

中能公司:多重赋能向管理要效益

一直以来,陕西中能公司用管理的“确定性”应对市场的“不确定性”,坚持向管理要效益,立足生产实际,创新管理机制,以管理效能提升促进企业质效稳步提升。

协同赋能,助力销售管理升级

面对复杂的煤炭市场形势,该公司以优化环节管控和深化协同创效为核心,重点推进煤质管理,强化成本管理,全面打造“动力煤+化工煤”双产品矩阵。

中能公司坚持以效益为中心、以市场为导向,加大对煤炭市场调研和客户走访力度,灵活调整销售策略和节奏,对销售方案进行再优化。他们积极拓宽销售渠道,通过建立动态数据模型,打造定制化产品包,以优质的煤质满足用户需求,在产销平衡的同时实现效益最大化。公司推行“课题攻关制”,成立“铁销、地销和煤质”三个攻坚小组,围绕“发运效率、竞拍策略”等制定专项提升计划,煤质与地销团队联合推出“热值浮动定价”机制,推动高附加值煤种销量增长12%。



AI 赋能,助力安全管理升级

在新质生产力蓬勃发展的时代浪潮下,该公司紧紧把握时代机遇,以AI技术为强大引擎,推动矿井安全管理水平实现质的飞跃。

智能巡检机器人“上岗”,代替人工定时巡查设备、巷道等关键区域,实现24小时全方位守护;千眼视频监控系統,构筑25种AI模型配合58个场景,精准提取检测目标的状态和位置,实现一图多设备实时分析,自动抓

拍人员入侵等异常行为;机电设备全生命周期系统,融合主流人工智能算法,通过整合设备运行数据、故障样本等,实现故障诊断准确率从65%提升至95%……越来越多的智能化装备和技术成果落地生根,由此企业实现了安全管理由“人防”向“技防”的根本性转变。

体系赋能,助力经营管理升级

“这是我们自主加工制作的路桥,通过优化新方案,巧妙利用原有岩体采用钢带、锚索加固后作为桥墩,大幅减少了材料消耗,仅此一项就节约材料费近万元。”中能袁大滩煤矿生产技术中心刘涛涛自信地说。

该公司持续深化“四种经营理念”,构建“九链九增”经营管理体系,大力实施“设计源头+生产过程+盘活闲置+修旧利废+严控外委”降本增效举措。坚持把技术创新作为降本增效、提质增效的治本之策,堆煤保护改造装置、喷雾用水过滤器优化装置、综掘机炮头防护罩装置……一项项凝聚了广大干部职工智慧结晶的“小发明、小创造”,使创新增效、技术增效成为新的经济增长引擎。(王瑞)

娇韵诗中国区副总裁吴雨競:以创新引领高端美妆品牌年轻化转型

在高端美妆行业的激烈竞争中,如何让经典品牌焕发新生,与年轻消费者产生共鸣,是每一位品牌营销管理者都需要深思的问题。而法国娇韵诗集团中国区副总裁吴雨競,凭借其独到的营销理念和不懈的创新精神,成功引领娇韵诗在中国市场实现了年轻化转型,赢得了广大年轻消费者的喜爱和信赖。

吴雨競,作为娇韵诗化妆品(上海)有限公司的核心管理者,他的职业生涯充满了传奇色彩。从最初的产品经理到如今的中国区副总裁,他一步步成长,每一步都留下了坚实的足迹。在娇韵诗的这些年里,他始终将品牌年轻化作为自己的使命,致力于让娇韵诗这个经典品牌焕发新的活力。

在吴雨競的带领下,娇韵诗的营销策略不断创新,紧跟时代潮流。他深知,在年轻化的道路上,必须深入了解年轻消费者的需求和喜好,用他们喜欢的方式去沟通。于是,他主导了一系列别开生面的营销活动,让娇韵诗品牌在短时间内迅速提升了知名度和美誉

度。其中,美白系列产品的AR/VR黑科技营销就是吴雨競的得意之作。他敏锐地捕捉到年轻消费者对新鲜事物的追求和对科技感的喜爱,于是大胆尝试将AR/VR技术融入产品推广中。消费者通过手机AR互动,仿佛置身于核心植物成分的原产地,亲身体验产品的天然与纯净。这种前所未有的体验让消费者眼前一亮,迅速在社交媒体上引发了热烈反响,娇韵诗品牌也因此收获了众多粉丝的热爱和追捧,品牌声量大幅提升。

另一项令人瞩目的营销案例是娇韵诗V脸精华与上海大悦城摩天轮的跨界合作。吴雨競巧妙地将V脸精华的10分钟护理效果与摩天轮转一圈的时间相结合,推出了“10分钟V脸摩天轮”体验活动。消费者在享受摩天轮美景的同时,还能体验到专业的V脸护理,亲眼见证脸部轮廓的改善。这种梦幻般的体验让参与者兴奋不已,他们纷纷在社交媒体上晒出自己的照片和感受,为娇韵诗品

牌带来了海量的流量和好评。吴雨競之所以能够策划出如此成功的营销活动,是因为他始终保持着对市场的敏锐洞察力和对消费者的深入了解。他深知年轻消费者追求的是个性化和趣味性,因此他在策划活动时总是力求新颖、有趣,能够引发消费者的共鸣和参与热情。

在沟通渠道上,吴雨競也展现出了前瞻性的眼光。他带领娇韵诗市场部团队积极布局移动端,将大部分沟通渠道集中在手机端,方便年轻消费者随时随地了解品牌信息。同时,他还选择了更多元化的平台,如B站、抖音等,通过与这些平台的合作,延展出更多适合年轻人的创意和内容,与消费者产生更多互动。

在内容营销方面,吴雨競更是下足了功夫。他强调内容的趣味性和互动性,希望给消费者带来更有趣的品牌和产品体验。他鼓励团队结合AR/VR等高科技手段,以及与年轻人中的真实意见领袖合作,用更年轻化的语

言与消费者沟通。这种创新的内容营销方式不仅提升了品牌的知名度和美誉度,还增强了消费者对品牌的忠诚度和黏性。

在吴雨競的带领下,娇韵诗品牌在中国市场取得了显著的成绩。品牌知名度和美誉度不断提升,市场份额也持续扩大。娇韵诗已稳居中国奢华护肤市场前列,成为众多年轻消费者心中的首选品牌。这些成绩的取得,离不开吴雨競对市场的敏锐洞察力和对消费者的深入了解,更离不开他不断创新的营销理念和勇于尝试的精神。

作为高端美妆品牌营销管理的先行者,吴雨競以其独到的营销理念、不懈的创新精神和深厚的行业经验,成功引领娇韵诗品牌在中国市场实现了年轻化转型。他的成功经验和创新思维不仅为娇韵诗品牌带来了巨大的商业价值,更为整个行业树立了新的标杆和典范。未来,相信在吴雨競的带领下,娇韵诗品牌将继续保持其领先地位,赢得更多年轻消费者的喜爱和信赖。(周晓静)

川中油气矿仪陇作业区:以“加减乘除”赋能设备管理

3月18日,在龙岗28井现场,川中油气矿仪陇作业区采气技师李雪波带领中心井站员工完成转机泵检查维护。至此,李雪波所在龙岗东线中心井站班组已顺利完成片区32台设备的深度“体检”。

“龙岗气田东线片区是我的‘责任田’。”李雪波介绍,自油气矿启动设备设施消缺行动以来,作业区修订完善了《设备设施管理责任清单》,落实设备管理责任到岗位和员工,

确保设备完好率、故障率、整改计划“三清楚”。同时成立以技术干部、技师、中心井站站长为成员的集输工艺、净化、信息化、电力设备设施等专业小组,通过“专业组+责任田”网格化管理模式,提升设备设施管理水平。

做好责任“加法”的同时,设备隐患的“减法”也“水到渠成”。据了解,油气矿以“体系优化+深度排查+闭环管控”协同机制为抓手,联合运维承包商制定压缩机、离心泵、风机3类

关键机泵设备的深度检查表,涵盖运行参数、机械振动、密封性能及辅助系统等几大模块36项关键指标,狠抓油气生产站场设备健康状态的全方位监测和维护整改……截至目前,油气矿已排查各类设备问题1351项,整改1063项,风险隐患“动态清零”已初见成效。

随着今年常规气、致密气开发和原油上产齐头并进,油气矿迎来了新一轮产能建设

高峰期。为确保上产区块新装置、新设备正常运行,油气矿从设计制造、施工安装、适应性评价等方面加大设备设施质量管控力度,并同步开展特种设备注册、压力容器定检等工作。

以设备完整性管理为抓手,杜绝非计划停产为目标,油气矿巧做“加减乘除”法,深入推进设备设施消缺行动,为“决胜1300万吨”夯实设备保障基石。(王涛)

神源煤化工严把春季消防“安全关”

“大家注意,要全面清除消防栓里外堆放的杂物,认真检查好灭火器的有效期限……”日前,安徽神源煤化工公司消防安全检查组对正在进行的消防安全重点工作进行提示。

为推进春季防火工作,该公司进一步完善消防安全管理制度,明确消防安全工作职责,制定详细的消防安全检查计划,规定日常巡查、定期检查以及专项检查的频次、内容和标准,构建“横向到边、纵向到底”的消防安全

责任体系。对消防安全工作落实不到位的部门和个人进行严肃问责;1月份以来,共计地面消防检查共19次,检查出消防隐患174处,处罚31人,罚款6000余元。

该公司成立消防安全专项督导组,深入车间、仓库、办公区域以及“三堂一舍”等人员密集和火灾易发场所,对消防设施、动火用电、安全通道等开展问题自查和专项督导,确保消防安全责任和措施落到实处。公司开

展消防管网系统专项检查,对消防栓阀门生锈卡顿、水带损坏等问题,现场制定解决方案,第一时间恢复管网功能。一季度,共检查消防管网设施677处,及时处理各类问题32项。

为增强全体职工的消防安全意识和应急处置能力,该公司利用电子显示屏、宣传栏、微信公众号等宣传阵地,滚动播放消防安全宣传片、推送消防知识小贴士,制作消防安全

海报,传播消防安全声音。企业多次邀请淮北消防支队专业人员对职工进行消防安全知识培训,通过理论讲解、案例分析、现场演示等多种形式,详细解读消防安全法律法规、火灾预防、逃生自救技巧等知识。企业组织开展灭火实战演练和疏散逃生演练,通过角色扮演、实战模拟,让职工熟练掌握灭火器、消防水带等消防器材的使用方法,切实提高应急处置和自救互救能力。(徐琪)

百年技艺四代传:富管营照相馆的传承与担当

河北省文安县富管营村有一家老照相馆,演绎着百年光影传奇。

富管营照相馆的技艺起源于1923年。富管营照相馆品牌创始人是郑电惠,直到1964年郑永山夫妻二人开始接管经营父母的老照

相馆。从黑白胶片到数码摄影,他用镜头定格无数美好的瞬间。同时,他一向待人诚恳友善,深受邻里敬重,被誉为“光影大师”。

老店获多项荣誉,收到很多锦旗!疫情和抗洪期间八旬高龄的他踊跃报名参与一线志

愿者并获得表彰。他教育后代们说:“希望将摄影事业发扬光大,为国家和村民的建设积极参与志愿活动,多做贡献,传播正能量!”

1993年郑永山的女儿郑建凤开始承业;2016年,郑永山的外孙俞水旺承业并开设

富管营照相馆旗下“博洋广告设计中心”分店,融合传统与现代摄影,闲暇时仍然坚守义务为周边乡镇拍摄宣传、传播正能量的初衷!从清末时期传统照相工艺,到如今数码影像。四代人坚守服务百姓的初心永不变。

声明·公告

●四川聚柯装饰材料有限公司(公章/编号:5101009348088)、刘耀均(身份证号:5101009348090)均遗失作废,特此声明。
●范洪凡身份证照片正反面和手持身份证照片泄露,身份证号:37092319971017192X。由此信息引起法律责任与后果概不负责。
●黄妮妮遗失身份证,身份证号:421202199404051247,特此声明。
●薛嘉伟遗失身份证,身份证号:152321199303262432,特此声明。
●桂顺广遗失身份证,身份证号:36048119850650020,特此声明。
●盛福杨遗失身份证,身份证号:341023198811191016,特此声明。
●陈刚于2025年03月19日遗失身份证,身份证号:420625199008202512,特此声明。
●吴威遗失身份证,身份证号:340826198801304816,特此声明。
●韦彦勃遗失身份证,身份证号:610526200303230016,特此声明。
●王飞羽遗失身份证,身份证号:610124198807123324,特此声明。
●林栋源于2025年03月25日遗失身份证,身份证号:40083198911204593,现声明作废。
●杨飞福遗失身份证,身份证号:522229198809093218,特此声明。
●马德静遗失身份证,身份证号:640221199901293043,特此声明。
●徐承亮遗失身份证,身份证号:632123*****0415,特此声明。
●刘鑫源五金产品经营部(公章/编号:610202198710102022,特此声明。
●刘汉强遗失身份证,身份证号:131126199610261815,特此声明。
●边齐凤遗失身份证,身份证号:340604196505020028,特此声明。
●王玲杰遗失身份证,身份证号:371481200111201843,特此声明。
●徐蕊遗失身份证,身份证号:330122200206261828,特此声明。
●朱苏曼于2月7日遗失身份证,身份证号:441625199011292429,特此声明。
●龚嘉伟遗失身份证,身份证号:360981200409054211,特此声明。
●陈尘遗失身份证,身份证号:51078119841119393X,特此声明。
●温州鑫源五金产品经营部(公章/编号:5101150162911)遗失,声明作废。
●四川润旺科技有限公司(公章/编号:5101055612081)、法人章(曾俊成,编号:5101055612086)遗失,声明作废。
●公告:此前,望康动物医院在某平台发布的部分图片,在网络宣传过程中可能给公众造成了一定误导。对此,我们深表歉意。目前,我们已对相关图片进行下架处理,并完善审核机制,杜绝类似情况再次发生。
●广汉星域文化传播有限责任公司持有的法人章(编号:5106815092171)及财务专用章(编号:5106815092169)均遗失作废。
●成都玲珑数码科技有限公司(即注册,请股东王安(370883198511280716,占股30%)日本通知见报之日起7日内与公司法人张凌栋联系,逾期按相关规定处理。
●宿州市翔瑞飞航进出口贸易有限公司(公章/编号:51011806)遗失,声明作废。



河南油田采油一厂 强化设备管理

河南油田采油一厂以HSE风险防控为重点,对运行设备、生产场所实施“视频+人巡”管理方式,全方位、多角度开展风险辨识和隐患排查,通过溯源分析、提前预判、制定措施和逐项整改,提前消除和化解安全隐患,提高设备安全管理水平,全力保障生产安全运行。

图为3月21日,双河巡检二站采油工在连接特种罐车,对临时停抽的H457油井进行热水扫线,防止管线堵塞。

庞先斌 摄影报道