

陕煤集团黄陵矿业一号煤矿加强组织领导、全面排查隐患、加强物资储备、加强信息沟通，筑牢“雨季三防”堡垒，确保矿井安全度汛。

加强组织领导，筑牢安全之“根”。该矿建立健全自矿长、下至区队、班组的雨季“三防”工作管理组织体系和雨季“三防”应急指挥部，并配备专职人员，开展雨季“三防”管理工作，形成主要领导全面负责，分管领导具体负责，有关部门分工负责，组织协调配合、相关人员全部参与的雨季“三防”工作组织体系，强化责任追究和督查，把总体工作分解到责任单位、责任人，做到职责清晰，责任明确，一级抓一级，层层抓落实。

全面排查隐患，巩固安全之“堤”。该矿每周一对开采区地表、工业广场、风井、供水管路、供电设施、排水设备、设施、储水仓、排水沟及应急避灾路线进行全面“地毯式”排查，按照“横向到边，纵向到底，不留死角”的总体原则，突出“严、细、实”，对查出的隐患按照“五落实”的原则进行整改。同时该矿对近年来可能发生水害、泥石流的地段，建立“户口档案”，在各风井建立雨季“三防”监控点，专人负责雨季期间排水、滑坡等情况的检查工作，加大雨前、雨中、雨后关键地段的巡查次数。此外该矿聘请黄陵县防雷站专业技术人员对房屋建筑、矿井设备设施防雷系统进行了全面检测，加强对防雷隐患的排查，确保在雷雨天气过程中，不发生因雷击造成的供电事故、通信中断等其他相关事故。

加强物资储备，夯实安全之“基”。该矿本着“宁是备而不用，不可用而未备，宁可多备不可不足”的原则，备齐备足应急和抢险应急物资，在雨季未到来之前，组织人员对防洪抢险物资进行盘查，查漏补缺，备足编织袋、雨衣、胶靴、手电、水泵、开关、铁锨等防汛物资，配备各类防汛抢险应急车辆。对防洪抢险物资建立了专用台账，实行分类挂牌管理，所有专用物资必须做到账、卡、物相符，物资做到分类存放，统一保管，专管专用。

加强信息沟通，畅通安全之“声”。为确保及时全面地掌握汛期情况并在第一时间内组织抢险工作，该矿严格执行雨季“三防”24小时全天候值班制度，值班电话全天候保持畅通，杜绝空班空岗现象。同时加强与当地气象、防汛等部门沟通联系，及时掌握汛情水情预警预报信息，建立健全灾害天气预警机制，对可能出现的灾情制定行之有效的应急措施。此外该矿为确保险情发生时抢险人员及救援设备能够及时到位，该矿从基层14个区队抽调170名能力强、技术全面人员组成雨季“三防”抢险队，定期开展防水避灾知识学习，“真枪实弹”的开展“雨季三防”演练，切实提高抢险队伍的业务知识和整体协作能力，保证一旦发生汛情和灾情能够及时作出反应、迅速解决事故。

(倪小红 董涛)

智慧零售下一站 张近东要将科技做出温度

自动驾驶渐成新风口，巨头们纷纷搞事情。一直在零售领域深耕的张近东，率先抛出了自动驾驶的电商运用样本。

5月24日，在苏宁物流上海奉贤园区，被称为“行龙一号”的无人重型卡车，挂载着集装箱，完成了首次园区内路测。几天前，该无人重卡已完成高速场景高级辅助驾驶测试。

5月31日，在全球智慧物流峰会上，苏宁的网红无人快递车“卧龙一号”，又与来自全球的智慧物流家族的小伙伴同场炫技。在更辽阔的空域，苏宁首款油电混动的垂直起降固定翼无人机，还能广泛应用于生鲜、药品等时效要求高、远距离的配送场景。

科技，在近些年张近东的战略构架中，越发被寄予厚望。“用户不是和苏宁的模式打交道，而是和苏宁的产品、服务互动。系统不畅、产品不精、服务不优，用户就会体验差、抱怨多，再新颖的创新也会功亏一篑。”张近东说。

科技，张近东最看重的核心驱动力之一

苏宁已经架设起智慧物流的运输闭环。物流和科技，在2018年初被张近东升级为苏宁两大新兴产业集团后，战略地位进一步提升。在苏宁2018年的春季部署会上，张



●亮相全球智慧物流峰会的苏宁物流油电混动垂直起降固定翼无人机

近东再次为物流领域的效率提升定下基调，“不是靠人海战术，而是要靠科技化、数据化创新的意识与能力。在技术经营上要时刻保持先进性，针对智能拣选、机器人、无人机和无人车的应用要走在行业前列；数据应用上，要挖掘数据在仓位选址、路径规划等方面的有效作用，推动工作的数据化和智能化。”

“只有把内功练好，完善物流和IT系统，未来的经营效率才会更高，成本更低，管理更细。”精于修炼内功的张近东，于2013年后在硅谷设立首个海外研发中心，以加速苏宁向互联网转型的步伐。

用科技赋能 做有温度的智慧零售商

在2017年8月，苏宁控股集团董事长张近东在一次内部会议上表示，数据经营能力是每一个零售人都必须掌握的基础能力。

如今，苏宁的6亿用户，每天都生成一个庞大的数据库。作为电商的生产资料，也正在大量释放价值。从大数据中挖掘客户的需求，尽可能地接近消费者，与消费者互动，提升客户体验，同时对供应链进行数据化管理，从智慧零售而来的数据，也在反哺智慧零售。

在苏宁9年的互联网转型中，目前已经积累起云计算、大数据、物联网和人工智能等前沿技术。而围绕智慧零售，苏宁已经开发出近200个数据产品，包括为采购服务的鹰眼、诸葛大师，为销售服务的烽火台、金矿、神鉴，以及用户服务方面的全景购物、VR易购、身边苏宁等产品。

将冰冷的科技赋予人文温度，在苏宁不断推出的科技产品中，正在形成一种风尚。“小BIU小BIU，今天天气怎么样？”今年2月，走进南京新街口苏宁易购云店3.0的张近东，俯身与小BIU智能音箱的攀谈，其实正在成为无数家庭生活起居的日常。

在苏宁的AI智能产品家族中，小BIU智能音箱并不孤独。依托于客户的个性化需求，苏宁推出了智能客服“苏小语”，这款堪比网红机器僧“贤二”的在线智能导购，能通过智能运算，识别出30天内处在最低价的商品，并根据用户行为偏好，把用户最想要的最低价商品告诉用户。同时，依托大数据为用户做智能推荐，依据多轮深层次对话，不仅能猜得出用户最想要的商品，还能迅速为用户推荐出最符合品味的好物。

在张近东看来，懂用户需求，做有温度的电商，在恰当的时机，给用户提供恰当的商品，满足用户消费升级的渴求，是技术发展的圭臬，也是对用户的尊重。

(中新网)

牌”、“中国驰名商标”、“中国风干牛肉行业第一品牌”，将独伊佳打造成全国农牧业产业化重点龙头企业。

公司要进行股份制改革

作为唯一的股东，我最大程度地享受着公司发展带来的最终利益。我心里一直想着一个概念“我的独伊佳，大家的独伊佳”。如何去理解“大家的独伊佳”这句话呢？我终将是要逐步退出独伊佳的舞台的，因为我要给年轻人更多的施展才能的平台。无论是企业管理还是市场拓展以及品牌延伸，我都希望能有更专业的人才参与进来，可是我又该如何留住人才，让所有员工既有丰厚的回报又能把独伊佳的事业当做自己终生的事业去奋斗呢？想来想去实行股份制改革无疑是最好的办法。企业实行股份制改革已经作为一个重大决策写进独伊佳第一个五年规划中，我们将尽快制定切实可行的方案，进行独伊佳员工向主人角色的转变，最终将独伊佳变成“大家的独伊佳”。

打造独伊佳企业文化

独伊佳是具有鲜明草原回族民族特性的清真食品企业，我们的生产工艺亦可以追溯到唐朝。曾经作为一个民族小吃的风干牛肉如今却登上礼仪馈赠的大雅之堂，这其中有许多值得我们去弘扬的东西。纵观世界持续发展的大企业，每一个企业都要有一整套属于自己特性的东西，我们称之为“企业文化”。我们已经成立企业文化部，在未来的几年里，我们要整理完善并探索具有我们自己鲜明特色的企业文化。我们要做百年品牌，打造风干牛肉第一品牌，成为行业航母。

(明月)

打造风干牛肉第一品牌 ——访内蒙古独伊佳食品有限公司董事长陈士庆



风干牛肉是经过七道秘制程序自然风干而成，和市面上的烤制、油炸牛肉干有本质区别。独伊佳公司原来的厂区生产车间面积只有区区500平米，生产流程也大多采用手工作业。为了从根本上扭转生产困境，独伊佳公司在2010年初投资2000余万元兴建新生产基地。新车间完全按照国际食品出口要求和食品安全法建设，建成后年生产能力达到1500吨，年产值可达3亿元。新生产基地于2011年5月1日正式投入使用，传统的生产工艺和现代化生产流程在这里得到完美结合，产品质量也得到了严格的保证。新基地投入使用从根本上扭转了独伊佳公司生产上的瓶颈问题，为独伊佳下一步的市场拓展打下了坚实的基础。

拓展全国市场 实施品牌战略延伸

我们先后建立了西安、郑州、兰州样板市场，大力度进行全国市场的推广。我们重新完善和扩充了新的营销队伍，在整体上提升了营销队伍的素质，从而为独伊佳全国市场的推广奠定了基础。我们的品牌传播也做了巨大的努力，取得了喜人的业绩。凭着悠久的制作工艺对产业的带动，以及对社会做出的巨大贡献，中央电视台7套《聚焦三农》、2套《生财有道》、10套《创新无限》等栏目给予了我们聚集报道，独伊佳也第一次走上了央视的舞台，这对于独伊佳品牌战略的延伸具有巨大的促进作用。在第一个五年规划中，我们要将独伊佳品牌做到“中国著名品

内蒙古独伊佳食品有限公司是专业生产风干牛肉的清真企业，该公司立志向伊利、蒙牛学习，致力做草原第三头牛。经过多年的经营积累，已经羽翼丰满，具备了冲刺全国市场的能力，做风干牛肉第一品牌。近日我们采访到了该公司董事长陈士庆，请他介绍了独伊佳的发展思路。

兴建具有更高生产流程标准的现代化生产基地

随着“独伊佳”产品在市场上逐渐推广，整个风干牛肉产业也被积极带动。我这里要说明的是：风干牛肉不等于牛肉干！独伊佳

培育工匠共登攀 书香茅台誉满天 茅台包装车间“匠人书香”读书会第一次书友活动举行



●十位身着古代宫廷服饰的包装姑娘手捧精心包装的茅台酒瓶进行展示表演

阅读的书友出席活动并作分享交流。

茅台包装车间党支部书记、“匠人书香”读书会名誉会长程远芳致欢迎词。她表示，举办这样的读书活动，目的就是要打造浓厚的学习氛围，创新学习方法，增加读书趣味性，拓宽知识面。最后，程书记引用了朱熹的劝学

女缓步走来，手捧包装姑娘精心包装的茅台酒瓶，如酒瓶商标上的飞天仙女，为读书活动营造了一个古色古香的氛围。

开场古装秀结束后，活动进入“以书会友”推荐好书主题环节，王崇琳书友首先结合自己在世界各地的见闻，分享了自己的阅读体验。他在分享中结合活动主题，提取了“寻芳美酒”和“悦读好时”开头，阐述了国酒人在书海寻芳，为的就是要让茅台酒更加香飘世界；只有真正喜欢阅读，爱好阅读，愿意为阅读花时间，珍惜大好时光，才能真正的做到“悦”读。同时他指出，我们现在正处于知识大爆炸的时代，碎片化的知识摄取，让我们忽略了静下心来读书的意义，我们需要的是静下心来，整理我们获得的“碎片”知识，将它们化为己用。他告诉大家，阅读是一个国家文化背景的缩影，在各个国家都是受重视的事，只要静下心来享受阅读，就能在阅读中看到风景。他还结合了中国历史人物和事实，阐述了“不读书也是可以成才”，并强调了“读书可以让你成长得更快”的观点，获得现场书友的一致认同。

随后茅台包装车间主任伍建带头分享书籍，为各位书友推荐了《把信送给加西亚》，并向读书会赠送了该书。

(紧接6版)

在“以书会友”环节中分享好书

茅台酒股份有限公司副总经理，销售有限公司党委书记、董事长，茅台集团读书协会名誉会长王崇琳，茅台读书会会长姚辉，茅台读书会副会长郭芳芬、钟丽以及各单位热爱

28年坚守 书写人生华章

28年，攻克技术难题30多项，排除电气故障上万次；28年，培养徒弟100多人，高级工、技师20多人；28年，一个只有高中文化的普通工人成长为众人眼中的“电器维修专家”，他就是黄陵矿业高级技师盛红杰，用28年的激情与责任诠释着“工匠精神”。

“对普通工人来说，技术就是吃饭的事，把技术练好了，这碗饭才吃得踏实。”盛红杰常常这样说。只有高中文化的他，不断钻研专业知识，先后自学了《电气基础知识》《电气原理》等专业书籍，并自费订阅了大量电气类工具书、杂志等，迅速成长为车间里的技术骨干。他所从事的防爆开关检修工作中的接触器真空管检测一直是检修工作中的技术难题，盛红杰并结合实际，自行设计制作了一套真空接触器三相同步试验仪，不仅缩短了检修时间，还降低了检修成本。

近些年，他先后参与完成了自动水循环冷却装置、采煤机电控试验台、电气修理综合试验台、三相电动机电流测试仪及桥式起重机电气改造等10余项科技项目，其中的真空接触器三相同步试验仪荣获矿业公司第三届科技创新优秀奖，自动水循环冷却装置、采煤机电控试验台、电气修理综合试验台也已申报国家专利。

“制度管理、超前管理、人员管理”是盛红杰班组管理的三大“法宝”。他坚持以建设学习型班组为突破口，定期组织班组员工进行技能培训，创造性采取了“三对”安全管理办法，即：重点人员一对一包保、生产设备一对一看护、安全隐患一对一整改。通过严密的措施和管理手段，他所在的班组连续多年实现了零事故。2013年以来，他发动职工制订了“学习计划”，牵头成立了学习小组，利用业余时间组织技术骨干向青工讲授电气维修、维护方面的知识，还分批次组织技术骨干和职工进行现场结对练兵，将知识和经验毫无保留地传授给班组职工。在他的传帮带下，电修车间6名青工成为厂的生产骨干和技术能手。

(张洁 李超)



国酒之窗

本报记者 樊瑛 张建忠

2017年8月28日，书海里跳跃人生，茅台人以“弘扬国酒文化，营造书香茅台”为宗旨，用革命的激情铸就了一个生机蓬勃的协会组织。茅台集团读书协会正式授牌成立了！茅台集团读书协会受到了该公司上下广泛关注，读书会为茅台员工搭建读书学习交流平台，激发阅读热情，积极营造健康向上、求实思进、学以致用的读书氛围，奏响了提升员工综合素质，建设书香茅台的新时代凯歌。

2018年5月15日，文化里浸润生活，茅台人以“书海寻芳美酒香，畅享悦读好时光”为主题，用美文和书画书写中华民族伟大复兴的中国梦和美丽的“茅台梦”，这是茅台包装车间“匠人书香”读书会成功举办第一次书友活动。他们读美文，古装古琴，书画表演，打造了一场国酒文化饕餮盛宴。

在“以书会友”环节中分享好书

茅台酒股份有限公司副总经理，销售有限公司党委书记、董事长，茅台集团读书协会名誉会长王崇琳，茅台读书会会长姚辉，茅台读书会副会长郭芳芬、钟丽以及各单位热爱