

光源生产“抢制战”——江南工业集团突击生产纪实

“进入四季度以来,三批不同类型的产品重叠在一条生产线的时间段需要完成。原本一批产品要 45 天的生产周期,而现在工期被压缩到 25 天。看似不可能完成的任务,通过车间全体成员的群策群力,及时完成了该批 H 系列某产品光源生产任务。”052 车间主任袁忠文介绍道。

江南工业集团五分厂 052 车间承担着公司某产品光源、辐射器、下部机构三种类型产品零部件。特别是光源生产情况,直接关系到中国兵器集团兄弟单位 H 系列某产品总装完成进度,同时也是中国兵器集团对公司的重点考核项目。公司作为配套件厂家,不仅仅要对总装厂负责,更要对中国兵器集团全年生产经营任务的及时完成负责。

外供件光源自从去年开始生产量就成倍增加,052 车间员工可谓是一年四季都在工房里“泡着”忙生产。责任在,使命在,光源生产一刻也不能耽误,052 车间必须全力以赴。

10 月 8 日,江南工业集团五分厂收到一批光源急需生产任务,必须要在 10 月 31 日以前完成。而这条生产线上计划还要在 10 月 21 日开始生产一批辐射器和 10 月 25 日开始生产一批下部机构,同一条生产线的三种产品居然在一个时间段“撞上了”。

时间紧,任务重。五分厂立即组织 052 车间和生产、安全、质量等相关业务科室召开光源生产专题会。会上,分厂决定从 054 车间借调一名经验丰富的焊线工负责对光源进行焊接;从 053 车间借调一名认真负责的压药工负责制药称重;从机修车间借调一名钳工技师负责产品的校形。这些各车间的精英强将协助 052 车间共同突击生产任务。

光源 45 天的生产周期要压缩到 25 天完成,这可不是一件简单的事。车间主任袁忠文和副主任钟庆武想了许多办法。他们决定通过调整生产布局、申请借调人员、延长工作时间、提高劳动待遇等方法来提高车间每天的生产量和员工的积极性,以推动任务的及时完成。

该条生产线上压药设备只有两台,为了不耽误 21 日以后开展的辐射器制药、压药工作,光源的制药、压药工序一定要抢在 21 日以前全部完成。车间、班组没有再按照“常规出牌”。这段时间员工们每天早上 7 点钟就早早来到车间,准备好工具、量具,打开空调、去湿机、油压机,做好一切生产前准备工作。中餐和晚餐大家只是在分厂的加班餐厅简单解决,稍微休息一会儿,又继续投入到繁忙的工作中去。晚上员工们常常都是加班到 8 点半以后才陆续离开工房。

052 车间三班班长刘文革前年下班的时候脚部摔伤,因为去年开始工作任务成倍增加,他为了带动全班,能及时完成生产任务,拖了好久都没有取下脚部的钢板。同事张治祥看他上下班“一瘸一拐”的走路,不是很方便,于是每天都骑车接送他。

车间唯一的女工何春元,达到了退休的年龄,但是依然申请留下来坚守岗位。她是班里的副班长,负责三大部件的焊线工作,同时还要组织装配工作的开展。在“钎管封口”这个工序中,一般是由男职工完成,但是她主动要求去承担这种苦脏累的工作。

新入职的车间员工周旭是一名本科员工。家住石潭镇的他,每天上班要骑半个小时的摩托才能到达分厂。在学徒期间分厂不要求加班进行工作,但是他主动放弃休息,默默地坚守在自己的岗位上奉献。

就是凭借着这股冲劲,他们,把不可能变成了可能。(徐祥涵)

施工人员 用上了二维码信息卡

“经过二维码识别,你的准入证信息是准确的,但是还需要项目部盖章确认,你到项目部盖章后就可以正常使用了。”11 月 24 日,西北油田重点工程建设项目经理部安全负责人王学虎在十区集油干线环保隐患治理工程施工现场检查时说道。

今年以来,为了提高证件办理效率,减少核实施工人员信息的时间,该项目部全面构建工程实名制信息管理平台,对承(分)包商人员的身份信息、特种作业证件、学习教育成绩、合同关系、职务等信息进行备案录入到信息库,并对信息合格的人员发放二维码信息卡,加盖项目部公章。采用二维码信息卡的管理方式后,甲方人员到施工现场核对人员信息时,只需通过手机扫描人员胸口佩戴的二维码信息卡,就可以知道该员工是否符合入场资格,大大减少了检查各类证件的时间。而且,人员信息录入工程实名制信息管理平台后,西北油田系统内各单位都可以通过二维码查询施工人员情况,并快速办理不同的工程施工证件和入场许可证件,实现了信息共享,各类证件、入场证明等信息能够快速办理。

“以前我们去现场至少要带 4 个不同的证件,现在使用二维码信息卡后,我们只用带着二维码信息卡制作的胸牌就行了,再不用担心证件丢失损坏。而且,也不用频繁更换不同单位的入场证明,确实方便了很多。”来自四川庆达的技术员郝星笑着说。(陈俊峰 陈晓华)

遗失启事

位于成都都江堰市青城山镇沙坪村四组的“青城水云间”三栋二单元二楼 2 号房产权证(权 0089213)不慎丢失。特此登报挂失。

内蒙古最大规模水利工程全面开建

■ 伍振 陈凡 叶欣

11 月 25 日,随着“草原吉祥号”TBM 掘进机缓缓向前推进,由中铁十八局集团隧道公司参建,我国“十三五”期间水利建设重点项目,内蒙古自治区目前最大规模的水利工程——引绰济辽工程进入主体项目全面开工建设阶段。

内蒙古自治区水利厅副厅长于长剑,内蒙古水务投资集团、引绰济辽公司董事长阿尔斯楞,内蒙古自治区水利厅建设处处长李海明,兴安盟水利局局长郭凌云,引绰济辽公司总经理白金,中铁十八局集团党委书记、董事长王兴周,副总经理董顺军,中铁十八局集团隧道公司党委书记秦跃新,内蒙古自治区水利厅、兴安盟行署、内蒙古水务投资集团、引绰济辽公司、兴安盟水利局、突泉县政府、

中铁十八局集团、中铁十八局集团隧道公司等相关单位共计 100 余人出席“草原吉祥号”TBM 始发仪式。

引绰济辽工程是“十三五”期间国务院确定的 172 项节水供水重大水利工程之一,由文得根水利枢纽与输水工程两大部分组成,它从绰尔河引水到西辽河,向沿线的科右前旗、开鲁县等七个旗县城区,以及兴安盟和通辽经济技术开发区等 11 个工业园区供水,结合灌溉并兼顾发电等综合利用,输水线路全长 390.3 公里,其中,输水隧洞段长 183 公里,是内蒙古自治区迄今为止投资规模最大的水利工程。该工程采用“TBM+钻爆法”联合施工,共投入使用 5 台 TBM,中铁十八局集团隧道公司“草原吉祥号”TBM 是引绰济辽全线第一家正式投产的 TBM。

据悉,此次始发掘进的“草原吉祥号”TBM

主要用于长大硬岩隧道施工,可实现隧道及隧道断面一次成型,集开挖、支护、出渣于一体,机械、电子、液压、激光、控制等技术于一身,具有安全、高效的性能优势。设计开挖直径 4.75 米,整机长度约 295 米,重约 1000 吨,总装机功率约 3300 千瓦。

中铁十八局集团隧道公司引绰济辽项目经理陈立和介绍,为保证按期实现节点目标,建设者在组装过程中坚持“高标准、高质量、高速度”的原则,精心组织,科学布局,在零下十几度的天气下坚持施工,历时 45 天完成 TBM 组装调试任务,为“草原吉祥号”TBM 按时始发,引绰济辽工程顺利开工奠定了坚实基础。

引绰济辽水利工程穿越大兴安岭中段的丘陵地带,针对这一地区上冻早、冬季时间长等特点,由中铁十八局隧道公司承担施工的第 5 标段作为控制工期的重点标段,采用 2

台由我国自主研发生产的 TBM 硬岩掘进机,计划用三年时间打通长达 46 公里的输水隧洞,以确保全线按计划建成通水。

近年来,面对水工领域市场大蛋糕,中铁十八局发挥全国首家“五特五甲”资质建筑企业优势,把水利水电特级资质和 TBM 施工品牌优势作为企业发展的“金刚钻”,落实中国铁建“三转”要求,以结构调整和转型升级为重点,仅采用 TBM 施工的水工项目累计 10 多项,并荣获水利工程施工企业最高信用等级——AAA 级,成为水利水电施工的领跑者。

引绰济辽水利工程项目计划在 2023 年完工后,平均年调水量达 4.54 亿立方米,每年可为沿线灌区提供灌溉用水 2833 万立方米,直接受益人口约 113 万,对边疆少数民族地区经济社会可持续发展和筑牢北疆生态安全屏障,具有十分重要的意义。

“河套王”斩获佳绩 在《华夏酒报》创刊 30 年盛典上荣获“推动中国酒业发展卓越品牌”奖

11 月 19 日,以“缘起 30 年——不忘初心再出发”为主题的《华夏酒报》创刊 30 年盛典在北京稻香·湖景酒店隆重举行。会上,在由中国酒业年度盛典组委会、华夏酒报社、中国酒业新闻网联合发起的“壮丽 70 年,推动中国酒业发展”的评选活动中,河套酒业的高端品牌“河套王”荣获“壮丽 70 年,推动中国酒业发展卓越品牌”奖。

此次庆典活动,引起了整个酒行业的关注。从国家部委到行业协会、从生产制造领域到流通领域,从名酒企到经销商,从专家学者到国际友人,从消费者到媒体同仁……与酒业“息息相关”的共生体,300 余人欢聚一堂,一起共赴盛典现场为中国酒业 30 年大发展的见证者和记录者——《华夏酒报》送上而立之年最诚挚的祝福。

中国酒业发展 70 年,作为见证者和参与者,河套酒业始终脚踏实地,躬耕酒业;精准把脉市场新方向,呈现中国白酒文化的独特魅力;融入现代市场营销理念,在品牌创新、



品质坚守、文化传承等方面为中国酒业的创新发展进行了一系列卓有成效的探索。

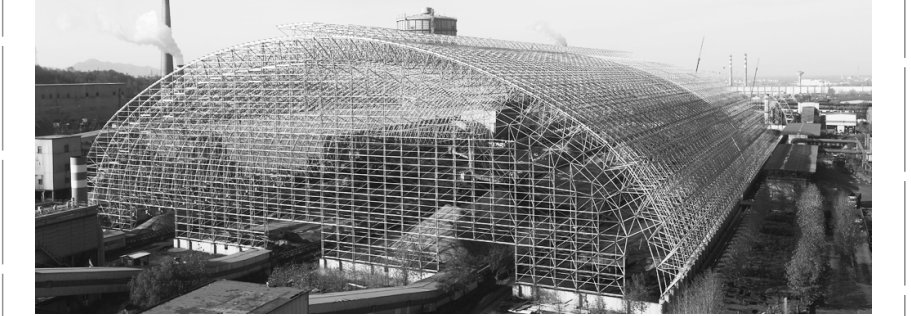
多年来,河套酒业始终坚持对产品品类的创新,对文化的创新,对营销的创新,对服务的升级,不断丰富自身的品牌内涵,在弘扬

中国传统文化的基础上,传承套酿宗法,开创了生态淡雅型白酒,河套王是生态淡雅型白酒的典型代表,更是河套酒业的高端品牌,形成了自身独特的品牌内涵和品牌文化,成为内蒙古白酒的代表和靓丽名片,在白酒市

场树立了良好的口碑和品牌形象。同时,河套酒业创新品牌营销,升级提炼出“王者无疆,河套王”的品牌精神,聘请歌手韩磊成为河套王品牌代言人,全力提升河套王品牌形象、助力品牌营销,彰显出河套酒业对自己引以为傲的“河套王”品牌价值的不懈追求。“王者无疆”是河套酿酒精神的象征,是突破自我、永无止境的历练成王,代表着河套酿酒的技艺无疆,产业的文明无疆,饮者的信仰无疆。

此次荣获“壮丽 70 年,推动中国酒业发展卓越品牌”,是对河套酒业持续推动行业创新发展的肯定和褒奖,也是河套品牌知名度和影响力不断提升的又一次证明。未来,河套酒业将以“酿造美好生活,实现和谐发展、永葆基业长青”为使命,着眼未来战略布局,持续实施“酿酒智能化生产”战略,不断提升河套品牌价值,进一步加速对品牌的塑造和文化的传播,推动河套品牌更加健康、快速、持续发展,为中国酒业的健康发展做出积极贡献。(母順利)

中国十九冶集团泰钢密封技改项目 彩钢板工程开工



11 月 19 日,由中国十九冶集团承建的山东泰山钢铁集团机械化料场密封技术改造工程,开始安装彩钢板,标志着工程重要施工节点开始。该工程位于山东省济南市莱芜区,为

泰钢环保改造重点工程,结构型式为螺栓球节点正放四角锥形网架,长度为 448 米,高度为 52 米,跨度为 149.7 米,为目前国内最大跨度的单层螺栓球网架结构。王鹏 摄影报道

灾难面前彰显企业担当



近日,山东省寿光市营里镇负责人和王河南村负责人分别代表镇党委、镇人民政府和村党支部、村委会向山东寿光建设集团有限公司赠送了写有“危急关头伸援

手,灾难面前显大爱”和“抗洪救灾显真情,危险时刻伸援手”的两面锦旗,以此感谢该集团在今年抗灾救灾中为寿光市营里镇无私支援和鼎力帮助,高度赞扬集团在灾难面前彰显的企业担当和大爱精神。今年 8 月 15 日至 31 日,山东寿光建设集团有限公司先后派出 200 余人次,铲车、翻斗车近百车次参与了寿光市营里镇王河南村的灾后重建和卫生环

境整治工作,恢复了村容村貌,还向村民捐赠了 180 套多功能电热锅,帮助村民度过了难关。

李疆 / 文 付松 / 图

仅用了1小时,就让孙宏斌掏了153个亿 这人什么来头?

■ 新华网记者 游苏杭

2019 年剩下的时间只有一个月,当很多企业都进入盘点总结、筹划未来一年工作准备的时候。对于融创中国的员工来说,却是持续维持在一个加班忙碌并进一步加码进入白热化的状态。

11 月 27 日,曾在中期业绩发布会上声称下半年没有拿地指标的孙宏斌,再次公布一则重磅消息。

当日下午 4 时,融创中国发布公告称,以人民币 152.69 亿元的对价收购云南城投集团持有的环球世纪及时代环球(目标公司)51% 股权,目标公司更名重组为环球融创会展文旅集团。

一小时后,这场交易的主角融创中国董事会主席孙宏斌和环球融创会展文旅集团董事长邓鸿共同出现在了媒体面前。

“不会算账”的孙宏斌 一小时敲定百亿大单

今年的端午节,在一位朋友的引荐下,孙宏斌与仅比他大了 39 天的邓鸿在无锡碰了面。“我不会算账,而老邓是不算账,我俩挺像。老邓比较通透,所以合作非常愉快。”孙宏斌回忆起初次见面的场景时说道,“当时大概就一个小时,这事就定了下来,之后就喝酒去了”。

尽管今年以来,融创已接连收购泛海、新湖中宝、长实大连西岗等项目。但孙宏斌依旧认为,这是他年内最满意的一次并购,“这次,我们是收购了一个老板,这个老板有情怀,有

水平。见面当天,钱已准备好了。”对于性情中人孙宏斌来说,看对眼自然重要,但这背后的原因却更耐人寻味。

对于融创而言,这次收购后,将增添国内领先的会议会展板块,并使其在文旅板块实力大增。“此次收购的项目中,包含酒店、商场、乐园,是新型的城市综合体。在会议会展方面,老邓做了很久,有丰富经验。另外,老邓还拥有很多知名的民宿品牌和餐饮品牌,这些都是旅游小镇的重要内容。”孙宏斌说。

而对于融创的引入,邓鸿也说得明白,融创的品牌在往上走,又有文旅、文娱、大健康等多个板块,“我是干活的人,老孙品质非常高,完美结合,是政府和市场都需要的,这样的项目能够迅速的落地”。

此次收购后,融创文旅成为全国最大的会展类项目持有及运营商,融创形成了地产、服务、文旅、文化、会展会议、康养六大战略板块,实现“地产+”的再次升级。

“我俩合作, 在文旅板块‘天下无敌’了”

在“白银时代”下,越来越多的房企将文旅地产作为开启利润新增长点的一个窗口,纷纷抢滩布局。

据不完全统计,截止到目前,百强房企中,已经有 57% 的房企涉文旅地产领域,其中,至少有 10 家房企专门成立文旅集团公司。仅 2019 年各省市重点文旅项目就超过 100 个。

融创从未掩饰过自己在文旅布局方面的

野心,面对这万亿市场,如何才能创出一片天地,成了孙宏斌当下最为着急的事。

眼前这个十多年前就投身会展、文旅板块,对于每个项目什么时候拿的,占地多少,面积多大,甚至连歌剧院里有几个马桶都清清楚楚的邓鸿,无疑是孙宏斌加持文旅板块中的绝佳人选。

据了解,此次交易涉及成都、武汉、长沙、昆明等城市的 18 个项目,整个资产包除了目前已签合同外的 2390 万平米可售面积之外,还有约 4000 万平米的意向协议,整体加起来共有 6304 万平米储备,与万达资产包大致相当,而其中自持部分仅占 5%,大大低于万达资产包。

而作为中国最大的文旅产业运营商和中国最大的文旅物业所有者,目前融创文旅集团已经布局全国 12 个核心城市,10 座文旅城、4 个旅游度假区、9 个文旅小镇、39 个乐园、24 个商业和 70 家星级酒店,成为中国最大的文旅产业运营商和中国最大的文旅物业所有者。

对于二者的强强携手,孙宏斌信心满满,“做文旅地产就是经验和钱,老邓 1998 年就开始做旅游、做会展,已经有很丰富的经验。而融创投了很多钱在做文旅产业,但是做的时间短,现在我们合作,在文旅板块‘天下无敌’了。”

“我们看的是长远”

自 2014 年来,通过并购、收购等方式拿地,已成了融创近几年来获取项目的主要方式。那么,成效究竟如何呢?

见面会上,对于“买买买”资金的质疑,孙宏斌的回复举重若轻。“此次收购资金的来源,都是销售卖出来的。每个月有五、六百亿

的现金,拿出 100 亿是很容易的。”他进一步补充,“融创在并购市场的口碑是怎么来的呢?是吃亏换来的,这么多年我吃过这么多亏,谁听过我抱怨一句,我的态度是,吃亏就吃亏了,然后继续往前走,做事情。如果每次都占人便宜,哪儿来的好口碑?这个圈子是很小的,没有口碑就没有机会。”

从案例上看,用网络上略带贬义的“接盘侠”来形容融创也并不成立。两年前,王健林急着想将手上的 13 个万达文旅项目抛售,甚至不惜借钱给孙宏斌,怎么看怎么像个烫手山芋。当这笔世纪交易达成时,舆论哗然,很多人都说孙宏斌又当了接盘侠。

然而,2018 年融创中国文旅业务营收便达到 20.3 亿元,这使刚成立一年的融创文旅集团超越了很多上市多年的旅游上市企业。其中更值得一提的是,相比融创文旅城的地产销售收入,这 20 亿仅是九牛一毛。“到现在,万达城资产已经为融创销售了近 1600 亿元。”孙宏斌说,如此算来前后耗费 500 亿元买下的文旅城项目早已回本。

当被问及对环球融创会展文旅板块未来三年的盈利预期时,孙宏斌微笑回答,“没有预期”。

数据显示,2019 年 1-9 月,融创中国累计合约销售金额约达 3694.9 亿元,同比增长 16%,累计合同销售面积约 2531.8 万平方米,同比增长 21.46%,在中国房地产企业销售规模中排名稳居第四。

关于并购,关于融创整合六大板块的发展,或许确实还需如孙宏斌所言,要看得长远。等若干年后,再来看,也不迟。