

中标珠海香洲区“三溪”科创小镇智慧园区项目

## 航天科工 203 所 挺进智慧小镇建设

近日,航天科工 203 所成功中标《珠海市香洲区“三溪”科创小镇智慧园区(一期)设计》项目。

“三溪”科创小镇智慧园区(一期)设计项目是“三溪”科创小镇园区基础设施智能化建设的先行工程,包括硬件设备、软件系统和数据以及相配套的保障体系、人才队伍、运行机制等建设内容的设计工作,确保建成后能长期有效地运行。

“三溪”科创小镇作为珠海市香洲区西北门户,是香洲区产业重要的扩展之地。通过建设三溪特色小镇实现信息化、智能化的效能提升,最终将三溪小镇建设成为科技之城、创新之城和开放之城。同时,将“三溪”科创小镇建设成粤港澳大湾区的创新高地、区域竞合的重要节点、珠海实施城市品牌战略的重要门户、香洲区优势产业转型升级的重要抓手。

近年来,203 所在“智慧管网”、“智慧城管”、“智慧园区”的建设方面,研发出 30 余种硬件产品与 10 多款软件产品,在项目开展方面取得了丰硕成果并积累了大量经验。该项目的中标,体现了 203 所在“智慧小镇”建设领域的突破,也为 203 所智慧产业在将来进一步参与“粤港澳大湾区”建设,打下了坚实基础。(韩一梁)

## 锦湖轮胎荣获 2019 年度 G-Mark 设计大奖

锦湖轮胎诞生于 1960 年,是一家拥有全球 8 个销售法人,8 大工厂和 5 个研发中心,同时向 180 多个国家出口轮胎产品的大型跨国轮胎制造商。该公司轮胎产品覆盖了轿车轮胎、商用车轮胎、越野车轮胎、载重车轮胎以及高科技技术轮胎等多个类别,年生产轮胎数量近 6000 万条。

锦湖轮胎旗下两款全新产品迈杰斯特 Majesty9 Solus TA91、翼驰达 ECSTA PA51 一举获得 2019 年 Good Design Award Good G-Mark 设计大奖。

一系列奖项的获得再次证明锦湖轮胎雄厚的研发投入,也是其在多纬度设计领域、持续性技术研发创新、客户满意度体现等综合实力最佳证明。未来,锦湖轮胎将持续发力产品研发创新,不断为中国消费者带来更多样化、更令人信赖的轮胎解决方案。(陈智慧)

## 工银瑞信智远 FOF 提供一站式中低风险配置方案

自首批公募 FOF 于成立至今已满两年,产品阵容得到不断壮大。近期,普通 FOF 产品(剔除养老 FOF)在时隔 16 个月再度开闸,工银瑞信智远动态配置三个月持有期混合型基金中基金(FOF)已经获批,据悉近期将在工商银行等全面发售。

工银瑞信智远 FOF 主要定位于中低风险偏好客户群,在严控下行风险的前提下追求稳健回报,通过层层严选优质基金,帮助投资者一键配置全市场优质基金组合,满足投资者的资产配置需求。(李梓)

## 唐口选煤厂: 冲水系统优化年省 40 万

“以循环水用作选煤生产各环节冲水后,既消除了水压不足对选煤生产的不良影响,又停用两台冲流水泵……”10 月 15 日下午,山东能源淄矿集团博选公司唐口选煤厂的精益管理分析会上,厂长车立润对选煤车间优化冲水系统后的效果进行通报。

进入四季度,该选煤厂持续加大现场精益管控力度,对各生产环节设备运行情况、工艺流程,进行排查、摸底,并通过优化系统、减少环节的方式,解决问题,进一步提升生产效率,降低成本支出。

据车立润介绍,该选煤厂选煤车间冲洗用水原为跳汰选煤系统设置,有两台冲水泵一用一备,后改为重介选煤后冲洗用水量增加,需要两台冲水泵同时开启供水,但是车间五楼以上的设备用水,仍存在水压不稳的现象。而生产过程中,选煤用循环水,约有三分之一的水溢流回去,造成浪费。鉴于此,该选煤厂他们经过现场勘查,严密计算后,决定将多余的循环水作为冲洗水使用。最终他们通过调整管路布局,将多余的循环水分流到了冲洗水系统。

据测算,这两台冲水泵电机功率均为 55 千瓦,日运行时间约 20 小时,停用后年节约 60 万度,节约电费支出可达 40 多万元,且可省去对泵维护保养的人工、配件成本。(刘太彬)

## 环保领域实现重大突破

# 国内首台污泥气化装置在太重诞生

在举国庆祝新中国 70 华诞之际,从太重再度传来喜讯:我国第一台城市污水处理厂污泥气化装置经太重核电容器分公司科技人员长达一年的努力,最终研制成功,并于 9 月末交付河南华天环保科技有限公司使用。

时下,环境保护日益成为全社会关注的热点。河道疏浚挖掘,管道清理疏通,城市污水处理,这些人们每天都在从事的环保治理举措,在创造优雅环境的同时,也随之会产生大量的污泥,若将这些污泥进行填埋,不仅侵占大量良田绿地,污染水源,还会对空气造成污染。若进行污泥焚烧,不仅会产生

二噁英污染,废渣燃烧不尽还会造成环境二次污染。如何破解这道难题,多年来一直困扰着科技界的有识之士。如今,一台名为“污泥气化炉”的新产品在太重核电容器分公司科技人员手中诞生。

污泥气化装置的主要构成包括了密封加料装置、污泥气化炉、均匀布料搅拌装置、气化剂布风装置、破渣排渣装置、液压、电气控制系统等。该装置主要利用物料气化原理处理城市污水经沉淀形成的有机物质。这些物质经干化成型作为气化原料,空气作为主要气化剂,在污泥气化装置内发生物理化学反应,通过控制气化炉炉底与炉出口温度,

使得污泥中挥发份与沉渣在炉内高温下发生反应,产生可燃气体与无害废渣。气化炉出口燃气经旋风除尘后,送后续系统热风干燥,从而进行系统循环作业。通过排渣系统排出的废渣经化验合格后,可作为新型建筑材料使用。昔日的污染物如今实现了变废为宝。

据设计负责人介绍:这次设计制造的直径 2 米污泥气化炉仅仅是项目的试验装置,是借助太重近 70 年积累的煤气化技术基础上开发完成的,每天可处理污泥达 24 吨。目前,污泥气化炉的炉体已在用户现场安装

到位。预计将在 11 月中旬正式点火投入运转。

这位负责人胸有成竹地告诉记者说:此前的试验装置研制成功后,直径达 3 米的定型设计产品紧随其后业已完成,该产品日处理能力达 65~70 吨,年处理能力逾 20000 吨以上,对中小城市污水处理厂的污泥处置,是非常理想的选择。

污泥气化装置定型产品的研制成功,标志着太重在开辟处置“固体废物”无害化处理、造福国计民生的新领域中,展示出一块全新的天地,不啻为我国环保领域的一大福音。(曹克顺)

# 眸特电子的海外布局之路:让好产品成为敲门砖



●眸特进出口公司总经理谢群

### ■ 周惠民

原材料涨价、人工成本增加、国内外市场饱和……这些都成为电子产品行业想要逆转颓势则无法绕开的“坎”。面对转型的关键点,作为电子产品出口行业佼佼者的眸特进出口公司,则顺势定下“国际化、智能化、精细化”三大发展战略。

眸特进出口公司自 2005 年创办至今,眸特电子已经在美国出口贸易市场开辟出一片蓝海。据眸特进出口公司总经理谢群女士介绍,目前眸特进出口公司海外营销已遍布美

国各地,未来市场还会将业务拓展到欧洲各国和整个东南亚地区。据眸特进出口公司今年中期财报,眸特电子美国市场营业额为 4 亿元,同比上升 38.4%。

谈及在布局海外市场时曾遭遇过最大的挑战,谢群颇有感慨:“人才问题是眸特电子在布局美国市场一直遇到的最大挑战。为找到自身产品的独特输出点,提高自身产品的行业竞争力,眸特电子特别聘请了行业中世界 500 强企业的技术人员作技术顾问,通过优化设计推出行业内前沿且具有较强技术含量的产品设计,来推动产品技术的不断突破和提升。在电源产品安全方面的设计方案中达到高端要求,独家推出过压欠压过流等保护性能设计,可以在极短时间内启动保护措施,增加了产品的安全系数。”

眸特进出口公司的全球化布局效果在电子产品出口行业中可谓是佼佼者,谢群表示其致胜的一步就是好的产品永远是核心:“产品要质量优,性价比高,适应美国当地市场和消费者的各种需求。眸特电子这些年在电子产品行业中发展比较快,国际化是一场艰苦的马拉松,眸特电子制定了长远的目标与战略,在研发上下苦工,不断推出新产品,根据当地市场需求优化产品;在制造上下苦工,保证品质,提升成本竞争力。”

### ■ 进军海外市场制胜在于好质量

但海外布局之路并非一帆风顺,谢群坦言眸特电子在布局美国市场过程中遇到过最大的挑战是人才问题,并且这个挑战至今仍存在。“品质”一词谢群始终挂在嘴边,无论是对眸特电子自身竞争,还是对已经“走出去”的企

业而言,谢群认为这都是一种必要的条件。

谈到在布局海外市场时曾遭遇过最大的挑战,谢群颇有感慨:“人才问题是眸特电子在布局美国市场一直遇到的最大挑战。为找到自身产品的独特输出点,提高自身产品的行业竞争力,眸特电子特别聘请了行业中世界 500 强企业的技术人员作技术顾问,通过优化设计推出行业内前沿且具有较强技术含量的产品设计,来推动产品技术的不断突破和提升。在电源产品安全方面的设计方案中达到高端要求,独家推出过压欠压过流等保护性能设计,可以在极短时间内启动保护措施,增加了产品的安全系数。”

眸特进出口公司的全球化布局效果在电子产品出口行业中可谓是佼佼者,谢群表示其致胜的一步就是好的产品永远是核心:“产品要质量优,性价比高,适应美国当地市场和消费者的各种需求。眸特电子这些年在电子产品行业中发展比较快,国际化是一场艰苦的马拉松,眸特电子制定了长远的目标与战略,在研发上下苦工,不断推出新产品,根据当地市场需求优化产品;在制造上下苦工,保证品质,提升成本竞争力。”

### ■ 面对关税规划海外市场新布局

“眸特电子能成功开拓十几年的美国市场,完全是因为我们能为美国当地市场提供更优廉价格和更优品质的产品。”对于进军海外市场的后来者,谢群则建言,国际化不能有投机取巧的侥幸心理,应坚持发展自主品牌。9 月 1 日,美国贸易代表办公室宣布将

## 深挖市场潜力 精细营销管理

# 重庆气矿年度天然气销量破 50 亿方

今年以来,中国石油西南油气田公司重庆气矿持续“一体化”管理模式,深挖市场潜力,精细营销管理,有效利用产、购、储、销联动优势调峰保供,增销提效。截至 10 月 25 日,销售天然气 50.02 亿立方米,突破 50 亿大关。

抓实落实扩大销量。针对供需形势精细营销计划安排,每月根据客户合同签订情况,结合各单位上报的销售建议计划,综合编制月度天然气销售计划并及时下达执行。各作业区(运销部)围绕分解指标全面梳理、排查和分析影响任务完成的因素,细化措施寻找增量突破口,明确任务完成时间进度节点。密切监控和

关注可中断调峰客户生产运行状况,确保平稳供气。利用春节长假假期填谷增销天然气,有计划地恢复华能两江等可中断客户用气,同比增销 6527 万立方米,增幅 29.67%。

做好引导线上交易。参加西南油气田公司天然气市场化交易劳动竞赛,提升线上交易成效。各客户经理切实履行岗位职责,提示客户熟悉新的交易方式操作流程,做好入金等交易相关准备工作,确保线上市场化交易工作顺利开展。今年以来,气矿持续引导客户在交易中心注册,推动天然气线上交易工作顺利开展。截至目前,已协助 308 家(次)客户参加 33 场线

上交易,交易气量 6.14 亿立方米,完成年度线上交易任务目标 4.8 亿立方米的 127.92%。

编制预案保障供气。生产运行与天然气营销齐抓共管,做好客户管网适应性分析,科学编制各节假日、特殊重要时段及冬春季供气应急预案,制订针对性保供措施,提高供气方案的可操作性。冬春季度峰期,“压非保民”做好民生保供,1 月至 3 月卡贝乐等 5 家调峰客户配合减停气量 1.06 亿立方米,满足城市燃气客户用气需求 12.54 亿立方米,占 1 月至 3 月供气总量的 81.48%,同比增供 0.26 亿立方米。在新中国成立 70 周年华诞,气矿

# 都怪杨霞“猜得准”,青岛新机场用上“东华造”

### ■ 孙业伟 位少青

原本,青岛胶东国际机场的建设,与山能淄矿东华水泥公司扯不上关系。自从杨霞被东华水泥公司聘为销售经理那一刻起,就有了故事。

2017 年 2 月,在水泥营销市场摸爬滚打了 20 多年的杨霞,离开“老东家”山水集团,被东华水泥公司聘为职业经理人,立即在业内引起很大反响。

“怎么干?从哪干?如何干?”面对新老东家在企业文化、体制机制、管理方式等方面的差异,杨霞一时陷入了困境。“当时就想到 6 个字:接受、改变、离开!”杨霞说,既然选择了淄矿“老东家”,就不能离开,所以,就得在接受与改变中不断前进,找到合适的工作方法。

改变世界不用大刀阔斧,一个个小碎步依然可以光芒万丈。来到东华以后,杨霞经过调研,基于公司原有的营销管理进行了优化调整。“我的责任就是为‘东家’创造更大效益。”杨霞说。

成立运营监控中心,过去 7 个独立运营的水泥粉磨企业统一管理,避免了内部业务的冲突与市场重叠,通盘考虑水泥销售,平衡销售,虽然损失的是几家的既得利益,但却实现了东华水泥公司整体利益的最大化。

产品共享、订单共享,抱团作战,吨水泥盈利水平提升明显,很快那些反对的声音,被淹没了实实在在的效益里。2017 年东华水

泥公司吨水泥同比增利 11.94 元,同比增利 4956 万元。2018 年,东华水泥吨水泥盈利水平比 2017 年再增利 46 元,年度总利润突破 2.3 亿元。

对内优化整合的同时,杨霞提出了“以高端产品树品牌,以普通市场上增量,以低端市场做补充”的营销思路,并着手品牌的提升——争当“鲁中地域第一品牌”。

“营销就是以点带面,提升品牌影响力,必须做大工程,万众瞩目的大工程。”杨霞期盼已久的机会,终于在 2017 年的 7 月到来了。当时,东北亚区域枢纽机场——青岛胶东国际机场跑道建设,需要高标号的水泥,建设方考察省内各水泥生产厂家,为第二次招标做准备。杨霞得知这一消息后,立即部署,最终经过层层严格资质审查后,入围可投标企业。

让杨霞始料不及的是,一开局就败北——水泥企业联合弃标,对手根本不给东华水泥任何机会。“看不起我们东华,这次一定为荣誉而战!”杨霞撸起袖子又冲了上去。

再次招标,甲方改变原来规则,一举打破了原有投标单位的合作战线,东华水泥公司又一次迎来机遇。“投标报价就像买彩票,猜得准,才有机会赢。”虽然杨霞轻描淡写,但大家都明白,商场如战场,知己知彼,才能百战不殆。

为报出合适的价格,杨霞拿出了看家本领。他与团队关上门,精打细算,不但研究对手的当时的处境、心态,还要考虑对手脾气

性格,方案拿出一个又一个,改了又改。

最终,东华水泥公司报价与评分基准价相差 0.84 元,在 6 家公司中,以最高分中标青岛胶东国际机场东、西两条主跑道工程。突然冲出的这一匹黑马,出乎所有人的意料。

“意料之中,意料之外!”谈起此事,东华水泥公司副总经理孙珂用 8 个字概括。既是意料之中,又是在意料之外,看似矛盾,放在这里讲却又合情合理。

孙珂说,之所以说是意料之中,因为,杨霞来到东华水泥后,在工作中展现出的职业素养和敬业精神,大家有目共睹;身为销售经理,干的却是销售员的活、质检员的活、售后服务人员的活……大家都觉得,这么拼,这事能成!

意料之外是说,当初参与招标,是奔着学习、宣传品牌的目标而去。在这一过程中,东华水泥公司却通过努力,一步一步,成为中标单位,让大家感到意外。更出乎意料的是,东华水泥公司供货一个月后,在多种因素的干扰之下,水泥质量检测竟然出现了不稳定的现象,建设方要求停止供货。“就是把东华水泥卖了,也得继续供货!”东华水泥公司总经理李庆文斩钉截铁地说。

“对,这事必须干成!得让大家知道,我们东华水泥公司连最高规格的飞机跑道的水泥都能生产,还有啥干不了的?”杨霞话语中透着自信:“今后,凡有大工程,我们‘有标必投,寸土不让!’”

4 个半月时间,东华水泥公司产供销齐

加强供给侧管理,做好应急预案,杜绝销售安全事故发生,保障天然气稳定供应。

发挥优势助力发展。持续发挥终端联管优势,打造“黄金终端”,解决重庆川港公司、重庆凯源燃气公司等终端公司在供气指标、管输供气、市场开发、市场营销等方面的问题,助力终端市场稳步和有序发展。有效促成中石油与中石化页岩气输气管道在川渝地区首次实现互联互通,并发挥气矿现有管输能力持续推进代输气新业务,1~9 月已实现代输天然气 2.96 亿立方米。(田新玉 李传富)

发力,完成了 28 万吨高标号水泥的供货,单个项目收入突破 1.8 亿元。2018 年 10 月 20 日,青岛胶东国际机场东、西两条主跑道如期贯通,邀请杨霞和东华水泥党委书记王建国到现场参加了贯通仪式。

杨霞说,加入东华水泥公司,第一年打基础,第二年有提升,2019 年的目标是突破。“怎样让更多的客户爱上‘东华造’?产品质量是前提,服务增值是关键。”杨霞坦言,2019 年将在加强质控队伍、营销队伍上下功夫。

不换思想就换人!面对如此激烈的竞争环境,如何打造一支属于东华的销售团队,将客户牢牢握在手中?杨霞表示,必须打“每吨固定提成”的考核模式,实行阶梯分段考核,建立纵横交错的竞赛机制,激活“休克鱼”。

“敬业、专业更职业,阳光、简单、坦诚的性格,干就干最好、争就争一流的精神,就是一个典型的淄矿人。”孙珂说,杨霞副总的到来,不仅给东华的销售增添了活力,更重要的是带来的信心,为大家开阔了眼界。

杨霞抱定“为‘东家’创造更大效益、为自身实现最大价值”的坚定决心,凭借多年来积累的营销经验,以不服输的精气神,在区域充分竞争的“红海”市场,闯出了一片新天地,让客户真正爱上了“东华造”,体现了“专业的人干专业的事”,更体现了“一家人、一条心、一个目标向前奔”的大局意识、团队意识和协作意识。淄矿集团党委书记、董事长朱立新说,杨霞副总身上的闪光点,正是我们大部分管理人员所缺少的,希望大家很好地学习借鉴。