长、中关村环球时尚创意产业联盟主席杨子云,北京维珍创意科技股份有限公司董事长高利军,原平安银行北京分行零售业务部负责人、北京梧桐树金融信息有限公司副总裁华向莉等多位嘉宾,围绕移动支付冲击下ATM行业的挑战和机遇等话题展开了讨论。专家们表示,ATM行业增长趋缓已成大概率,但仍然具有较大的转型发展空间。

高利军称,维珍创意去年业绩大幅下滑,是外部环境变化导致整体行业面临的困境,面对行业中出现的新变化和新的挑战,维珍创意在维持原有银行产品和服务业务的同时,将加大业务创新,找到新的利润增长点。日前,维珍创意已发布公告,将在霍尔果斯成立合资公司,拓展新的业务,推动公司战略转型升级,提升公司未来的综合实力。

### 业绩下滑是行业面临的整体困境

3月23日,维珍创意公布的2017年度业绩快报显示,报告期公司实现营业收入4300.6万元,同比下降60.74%,归属于挂牌公司股东的净利润318.19万元,同比下降90.68%。这让不少投资者感到了意外。

论坛上,北京维珍创意科技股份有限公司董事长高利军表示:“维珍创意去年业绩大幅下滑,是由于外部市场环境变化导致整体行业面临困境。”这种外部环境变化对行业和公司业绩带来的冲击,在多个行业早已体现得淋漓尽致。其实,在国内ATM行业,并非维珍创意一家业绩大幅下滑。他表示,2017年以来,微信、支付宝等移动支付手段井喷式发展,越来越多的人习惯使用手机支付。由于对现金使用需求的急剧下降,导致银行客户对ATM机的依赖性降低。受此影响,2017年银行ATM机的采购量和布放量急剧放缓,极大地影响了公司ATM形象创新及安全防护系统的销售,导致公司的营业收入及利润出现大幅度的下降。

### 新注册公司已获工商局反馈

面对行业外部环境的变化,以及给公司业绩带来的压力,维珍创意早已进行了谋划和布局。

北京维珍创意科技股份有限公司董事长高利军表示,未来公司将在维持原有银行产品和服务业务的同时,进行业务创新。公司将利用现有的客户资源和网络优势,探索向数百家银行客户,尤其是中小银行客户提供“互联网+”的服务,如金融科技、大数据风控、互联网引流及获客、为银行嫁接优质资产、普惠金融产品创新设计及银行产品营销等服务。

4月18日,维珍创意对外发布公告称,拟与北京中致投资管理有限公司等共同出资设立参股公司“霍尔果斯维珍科技有限公司”,拓展新的业务,推动公司战略转型升级,提升公司未来的综合实力。