

### 胜利石油工程西南分公司 “学练考”齐发力 “三基”工作见实效

本报讯(通讯员 郭旭 余祥锐)日前,胜利石油工程西南分公司70207钻井队周密部署,组织全员开展“学练考”专项培训与考核,吹响新年岗位练兵“集结号”。

本次培训紧扣“干什么学什么、缺什么补什么”原则,充分利用业余时间,由队干部及大班人员组成教学小组,对员工开展系统化、精准化业务指导。培训内容紧贴一线岗位实际,重点围绕业务规范、技能操作、设备维护及安全理论等方面展开,确保员工“学得会、弄懂、用得上”,真正实现“学透一门技能、练就一身本领”。

在开展学习培训的同时,70207钻井队以“考”促“效”,率先完成胜利石油工程公司部署的班组学练考任务,成为该公司首家通过考核的队伍,交出高质量人才练兵答卷。通过“以考促学、以考促练、以考促行”,不仅有效激发员工钻研业务、争当能手的内生动力,更实现理论知识与实践操作“双提升”。

此次“学练考”专项活动,既强化队伍整体专业素养与实战能力,也为新一年钻井施工安全高效运行奠定坚实基础。70207钻井队将以此次培训为契机,持续深化“三基”工作,不断夯实基层基础。

### 创新赋能应急 科技守护平安 临涣矿研发单轨吊应急救援担架车

本报讯(通讯员 符心亮)井下突发事故救援中,每一秒都关乎被困人员的生命安全。为进一步提高井下救援效率,提升应急处置能力,近日,安徽淮北矿业临涣矿运输区立足井下作业实际,创新研发首例单轨吊应急救援担架车,将单轨吊设备优势与应急救援深度融合,为矿井安全生产筑牢生命线。

该矿面对以往井下人工抬运担架效率低、用时长,且易造成二次伤害的不利因素,为破解难题,打开思路、创新举措,由运输区组建专项技术攻坚小组,充分利用井下单轨吊载重大、转运快、爬坡能力强、空间利用率高的优势,结合现场实际,经反复研讨优化与多轮实操测试,成功研发出单轨吊应急救援担架车,构建起高效便捷、安全可靠应急救援新模式。

该担架车采用集装箱式一体化设计,内置便携式担架与陪护座椅,专门预留急救物资、抢险工具专属空间,实现救援物资集中携带、一键转运;折叠侧开门与配套挂梯精准适配井下狭窄巷道,大幅提升转运效率;顶部吊耳精准对接单轨吊,底部卡扣可快速落装平板车,通过“单轨吊+电机车”无缝衔接,实现应急救援快速转运,搭配多重安全防护装置,全程监控运行状态,确保运转过程安全可靠。

该设备投用后大幅缩短了伤病员转运时间,抢占黄金救治窗口,有效规避二次伤害,同时,实现单轨吊功能多元化突破,填补了矿井单轨吊应急救援应用的空白,推动应急救援工作从“被动应对”向“主动提效”转变。

# 激流勇进立潮头 拓市创效建精品 安能一局合肥分公司匠心创新筑牢品牌根基

■ 本报通讯员 申屠建华

2025年,建筑行业深度调整、市场竞争白热化。中国安能一局合肥分公司紧紧围绕集团和工程局年度部署,在工程建设和市场开拓的激流中破浪前行。

### 匠心筑梦 以精工品质打赢攻坚战

从江河到群山,从地表到地底,每一处火热工地,都是安能合肥人奋斗的战场。回首2025年,合肥分公司以“分级督导、穿透监管、清单管理、重点调度”的履约管理组合拳,在9个在建项目、14个收尾项目上,打出了漂亮的攻坚战,建起一座座精品工程。

大渡河的碧波上,随着导流洞闸门顺利落下,金川水电站项目,这个建设周期长、技术难度大的水电工程,终于迎来下闸蓄水的历史性时刻。回望冲刺阶段,项目部实行“三班倒”作业,技术骨干驻守一线,24小时轮班监督,只为确保每一仓混凝土的浇筑质量。时任项目负责人徐时贵望着蓄水后平静的库区,眼中满是欣慰:“下闸那一刻,看着平静的水面,我们所有熬过的夜、流过的汗都值得了。”

雅砻江的浪花里,面对复杂地质和汛期洪水双重考验,孟底沟水电站项目团队科学组织,实现大江截流。龙口流速高达每秒6米,经过36小时连续奋战,最后一车石料倾泻而下,江水改道。老岩磨二级水电站项目面对多重挑战,将混凝土月浇筑强度提升至10.5万m³,全力抢回关键线路绝对工期约4.5个月,于11月25日顺利实现导流明渠过流,彰显了“敢打硬仗、能打胜仗”的铁军精神。

江淮锦绣大地深处,HN库区地下工程项目建设者在地下数百米为GJ能源安全筑起“地下长城”。面对洞库渗流控制这一行业难题,团队依托8项科研课题开展系统性攻关,针对不同地质条件,创新采



●石台抽水蓄能大坝提前封顶

用“超前探水、预注浆堵漏、后注浆补渗、特殊材料补强”的综合渗控策略,将渗流量控制在1L/(m²·d)以下;在爆破开挖环节,采用分层光爆工艺,实现半孔率超过92%。竣工验收时,专家组评价这是“国内同类工程中质量最优、进度最快、安全最稳的项目之一”。项目牵头编制的《地下水利洞库防渗注浆技术规范》获批成为团体标准,填补了行业技术空白,16篇论文、20项专利、4项工法,为行业贡献了可复制推广的“安能方案”。

皖南巍巍群山之间,石台抽水蓄能大坝提前封顶,2#引水隧洞开挖支护更是提前3个月完工。在陡峭的山体上,建设者们像“蜘蛛人”般悬挂在百米高空,打孔、锚固、喷浆,每一道工序都力求极致。项目部QC小组攻关的课题荣获第六届安徽省质量创新技能大赛三等奖,这正是分公司全年质量管控成果的一个缩影。从石台项目荣获省部级优秀QC成果,到老岩磨、丰海项目斩获7项样板工程,再到中卫项目摘得第三届电力建设质量管理小组活动成果现场竞赛QC组一等奖,每一项荣誉都如同大坝上坚实的混凝土,筑牢了分公司的品牌根基。

### 市场开拓 以敏锐触角抢占发展先机

转企以来,合肥分公司牢固树立“强履约、赢信任、得市场”的滚动经营理念,先后与国能、华能、三峡、国投等央企的二级单位和地方国企共计15家业主签订合同32份,合同金额112.97亿元,其中通过滚动经营获取62.16亿元,占比达55%。2025年,合肥分公司坚持“两手抓、两手硬”,在全力保障在建项目优质履约的同时,敏锐捕捉市场风向,在传统水电、石油洞库、应急产业及新兴领域精准落子。

分公司凭借过硬的技术实力和良好的品牌形象,成功中标雅砻江孟底沟水电站大坝工程设计施工总承包项目及江西寻乌抽水蓄能电站通风兼安全洞工程。全年累计参与投标项目17个,覆盖抽水蓄能、传统水利水电、市政工程等多个领域,投标数量较往年大幅提升。通过密集的投标实战,一支专业的编队队伍得到历练,年轻技术人员的业务能力快速成长,为后续市场开拓储备了宝贵人才。分公司紧盯华东安徽芜湖西形冲抽蓄、三峡江西寻乌抽蓄、国网枣庄抽蓄等一批重点项目,持

续跟踪,为2026年的市场突破蓄势。

依托安庆洞库、旭龙导流洞等在建项目的履约优势,积极跟进业主单位的后续规划,重点跟踪HN洞库二期、HD洞库二期和江西寻乌抽蓄上库等潜力项目,力争2026年实现两个以上项目落地。同时,加强与工程局市场部及西南区域营销中心

的纵向联动,实现信息互通与资源共享,筛选优质项目重点攻坚。立足安徽主场优势,分公司与安徽华电、皖能集团、安徽国电、国能集团等重点客户保持高频对接,确保在项目挂网前掌握第一手动态,做到“知己知彼、精准出击”。

变“输血”为“造血”,抢抓应急产业发展的“增长点”。面对基地未纳入国家工程救援服务保障、运维费用需自行承担的严峻现实,分公司主动求变。按照工程局总体部署,基地组织架构实行“弹性”设置,保留10至15人核心编制,组建产业拓展和产业保障两个小组。短短三个月,便在应急救援员培训、无人机培训、校企研学等方面取得实质性突破,成功迈出自主“造血”的第一步。与地方应急管理局合作开展的“五级救援员”培训,已累计培训学员200余名,学员取证后全部输送到地方救援队伍,实现了社会效益和经济效益双丰收。在此基础上,基地充分发挥央企的专业优势,牵头建立了合肥市“1+N”工程抢险队伍应急联动机制,将服务触角延伸至政府购买服务、安全技术咨询、应急物资装备租赁等新领域。

### 科技创新 以硬核实力驱动转型升级

2025年,合肥分公司将科技创新作为提升核心竞争力的关键抓手,全年累计发表论文22篇,获实用新型专利13项,发明专利2项,推荐行业工法4项。数据的背后,是科研与生产深度融合的生动实践。

在HN库区地下工程项目施工过程中,重大技术攻关不断突破“卡脖子”难题。项目团队针对地下水封石洞油库密封塞这一“最后一道安全屏障”,创新研发“刚柔复合”密封塞结构体系,密封性能提升50%,气体损失率趋近于零,使用寿命预计达50年;针对渗控难题,构建“勘察—设计—施工—监测”一体化技术体系,将洞库渗流量控制在1L/(m²·d)以下,优于行业标准。相关成果形成《地下水封石洞油库防渗注浆技术规范》团体标准,获中国工程院院士朱中华、冯夏庭等专家高度评价。丰海项目则聚焦沿海特殊地质,开展液态烃洞库开挖及丁烷竖井型钢混凝土咬合桩施工技术研究,形成的《地下水封洞库竖井施工技术要求》团体标准于2025年7月正式实施,为同类工程提供了技术范本。

在安徽石台抽水蓄能电站,基层“小切口”同样取得施工生产“小创新”。项目QC小组将渗流量控制在0.5L/(m²·d)以内,远优于设计标准,摘得第六届安徽省质量创新技能大赛三等奖;合理光伏项目地处陡峭山地,团队创新采用“无人机+轨道小火车”联合运输方案,通过分叉式轨道设计实现物料高效转运,节约成本、降低风险,并取得实用新型专利。

科技创新不仅服务工程建设,更向应急救援主责主业延伸。合肥巢湖救援基地设立“应急装备创新工作室”,联合合肥工业大学、三一重工等,总结北京密云、内蒙古呼和浩特抢险中新型装备使用情况,开展适应性改进和原创研发,同步建设“情景化”实战实训基地,模拟城市内涝、复杂水域、地质灾害废墟等场景,实现“一场地、多灾种”综合实训能力。此外,针对大型地下洞室高处作业风险,与生产企业联合研发重35t、作业高度30m的锚固钻机,可完成锚索、锚杆及灌浆孔施工,大幅降低安全风险。

## 田野:用AI与数据 重塑全球营销的“分层”艺术

■ 李子璇

近日,随着第17届金鼠标数字营销大赛总决赛的盛大启幕,一位在智慧营销领域冉冉升起的新星再度引发了行业的广泛关注。作为受邀担任本次终审评委的专家,田野——这位共创元素营销有限公司的创始人兼CEO,正以其独创的“分层影响者营销”方法论和深厚的AI技术底蕴,悄然推动着数字营销行业从经验驱动向数据智能驱动的转型。

作为纽约大学管理学硕士,田野毕业后加入了美国Chery Industrial的营销一线。2024年,他在纽约创立了共创元素营销公司,专注于为品牌提供从GTM策略到销售转化的全链路解决方案。旗下的Influencer营销平台,更是通过数据化选人机制与效果追踪模型,帮助出海品牌在复杂的海外市场精准找到“信任代理人”。

“当下的营销行业正处在一个关键的转折点。”田野在终审会间隙接受采访时表示,“随着流量红利的消退和用户注意力的粉尘化,传统的广撒网模式已经失效。未来的核心竞争力,在于如何利用AI大模型对海量数据进行深度挖掘,通过正确的内容,链接正确的人。”

正是基于这一洞察,田野开发并注册了包括“智能化企业市场与营销规划系统”“企业市场营销策略智能生成平台”等多项软件著作权,实现了从策略生成到实践落地的全链路智能化。

田野的行业影响力不仅体现在学术层面——他在《Frontiers in Artificial Intelligence》期刊发表的论文《Marketing-AutoM3L: domain-aware automated machine learning for financial customer analytics》为智能营销提供了新的算法模型;更体现在他操盘的一系列具有国际影响力的实战案例中。

其中,“敦煌IP海外营销项目”是田野方法论的一次完美验证。面对敦煌文化在海外认知门槛高、年轻用户触达不足的挑战,田野摒弃了传统的文化说教,转而运用其AI工具进行语义关联匹配。他带领团队在TikTok、Instagram等平台构建了“内容驱动+平台算法友好”的矩阵,将飞天壁画与当代流行文化结合,通过144条原创短视频,在一年内实现了超过1000万次曝光和30万真实海外粉丝的增长,让古老的文化IP在短视频时代焕发新生。

而在商业化层面,田野为墨西哥新品牌EvoBike操盘的全渠道数字广告



项目,则展示了他对效果营销的精准把控。通过Meta与Google Ads的深度协同,他构建了“全漏斗协同增长模型”,在短短十个月内实现了超1.13亿次曝光,带来了超过1.5万条可量化转化线索,成功验证了新能源出行品牌在拉美市场的规模化增长路径。

在为AI智能体框架MetaGPT进行全球推广时,他面临的是如何将晦涩的代码工具推向大众的难题。田野创新性地提出了“视听双引擎”模式:在YouTube部署30余位硬核编程影响者进行深度教育;同时在TikTok联动80余位科技创作者制造视觉冲击,作为流量“放大器”。这场活动最终收获了超过310万次精准观看,成功为4000余次高意向点击引流至GitHub,实现了从“开发者”到“深度用户”的精准转化。

回顾近期的行业荣誉,田野不仅成功入围了第26届IAI传鉴国际广告奖奖的“年度最具成长力人物大奖”,此次受邀担任金鼠标的终审评委,更是业界对其专业权威的再次肯定。正如他在纽约科技周接受采访时所言:“Engage Element的使命,是建立长期的战略合作伙伴关系,利用AI技术让品牌在数字经济时代实现跨越式发展。”

在田野看来,数字营销的未来属于“精度”而非“广度”。从中国敦煌的千年壁画,到墨西哥城的新能源摩托车,再到全球开发者的代码世界,田野正用数据与AI作为画笔,勾勒出一幅跨越文化与国界的智慧营销新图景。

## 四方电力硬核保电 护航广安学生运动会

3月26日上午,四川省广安市第十二届学生运动会暨2026年青少年锦标赛开幕式在广安市第二中学田径运动场举行,近千名人员参与此次活动。川煤华荣四方电力公司以周密部署、专业举措全程护航,圆满完成开幕式保电任务,用稳定可靠的电力供应为赛事筑牢“安全线”。

本报通讯员 游云川 罗彦茹 摄影报道



## 典籍载露 汾酒启新 陈皮汾酒新品发布会在蓉举行



“双非遗技艺”“健字号认证”三重优势,共同构成了难以复制的品质护城河。

中国酿酒大师、中国酒业协会副秘书长杜小威作主旨发言。他表示,露酒凭借“药食同源”的东方智慧、“风味美学”的现代表达,强势崛起为行业第三大酒种。陈皮汾酒以优质汾酒纯净酒体为基底,融入陈年陈皮,实现了“白酒+中药”的品质创新,克服了传统露酒口感粗糙、药味过重的痛点,实现了健康与美味的和谐统一,为露酒产业树立了“高品质、高审美、高体验”的新标杆。

本次活动最具“守正”意义的环节,是国家图书馆古籍馆副研究员赵大堂受邀进行的主旨发言。她介绍,《典籍里的露酒》立足于国家图书馆宏富馆藏,从126种

文献中系统梳理了露酒源于殷商、拓于秦汉、盛于唐元、丰于明清的发展轨迹。从殷商甲骨文中“露”字的记载,到汉代“百末旨酒”的百花入酒;从魏晋名士的曲水流觞,到唐代杏花村的诗意;从宋代花露蒸沉的匠心,到明代“一见欢喜”的温度——典籍中的露酒文化首次被系统还原,以典籍之力夯实了露酒文化的传承根基。

活动中,由企业文化学者、著名出版人梅雪林与东方卫视主持人于飞共同演绎的“典籍中的露酒”环节,结合AI视频技术,让古代匠人与现代汾酒人跨越时空“对话”,生动展现了露酒从周代祭祀用“露”,到汉代百末旨酒、魏晋曲水流觞、唐代杏花村诗意、宋代花露蒸沉、明代“一见欢喜”的千年发展脉络。这一创新表达方式,正是对

传统文化传承方式的积极探索。

陈皮汾酒新品首次亮相,成为本次活动“守正之后启新程”的关键篇章。简约雅致的瓶身设计,既有传统白酒的典雅质感,又融入了现代简约美学,瓶身上的陈皮纹理与汾酒标识相得益彰,彰显出“传统与现代共生”的设计理念。

汾酒股份公司技术中心主任、质量检测中心主任、山西酒类产品质量检测中心(有限责任公司)董事甄攀,对陈皮汾酒的酿造工艺进行了专业解读。陈皮汾酒选用“广东三宝之首”的新会陈皮,以传统浸提工艺与数字提取技术相结合,精准把控活性成分与配比,最大化萃取出陈皮中的活性成分与馥郁香气。产品中陈皮添加量大于6克/升,有效成分含量严于国家标准,实现了古法智慧与现代科学的完美交融。

为推动露酒文化的持续发展,现场还邀请多位嘉宾将在露酒文化研究、产品创新、市场推广等方面展开深度合作,打造露酒文化IP,推动露酒产业的繁荣发展。活动现场,陈皮汾酒首单签约顺利完成,标志着新品正式进入市场。

此次活动的成功举办,不仅是竹叶青产业公司“双轮驱动,守正创新”战略的生动实践,更是“汾酒+”平台创新成果的集中展示。未来将继续以文化为魂、以创新为翼,坚守典籍传承的“守正”初心,深耕新品研发与文化传播的“启新”之路,引领露酒行业在全新元年实现高质量发展,推动中华优秀的酒文化走向更广阔的舞台。

(杨仁宇)