

黑龙江业精打细算提质增效

本报讯 山西晋安化工集团黑龙江煤业树立“降本就是增收,节支就是开源”理念,眼睛向内、苦练内功,围绕降本增效全流程进行分析,充分把细影响成本推进的“变量、增量、增量”内在因素,全力推进“精打细算”举措落地落实。

控增量守牢安全生产“基本盘”。确保安全就是最好的降本,杜绝事故就是最大的增收。该公司坚持把“严要求、高标准、严警示、严防控”作为降本、控增量“贯穿于安全管理”思想,有效筑实、抓落靠“全过程、把各项行之有效的安全管理措施抓在经常。采掘工作面做到精采细成,提高回采率。加强设备检修维护,减少设备故障。加强专业协同,避免重复作业、资源浪费。精修掘进重大灾害,采用最佳支护治理措施,防止出现过度支护。推广使用新工艺、新装备,降低灾害治理成本。深化施工工序优化,减少隐形管理成本。深化安全生产标准化工作,实现一次成型、减少返工。规范操作程序,避免违章作业,减少事故发生。

挖增量打好降本增效“组合拳”。该公司推行“一切成本皆可降”的理念,全面降本增效挖“八项材料成本”,坚定不移压缩降本挖增“材料投入”,牢固树立降本增效“项目投入”理念,突出全生命周期运营管理,严抓材料进矿验收、入库、审批、领用、使用、回收、复用等环节的台账管理,加强水量管理,减少现场“跑、冒、滴、漏”,提高中水利用率,最大限度降低水资源消耗,严格落实“避峰填谷”管控措施,优化改造供电系统,降低设备空载率,加大资金计划管控力度,压减非刚性、非急需、不合理开支,力求每一分钱都花在刀刃上。持续在两位三减上求突破,优化生产组织,简化生产系统。优化劳动组织,组建逐步提升行业,统一调配生产任务,深化工程施工市场运行,提升人力资源配置效率。

谋增量提升经济效益“聚宝盆”。该公司坚持质量制胜,根据生产计划和市场需求,从源头稳定煤质,保证市场竞争力,实现煤炭生产效益最大化,借鉴学习先进治理措施,防止出现过度支护。推广使用新工艺、新装备,降低灾害治理成本。深化施工工序优化,减少隐形管理成本。深化安全生产标准化工作,实现一次成型、减少返工。规范操作程序,避免违章作业,减少事故发生。

挖增量打好降本增效“组合拳”。该公司推行“一切成本皆可降”的理念,全面降本增效挖“八项材料成本”,坚定不移压缩降本挖增“材料投入”,牢固树立降本增效“项目投入”理念,突出全生命周期运营管理,严抓材料进矿验收、入库、

激活内生动力 梧桐庄矿实现首季“开门红”

■ 本报记者 付仕杰

今年以来,冀中能源股份有限公司梧桐庄矿“聚力凝心拼年度‘五大攻坚战’”开展攻坚战,坚持将党建工作深度融入生产经营中心任务,通过系统化安全教育、创新开展劳动竞赛,精准实施技能培训三大举措,全面激活内生动力,持续为安全生产赋能增效,助推矿井顺利实现首季“开门红”。

批审批、领用、使用、回收、复用等环节的台账管理,加强水量管理,减少现场“跑、冒、滴、漏”,提高中水利用率,最大限度降低水资源消耗,严格落实“避峰填谷”管控措施,优化改造供电系统,降低设备空载率,加大资金计划管控力度,压减非刚性、非急需、不合理开支,力求每一分钱都花在刀刃上。持续在两位三减上求突破,优化生产组织,简化生产系统。优化劳动组织,组建逐步提升行业,统一调配生产任务,深化工程施工市场运行,提升人力资源配置效率。

谋增量提升经济效益“聚宝盆”。该公司坚持质量制胜,根据生产计划和市场需求,从源头稳定煤质,保证市场竞争力,实现煤炭生产效益最大化,借鉴学习先进治理措施,防止出现过度支护。推广使用新工艺、新装备,降低灾害治理成本。深化施工工序优化,减少隐形管理成本。深化安全生产标准化工作,实现一次成型、减少返工。规范操作程序,避免违章作业,减少事故发生。

挖增量打好降本增效“组合拳”。该公司推行“一切成本皆可降”的理念,全面降本增效挖“八项材料成本”,坚定不移压缩降本挖增“材料投入”,牢固树立降本增效“项目投入”理念,突出全生命周期运营管理,严抓材料进矿验收、入库、

茅台跨界入局 宠粮行业高速扩容

■ 本报记者 宋博

传统白酒巨头跨界宠物食品,国酒茅台的新布局出人意料,为这一千亿赛道打开了“第一道新风口”。3月12日,茅台集团旗下子公司茅台循环投公司正式官宣,基于国内新锐品牌在线上渠道快速崛起,通过差异化定位和营销创新争夺年轻消费者。

然而,随着市场规模逐步提升,单纯的渠道“张和流量”获取已难以支撑持续增长,大量新成立品牌集中在批发零售环节,意味着行业同质化竞争将更严峻,价格战、流量战成为常态,利润空间被不断压缩。

技术创新成为行业核心竞争力。企业通过AI技术分析宠物粮与人类饮食,缩短新品开发周期,从中免敏引入AI平台后研发效率提升40%,比常规引入“AI营养定制”服务,复购率提升50%。同时,环保升级、循环利用技术逐步普及,正规企业通过精准加工实现宠物食品原料高效利用,推动行业可持续发展。

此外,本土品牌加速崛起,逐步打破国际品牌垄断格局。高瓴报告显示,2026年初国内核心宠物食品企业销售额同比增长21%,显著优于国际品牌4%的下滑态势,本土品牌凭借性价比与本土化优势,加速抢占市场份额。茅台的入局,将进一步加剧行业竞争,推动本土品牌提升技术与品牌实力,促进行业高质量发展。

对于消费者而言,宠物食品选择将更加丰富,从传统主粮到进口蛋白产品,从通用型到功能性配方,满足不同宠物的营养需求。家有“高龄”“毛孩子”的白小姐对此体会深刻,“作为家中年龄最大的一只,她也非常期待宠物食品行业能够开发出更多不同种类的功能性宠物食品”。

对于企业来说,技术研发、品牌建设、渠道深耕将成为核心竞争力,唯有坚持创新与规范,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

但另一方面,企业数量激增的背后,是行业竞争格局的剧烈演变。当前宠物食品市场呈现明显的“两头热”特征:一端是国际品牌占据高端市场,凭借长期积累的品牌认知和研发优势获取高溢价;另一端是国内新锐品牌在线上渠道快速崛起,通过差异化定位和营销创新争夺年轻消费者。

然而,随着市场规模逐步提升,单纯的渠道“张和流量”获取已难以支撑持续增长,大量新成立品牌集中在批发零售环节,意味着行业同质化竞争将更严峻,价格战、流量战成为常态,利润空间被不断压缩。

技术创新成为行业核心竞争力。企业通过AI技术分析宠物粮与人类饮食,缩短新品开发周期,从中免敏引入AI平台后研发效率提升40%,比常规引入“AI营养定制”服务,复购率提升50%。同时,环保升级、循环利用技术逐步普及,正规企业通过精准加工实现宠物食品原料高效利用,推动行业可持续发展。

此外,本土品牌加速崛起,逐步打破国际品牌垄断格局。高瓴报告显示,2026年初国内核心宠物食品企业销售额同比增长21%,显著优于国际品牌4%的下滑态势,本土品牌凭借性价比与本土化优势,加速抢占市场份额。茅台的入局,将进一步加剧行业竞争,推动本土品牌提升技术与品牌实力,促进行业高质量发展。

对于消费者而言,宠物食品选择将更加丰富,从传统主粮到进口蛋白产品,从通用型到功能性配方,满足不同宠物的营养需求。家有“高龄”“毛孩子”的白小姐对此体会深刻,“作为家中年龄最大的一只,她也非常期待宠物食品行业能够开发出更多不同种类的功能性宠物食品”。

对于企业来说,技术研发、品牌建设、渠道深耕将成为核心竞争力,唯有坚持创新与规范,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

但另一方面,企业数量激增的背后,是行业竞争格局的剧烈演变。当前宠物食品市场呈现明显的“两头热”特征:一端是国际品牌占据高端市场,凭借长期积累的品牌认知和研发优势获取高溢价;另一端是国内新锐品牌在线上渠道快速崛起,通过差异化定位和营销创新争夺年轻消费者。

然而,随着市场规模逐步提升,单纯的渠道“张和流量”获取已难以支撑持续增长,大量新成立品牌集中在批发零售环节,意味着行业同质化竞争将更严峻,价格战、流量战成为常态,利润空间被不断压缩。

技术创新成为行业核心竞争力。企业通过AI技术分析宠物粮与人类饮食,缩短新品开发周期,从中免敏引入AI平台后研发效率提升40%,比常规引入“AI营养定制”服务,复购率提升50%。同时,环保升级、循环利用技术逐步普及,正规企业通过精准加工实现宠物食品原料高效利用,推动行业可持续发展。

此外,本土品牌加速崛起,逐步打破国际品牌垄断格局。高瓴报告显示,2026年初国内核心宠物食品企业销售额同比增长21%,显著优于国际品牌4%的下滑态势,本土品牌凭借性价比与本土化优势,加速抢占市场份额。茅台的入局,将进一步加剧行业竞争,推动本土品牌提升技术与品牌实力,促进行业高质量发展。

对于消费者而言,宠物食品选择将更加丰富,从传统主粮到进口蛋白产品,从通用型到功能性配方,满足不同宠物的营养需求。家有“高龄”“毛孩子”的白小姐对此体会深刻,“作为家中年龄最大的一只,她也非常期待宠物食品行业能够开发出更多不同种类的功能性宠物食品”。

对于企业来说,技术研发、品牌建设、渠道深耕将成为核心竞争力,唯有坚持创新与规范,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。



○(据网络)

着,当前宠物食品行业仍处于“年轻企业主”的“快速扩容”阶段,大量新玩家仍在涌入市场,行业正以快速发展态势,同时也意味着市场竞争日趋激烈,品牌化、差异化成为企业突围的关键。

从国际行业分布来看,超过八成相关企业集中于批发和零售业,而国外学术研究则明确支持宠物营养师职业,推动宠物食品行业向绿色低碳转型,茅台的酒精代谢项目正是该领域向下的典型实践。

在市场规模、头部企业加速布局创新赛道、爱宠、中免股份等企业纷纷加码益生菌、大功能宠粮研发,推动产品迭代升级。

渠道方面,线上线下融合趋势加剧,2026年宠物食品线上渠道占比持续提升,数字化供应链体系逐步完善,宠粮宠物食品化实现“产地直发”,物流时效较7天压缩至两天,大幅提升消费体验。同时,内容营销成为重要增长点,抖音“宠物健康科普”内容转化率提升25%,2024年宠物食品短视频播放量超100亿次,推动行业营销模式升级。

但另一方面,企业数量激增的背后,是行业竞争格局的剧烈演变。当前宠物食品市场呈现明显的“两头热”特征:一端是国际品牌占据高端市场,凭借长期积累的品牌认知和研发优势获取高溢价;另一端是国内新锐品牌在线上渠道快速崛起,通过差异化定位和营销创新争夺年轻消费者。

然而,随着市场规模逐步提升,单纯的渠道“张和流量”获取已难以支撑持续增长,大量新成立品牌集中在批发零售环节,意味着行业同质化竞争将更严峻,价格战、流量战成为常态,利润空间被不断压缩。

技术创新成为行业核心竞争力。企业通过AI技术分析宠物粮与人类饮食,缩短新品开发周期,从中免敏引入AI平台后研发效率提升40%,比常规引入“AI营养定制”服务,复购率提升50%。同时,环保升级、循环利用技术逐步普及,正规企业通过精准加工实现宠物食品原料高效利用,推动行业可持续发展。

此外,本土品牌加速崛起,逐步打破国际品牌垄断格局。高瓴报告显示,2026年初国内核心宠物食品企业销售额同比增长21%,显著优于国际品牌4%的下滑态势,本土品牌凭借性价比与本土化优势,加速抢占市场份额。茅台的入局,将进一步加剧行业竞争,推动本土品牌提升技术与品牌实力,促进行业高质量发展。

对于消费者而言,宠物食品选择将更加丰富,从传统主粮到进口蛋白产品,从通用型到功能性配方,满足不同宠物的营养需求。家有“高龄”“毛孩子”的白小姐对此体会深刻,“作为家中年龄最大的一只,她也非常期待宠物食品行业能够开发出更多不同种类的功能性宠物食品”。

对于企业来说,技术研发、品牌建设、渠道深耕将成为核心竞争力,唯有坚持创新与规范,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

但另一方面,企业数量激增的背后,是行业竞争格局的剧烈演变。当前宠物食品市场呈现明显的“两头热”特征:一端是国际品牌占据高端市场,凭借长期积累的品牌认知和研发优势获取高溢价;另一端是国内新锐品牌在线上渠道快速崛起,通过差异化定位和营销创新争夺年轻消费者。

然而,随着市场规模逐步提升,单纯的渠道“张和流量”获取已难以支撑持续增长,大量新成立品牌集中在批发零售环节,意味着行业同质化竞争将更严峻,价格战、流量战成为常态,利润空间被不断压缩。

技术创新成为行业核心竞争力。企业通过AI技术分析宠物粮与人类饮食,缩短新品开发周期,从中免敏引入AI平台后研发效率提升40%,比常规引入“AI营养定制”服务,复购率提升50%。同时,环保升级、循环利用技术逐步普及,正规企业通过精准加工实现宠物食品原料高效利用,推动行业可持续发展。

此外,本土品牌加速崛起,逐步打破国际品牌垄断格局。高瓴报告显示,2026年初国内核心宠物食品企业销售额同比增长21%,显著优于国际品牌4%的下滑态势,本土品牌凭借性价比与本土化优势,加速抢占市场份额。茅台的入局,将进一步加剧行业竞争,推动本土品牌提升技术与品牌实力,促进行业高质量发展。

2026年3月31日 星期二 责编:邓梅 美编:黄健 ENTREPRENEURS' DAILY

2026年3月31日 星期二 责编:邓梅 美编:黄健 ENTREPRENEURS' DAILY