

### 河南油田采油一厂 推广应用成熟技术 实现增油降本

“目前,找堵水及分采工艺应用项目已实施 54 井次,实现堵水成功率 100%,降本 192.4 万元,阶段增油 1637.7 吨。”5 月 17 日,河南油田采油一厂工艺研究所井下工艺室张峰在工程例会报表汇总时说。

自“奋斗 拼搏 超越”劳动竞赛以来,采油一厂树立“精益管理”理念,聚焦油田开发指标,全方位推动落实工程-地质、科研-生产、技术-管理三个一体化,大力推进成熟技术推广应用,以实现工艺增油降本目标,先后规模化应用找堵水技术 31 井次,快速调层 37 次,减少占产时间,节约作业费,累计创效 192.4 万元。

工艺研究所井下工艺室技术人员通过对油层进行细分开采,识别油层产液状况,应用找堵水技术,降低调层费用,封堵高含水层和生油潜力油层。下 5-704X1 井,作业前日产液 44.4 立方米,产油 0.4 吨,含水高达 99%。他们通过应用插管找堵水技术实现快速调层,仅用 9 小时作业,措施后日产液 43.1 立方米,产油 3.4 吨,含水 92.1%。

同时,他们通过优化推广分采工艺技术应用 5 井次,日均增油 0.7 吨,阶段增油 566.2 吨。井下工艺室技术人员创新作为,全面优化工艺工序,落实全程管控,提高油井效益产量。下 5-420 井作业前日产液 40.1 立方米,产油 0.8 吨,含水 98.1%。他们通过应用分采泵分采技术实现上、下层两层分采,作业后日产液 40.8 方,产油 6.7 吨,含水 83.5%。(陈永保 郑壮)

### 北京地铁六道口站 冠梁全部施工完毕

中铁二局集团公司承建的北京地铁昌南线 04 标六道口地铁站,继 4 月 24 日底纵梁全部施工完毕后,5 月 18 日该车站冠梁也全部浇筑完毕,兑现了又一个节点目标。

六道口地铁站暗挖车站,车站全长 250 米,有冠梁 563.2 米,需浇筑钢筋混凝土 1300 余立方,由于该车站埋深在 40 米左右,施工过程中的一切材料进入以及开挖土方运出均靠 4 座竖井用龙门吊起吊完成。混凝土浇筑要从地面用泵车向井下输送近 30 米,再转向输送到冠梁处,混凝土泵送管道要在隧道内多次 90 度转向,这样就增加了混凝土泵送难度,容易导致管道堵塞情况发生。为防止施工过程中混凝土泵送车堵管,确保冠梁在浇筑过程中不出现混凝土断档而影响工程质量安全,每次混凝土浇筑时,项目部都要安排工程试验和技术人员全程参与,现场指导解决施工中突发问题,严格控制混凝土配合比和塌落度,督促混凝土浇筑振捣频次,全力确保工程安全优质。(宋邦华)



党员突击队到达山顶准备突击任务

张野 段毅 文 / 图

“R1036 线 2446-2480 桩号段,垂直高差 720 余米,坡度近 90 度。肉眼观察,从山脚至山顶依次为裸露硬质砾石层、夹杂黄土及风蚀的酥松岩层,其间掺杂锯齿形、刀脊形等多种复杂崖壁,根本不可能从下至上攀越。”这段话记录在塔里木盆地西南端帕乌泊尔线束项目的施工日志上。

由于该段过涵洞的安全距离要求,在技术设计上已经进行了炮点转移,连续的空道将不能满足设计要求。

“宁要一条线资料品质过得硬,不要十条线资料品质过得去。”塔里木油田公司对乌泊尔线束项目提出更高的要求。

山地铁军,要把不可能变为可能。

#### 速度与激情的碰撞

承担该项目的东方物探西南分公司山地

## 鏖战悬崖之上

一队立即组织各工序进行实战推演,确保后续工序衔接高效。

负责测量工序的测量四队迅即行动起来。5 月 11 日从取得 A 类攀登资格(即取得高风险区域攀登资格)人员中精挑细选 6 人进行专项训练,重点是索降技巧、主副保险绳运用、双钢钎三角形固定、野外电钻引眼等内容。

5 月 13 日施工组、测量、排列在室内分析该段之前的施工作业方式、施工轨迹,结合无人机进行室外作业点的详细踏勘,采用 1 米高精度遥感数据体,在识别出高大陡崖包围的局部风险基础上,确定采用直升机高处停降,人员攀下山作业的施工方式。

5 月 14 日开始,安排人员密切关注天气预报,同时安排专人对施工区域进行风力、风向、山体落石等可能出现的突发状况进行现场监控,直升机再次对停降条件进行了实地考察。

“这段全分布在悬崖上,测量组上去后岩层区不好理的地方,一定要电钻引眼,标志清晰,确保后续组队的施工!”已经熬红眼的山地一队经理王铎翰,连日见人就是这句话。

#### 山巅那一抹红影

5 月 16 日,风力 5 级,风声“呼呼”,偶尔卷起的细碎砾石刮得人脸上生疼。

“测量队员的座右铭就是‘抵近一点、再

进一点,直到无路可走,我们依然前行!”对着即将登上直升机的党员突击队,测量四队党支部书记李剑郑重地说出了这句话。

直升机的运力经过严格的控制,6 名队员加上 50 多公斤、1400 余米的保险绳,20 多公斤、长短不一的 37 根钢钎,以及测量设备、登山设备等,直升机得耗时近 40 分钟,分 3 次才能全部运输上去。

在等待其他队友上山的时间里,负责进行固定三角形钢钎的李龙和孙佳乐开始按图索骥,去寻找最佳的位置。直升机停降的地方离山崖 200 米的距离,李龙的任务是看护主保险绳,等人员全部安全下山后,他再等候直升机来接他。

上午 11 点,所有人员和设备到位,算算,从营地出发到现在,他们用了整整 4 个小时。

山顶上的风更大。第一个下降的是彭志勇,队友们仔细地再检查了一遍他的保险绳、八字环是否到位。30 米的道距决定了他这一下去,每隔一段距离,就得象飞猿渡涧般上蹿下跳,或者得象壁虎攀岩般贴着岩壁一动不动。

索降的起点在一段约 20 米长、松软的砾石坡面,走一步砾石就哗啦啦地往下掉,其他队友不敢太靠近山边缘,怕落石砸到人。

比划了一个代表胜利的手势,彭志勇荡了下去。

#### 一份特别的礼物

彭志勇下去后的主要任务是查看检波点位置是否符合埋置的条件,何况还得同时满足正点率,这好比“鱼和熊掌必须兼得”。

第二个开始索降的是孙佳乐,队友们再次检查了他小锄头、测量设备等是否挂牢实。受地形的限制,彭志勇在逼仄的空间里辗转腾挪,实在找不到非常合适的地方,孙佳乐就等他荡开后,挥舞着小锄头凿出一块合适的面积,从山脚望上去根本看不到他的身影,只能看到一股股黄沙被风吹得漫天飞舞,仿佛半山腰上突然变得飞沙走石一般。

两人就这样交替配合着一段一段地下降,每确定好一个测点,后面做测量标识的人也跟着缓缓下降。从上午 11 点开始到晚上 7 点 12 分最后一个人回到山脚,完成了该地段测量任务,6 名队员只喝了瓶矿泉水。

望着飘荡在山涧的保险绳,测量组长王敏去割了一段,他说:“党支部的党员活动室正在开展庆祝建党百年的活动,号召大家收集一些有意义的物品进行展示,我觉得这段保险绳就很有意义,它见证了我们铁军永不言败、永不屈服的精神!”

这番话,让铁军精神的意义变得让人激情澎湃起来!

## 双鸽集团副总经理化稳:巾幗不让须眉 商海尽显本色

河北双鸽食品股份有限公司(下称“双鸽集团”)是一家集生猪良种繁育、饲料加工、屠宰、预冷分割、熟肉制品深加工、冷冻冷藏、肉食批发、连锁销售为一体的农业产业化国家重点龙头企业,依托于多年在发展模式、管理、技术研发等方面的深入探索,树立了国内肉类食品生产行业的典范。

在双鸽集团高速发展的背后,有一位至关重要的“幕后推手”,她就是现任双鸽集团副总经理的化稳女士。作为商界少见的女强人,化稳近些年来成绩赫赫、格外引人注目。自上任以来,她高度重视“双鸽”品牌形象建设及品牌营销工作,勇于改革、大胆实践,加强技术和产品创新,极大地增强了企业核心竞争力,为推动双鸽集团发展所作出的贡献有目共睹。

#### 重视自主知识产权 塑造全新品牌形象

近些年来,化稳带领集团知识产权团队,通过对品牌 VI 设计的自主创新,构建了完善的知识产权管理体系,形成了集团的知识产权

矩阵,对核心知识产权进行有效地创造、保护、应用、管理,显著地提升了双鸽品牌的辨识度和影响力。

针对双鸽品牌的影响力及受众结构,化稳及团队经过反复推敲,对双鸽品牌 VI 进行了全新的整体创新设计。在保留双鸽名称及鸽子造型的品牌 VI 基础元素上,对品牌标识进行了扁平化设计。新的双鸽品牌 VI 设计,以橙色和嫩绿色为主色调,同时,别出心裁地将双鸽品牌英文升级为谐音 SO GREEN,向消费者传达出绿色、健康的双鸽品牌形象。此外,反白构成的双鸽,犹如两只即将相携的手,寓意双鸽品牌经过 60 年沉淀,再次焕发新生。

由化稳及团队设计的全新双鸽 VI 一经亮相,便吸引了业内专业人士和消费者的高度关注。简洁、明快、现代化的设计风格,强化了视觉凸显性,易识别记忆,激活了品牌创造力和感染力,为深入年轻消费群体夯实了基础。

#### 创新营销方式 丰富产品矩阵

近年来,化稳带领双鸽集团研发团队积极

极求变,通过技术和工艺创新,不断进行产品升级,丰富产品矩阵,相继研发出“双鸽特制熏烤肠”“双鸽里脊肉肠”等多款广受市场欢迎的产品,迎合了消费者多元化的消费需求。同时,不断创新营销方式,通过跨界合作、加强数字化营销及新媒体广告投入等方式,不断提升消费黏性和品牌影响力,带动“双鸽”品牌升级。

如今,在化稳女士的引领下,双鸽集团已成为河北省最大的现代化肉类食品生产企业、农业产业化国家重点龙头企业,并先后荣获中国肉类食品行业 50 强企业、全国养猪行业百强企业、中国驰名商标企业等荣誉称号,为中国肉类行业树立了标杆。

#### 担纲评委 推动肉类食品行业健康发展

作为肉类产品生产行业公认的权威专家,化稳在行业内拥有充分的话语权和影响

力,多次作为重量级评审专家参与业内权威奖项的评选工作。2020 年,化稳受邀参加“中国国际肉类产业周”活动,并担任评定专家,负责遴选出本届产业周“最受关注产品”。

据悉,“中国国际肉类产业周”是由中国肉类协会联合世界肉类组织主办,旨在帮助企业扩大品牌宣传,提高肉类创新产品和最新科研成果在全行业、全社会的知名度,助力企业拓展合作渠道。在评定现场,化稳根据多年在肉类产品生产行业的资深经验,秉承“公平、公正、公开”的评定原则,依次从产品包装、制作工艺、产品口感、产品创新等角度对参赛的几十家企业、三百余款产品进行了客观而严谨的评定,提出了诸多富有建设性的意见和建议,并对入选产品发表了精彩的点评,赢得了同行评定专家和与会观众的一致好评。

化稳,这位在商海搏击十余年的年轻女企业家,以敢为人先、追求卓越的精神,带领双鸽集团取得了令人瞩目的成绩,彰显了一位普通劳动者勤劳奋进的本色和现代巾幗企业家敢于创新、勇于创新的风采。

相信在她的带领下,双鸽集团必将乘风破浪万里,取得更为辉煌的成就。(徐正宇)



中国战略文化促进会常务副会长兼秘书长、军事科学院世界军事研究部原副部长罗援



河南省白酒业转型发展专项工作领导小组成员、商务厅二级巡视员费全发



开封市人民政府副市长王秋乔



仰韶酒业集团党委书记、董事长侯建光



仰韶营销公司总经理郝惠锋

## 800 名商界精英齐聚八朝古都开封 “彩陶坊天时·名家讲坛”精彩举行

本报记者 李代广 实习记者 李葭

5 月 20 日,由河南省白酒业转型发展专项工作领导小组办公室,河南仰韶酒业有限公司独家承办的“豫酒文化行——彩陶坊天时·名家讲坛”第六站在八朝古都开封举行。

中国战略文化促进会常务副会长兼秘书长、军事科学院世界军事研究部原副部长罗援,河南省白酒业转型发展专项工作领导小组成员、省商务厅二级巡视员费全发,开封市人民政府副市长王秋乔,开封市政协副主席、民革开封市委主委张志刚,仰韶酒业集团党委书记、董事长侯建光,仰韶营销公司总经理郝惠锋等领导、嘉宾出席。

来自河南省各地市工信局,开封市工信系统、开封市市场监督管理局、开封市商务局等单位的核心意见领袖,企业家代表、媒体代表等 800 余人参与活动。

活动现场,罗援作为主讲嘉宾登上了“彩陶坊天时·名家讲坛”,为与会嘉宾和广大消费者进行了一场爱国主义教育专题讲座,迅速把活动气氛推向了最高潮,让更多的人关注军事的同时,也叫响了仰韶酒业“文化仰韶”的品牌强音。

#### 创新形式推广豫酒 打造豫酒文化 IP

近年来,仰韶酒业以“振兴民族工业,弘扬中华文化”为使命,从黄河文化、仰韶文化的维



“豫酒文化行,彩陶坊天时·名家讲坛”活动现场

度上,演绎出了一个文化赋能创新发展的好故事,特别是借助“豫酒文化行——彩陶坊天时·名家讲坛”这一文化舞台的打造,形成了豫酒行业内独特而新颖的“豫酒文化 IP”。

据了解,“豫酒文化行”是一场由仰韶牵头、豫酒参与,为重塑豫酒文化创新源、再造豫酒发展动力引擎、加快豫酒振兴进程而打造的豫酒文化盛宴。自 2020 年 10 月正式启动后,已先后于三门峡、许昌、周口、郑州、焦作等河南经济文化重地成功举办,引发了社会各界的广泛关注,为文化驱动豫酒转型升级提供了强大的助推引擎。

侯建光表示,十余年来,仰韶酒业坚守文化赋能创新驱动发展战略,在彩陶坊酒的产品

设计中,从仰韶文化传世经典——彩陶鱼纹葫芦瓶、彩陶小口尖底瓶中找到了灵感,并深度融合 7000 年的彩陶文化,独创了“陶屋制曲、陶泥发酵、陶甑蒸馏、陶坛储存”的四陶工艺,由此酿造出了“醇、雅、融”风格和“好看、好闻、好喝、好受”四好品质的仰韶彩陶坊酒,彻底改变了河南白酒市场上没有中高端白酒的竞争格局。

王秋乔在致辞时表示,作为中国白酒传承与创新的骨干代表,仰韶酒业通过举办“彩陶坊天时·名家讲坛”等豫酒文化推广活动,推动了豫酒行业的高质量发展。他希望开封有更多的渠道商、经销商、投资商与众多豫酒企业一道,推动豫酒的转型升级发展,为豫

酒振兴,也为开封经济的高质量发展,作出更大的贡献。

费全发在讲话时指出,省委、省政府将白酒产业列入河南省重点发展的 12 个重点产业之中大力扶持。希望通过“豫酒文化行走进地市”系列活动,打造一个传承豫酒文化的舞台、增进交流合作的平台和连接四海友谊的桥梁,不断弘扬豫酒文化,展示豫酒形象,广交各界朋友,促进经济和文化的交流与合作,做大做强豫酒产业。

#### 以文化树立品牌 全面展示豫酒魅力

郝惠锋提到,仰韶酒业从 7000 年的仰韶文化中找到创新灵感,坚守文化赋能企业发展的战略,通过对品牌气质化的打造,使其在品牌定位与品牌文化上真正打动消费者并与其产生情感共鸣,从而增加品牌黏性,并借此全方位展示了仰韶酒业作为豫酒龙头的行业魅力。

在品牌气质的定位上,仰韶酒业确立了仰韶彩陶坊“兼容大和”的豫酒文化底蕴,以及有着 7000 年历史“绵长厚重”的仰韶文化气质。以融汇感、厚重感为品牌气质落点,在河南白酒市场上掀起了一股“陶香风潮”。

在品牌文化的融合上,仰韶文化渗透于仰韶酒业产业链条的方方面面,通过产品形态、终端氛围和推广造势等消费者接触点上的有力呈现,强化了消费者的共鸣感——仰韶彩陶文化贯穿始终的“九粮四陶”酿

酒工艺;有着 7000 年历史的仰韶文化陶器鱼纹葫芦瓶、小口尖底瓶制成酒瓶;以复原仰韶文化精神内涵为主旨的“一庄五园”建设;以传播仰韶文化为助推力量的“宴会式”市场营销,以及联动文化产业打造的品牌营销场景“彩陶坊天时·名家讲坛”……

#### 龙头企业引领 助力豫酒高质量发展

多年来,仰韶实现了对河南白酒市场的深度渗透与高度占领。特别是 2017 年河南省委、省政府提出并践行豫酒振兴战略以来,豫商响应,豫人支持,为仰韶提供了源源不断的发展动力。

河南省副食、中石化、中石油、丹尼斯、胖东来等商业领域的领军企业先后牵手仰韶,合力深耕河南白酒市场,通过资源上的共享、互补,发挥各自所长,不仅使合作双方获得更大的效益,更让厂商以酒为媒,戮力同心,为豫酒振兴注入了强大合力。

仰韶通过精心谋划的“三会三宴”策略,精准抢占了河南几乎所有的政经热点、焦点。黄帝故里拜祖大典、民族运动会、全球跨境电商商务大会、河南国际投洽会、牡丹花会、郑州国际航展、大河财富中国论坛等,凡是有高端活动的场所,都能看到彩陶坊的身影,实现了营销渠道的深度渗透。

2020 年,仰韶酒业的营收突破 25 亿元,书写了豫酒振兴的高光时刻。