



为了认真学习宣传和贯彻好集团公司干部大会精神,进一步把创先争优暨推进学习型党组织建设活动引向深入,近日,潞安集团王庄煤矿举行了“学习宣传潞安集团十二五发展战略,推进学习型党组织建设”知识竞赛。全矿共有55余个支部参加了比赛。经过笔试、预赛、决赛层层选拔,最终生产党支部获得一等奖,运搬一队党支部、综采二队党支部获得二等奖,监察支部、机运一队党支部、防尘队党支部获得三等奖,进入14强的其他党支部代表队分别获得优秀组织奖。

图为本次知识竞赛决赛现场。 郭惠艳 摄影报道

重职工思想动态 强问责工作作风 豫光锌业四厂 回转炉炉龄刷新 339 天纪录

□李谦 刘亚丽

去年底,豫光锌业四厂回转炉停炉检修之际,云南蒙自冶炼厂的总经理向朱志刚厂长打来电话:“恭喜你们呀,你们厂回转炉炉龄创造了国内新的回转炉单次连续运行纪录,339天!闻所未闻,不敢相信呀……”

是啊,又一个新纪录被刻上了豫光的名字。339天不仅仅记录了回转炉的一次生产日期,更记录了豫光人为了回转炉连续生产而付出的日日夜夜,它凝聚了锌业四厂职工多少汗水和智慧,更印证了该厂“以人为本,凝聚力量,重职工思想动态,抓全员意见落实,强问责工作作风”的工作管理理念。

“民主座谈”聚人心 全员参与汇力量

当朱志刚厂长提出恢复职工民主座谈会制度时,许多职工都不屑地说:“又是喊喊口号,做做样子,许多建议提了也是白提。”但是,在座谈会上职工提出“3#皮带收尘星形排灰阀去掉后,无法控制放灰量,容易造成喷灰现象”,第二天设备员实际查看后,当即责成工段恢复了排灰阀,并将其列入合理化建议予以奖励。

“回二多膛炉炉顶应该安装水管,便于打扫卫生。”随后就有技术人员到现场测量,在最短时间内完成了炉顶水管安装,而回二多膛炉生产环境也因此有了一个最彻底的改变和坚持。

座谈会上每个建议、意见的及时答复与实施,使职工心里有了底,再参加民主座谈会时,大家七嘴八舌,不由自主地就本岗位生产、设备及工艺操作提出了许多建议和意见。

而面对“大班长、值班段长同时发出不同操作指令,炉前工该听谁的”这个制约回转炉连续生产,延长回转炉炉龄症结所在的疑难问题,厂长朱志刚成为第一责任人。在与工段长、炉前班长、炉前工通过实地观察,充分讨论交流,最后确定了以“统一炉前操作规范”为中心,以“大局意识、集体观念,强化当班操作作为下班创造良好条件”为原则,形成良性循环,厂里很快出台了统一的管理措施和炉前操作要点。这些措施的实施,保证了各个班组炉前操作的有效性、连续性和稳定性,有效延长了回转炉内衬寿命,破解了回转炉生产瓶颈。

“十佳员工”搭平台 一线员工展风采

所谓“十佳员工”,是指从日常生产工作中挖潜人物、事物,以突出员工个人的某一亮点,达到以点带面的激励效果。

随着“十佳员工”评选工作的持续进行,去年6月、8月,该厂利用职工座谈会机会,对“十

佳员工”评选又进行了意见征集,对职工反映出的“十佳员工”评选硬条件不硬,软条件太软,岗位之间不平衡,班长、小班长等人员名额过多等隐性问题进行了探讨研究,提出了完善修改意见,强化评选过程监督及优秀导向,真正做到优中选优,强者更强,确保了“十佳员工”评选的权威性、优秀性,从而充分发挥了“十佳员工”的模范带动作用,提高锌业四厂团队的战斗力和向心力。截至目前,去年该厂共评选“十佳员工”94人次并按月兑现了奖励,赢得了职工赞誉,凝聚了强有力的队伍及人员保证。

“红旗岗位”树目标 集体力量扛大旗

在该厂回转炉二工段,多膛炉料仓的“红旗岗位”匾牌已经连续悬挂了六个月之久,确实让人羡慕。也正是“红旗岗位”评选机制使人们印象中火法生产理论上最脏的地方,却成为了最干净的地方。因为多膛炉料仓既是外来氧化锌存放的地方,又是自产氧化锌进入系统的开始,岗位扬尘多,生产环境差,然而就是这样,却是最彻底,最精细,最见成效。走进多膛炉料仓岗位,各类物料按序整齐码放,地面干净整洁,设备保养良好,人员环保意识强烈,行动自觉习惯,彰显了岗位的团队精神,维持了系统的稳定连续生产。海尔总裁张瑞敏说过:把每一件简单的事做好就是不简单,把每一件平凡的事做好就不平凡。而该厂“红旗岗位”评选广泛、深入、持久地推进和完善,既实现了系统清洁生产目标,又改善了职工岗位工作环境,使职工积极参与,勇扛红旗。

“管理问责”做后盾 穷尽措施抓落实

一次,一名一线员工向工段反映给水泵漏水,未引起工段重视并及时解决,当厂长朱志刚在生产例会上听到这件事后,当即责成相关单位限期整改,“管理问责制”也由此而生:一线员工反映问题到工段,没有及时解决,工段反映问题到管理部门,没有及时解决,管理部门不能因责任不明出现推诿扯皮,也不能以考核代管理,重要的是落实工作职责,落实管理责任。“管理问责”使该厂生产管理及其他工作落到了实处,实现了预期目标。

因此,面对公司去年下达的生产任务,该厂在全面贯彻“停炉检修抓工期、正常生产抓产量、日常生产抓指标”的同时,积极践行回转炉“正常生产期”管理理念,充分发挥职工思想政治工作先导作用,提高了职工生产积极性及创造性,才有了今天的硕果累累,才创造了国内回转炉连续运行339天的新纪录。

退出批发市场 建立连锁专卖 红豆家纺 2011 年全新出发

如果说品牌是企业的心脏,可以为

企业输入源源不断的血液,那么,渠道就是企业的经脉,经脉畅通,企业就有发展活力,甚至还可以在短时间内赢得竞争优势。为了掌握市场主动权,以最快的速度 and 广度,把产品和服务快速方便地传递给客户,2011年红豆家纺全新出发,全面退出批发市场,建立连锁专卖体系,志在渠道变革中出奇制胜。去年12月18日,“新形象、新挑战、新使命”2011HODO 红豆家纺营销模式推广会暨春夏新品发布会召开,红豆集团常务副总裁周鸣江、长江公司总经理周向东、通达创远家纺品牌管理咨询公司副总经理杨艳辉等领导与会来自全国各地的近百名经销商共同见证了红豆家纺的新改变。

会上,红豆家纺品牌总监刘平向经销商们介绍了公司2011年的发展规划。2011年,红豆家纺将把产品品类由床上用品扩展到毛巾、地毯等家纺用

品,瞄准以25至45岁居家型女性为主的中档消费人群,并在一、二线城市设立形象店,县城、富裕乡镇开设专卖店,确保2011年开店达500家,2012年达1000家,同时通过联营店、托管店、合营店、联盟店等创新渠道模式加快开店步伐,力求通过完善选址标准,统一装潢形象、提高陈列水平、增强导购能力、快速的物流体系和扩大团购销售来提升单店业绩。

除此之外,红豆家纺瞄准“微笑曲线”的两端,提升研发能力,加强产品规划,进一步完善产品线,优化产品组合,明确每季主题主推产品、核心盈利产品、畅销人气产品和促销关联产品,并且大力开发新型、功能性面料,更加注重细节和独特卖点的设计。另外,重视产品质量,提高品牌美誉度,提高定织定染产品的比例,优等品率确保达98%以上。“所有开店流程和店铺形象符合公司要求的经销商将享受补贴政策并

返还部分或全部装潢费用。另外根据不同的情况,红豆家纺还将承担部分或全部经销商广告费用,同时提供2万—10万元价格不等的促销品。若单店加盟的经销商和区域总代理如果完成年度基本任务或目标任务,将获得1%—4%的奖励。”刘王平笑着向大家介绍公司的加盟优惠政策。

除了全新的营销模式,2011年红豆家纺的春夏新品也让经销商们眼前一亮。新品共分为爱情篇、亲情篇、友情篇和夏日情篇,其中爱情篇又分为热情系列和柔情系列。这两个系列分别针对新婚燕尔和婚龄1至5年的年轻夫妻。亲情篇分为相守系列和恩情系列。相守系列针对35至45岁的中年消费群,用花卉、叶子、罗马花纹、小花边等元素突出温暖和愉悦的氛围;恩情系列针对45至60岁的中老年消费者,用条纹、格子、康乃馨、佩斯里纹等元素烘托感恩、厚重和安定的感觉。而友情篇推出馈赠

系列,针对送礼和团购的人群,用心形、向日葵、树木纹理、条格、咖啡等元素表达感激的情谊。最后,夏日情篇也分为蚊帐、凉席和清凉毯三个类别。“今年花色和图案都不错啊,挺好看的。”一位来自四川的经销商一边聚精会神地看着照片,一边与邻座的经销商小声议论道。

临近会议尾声,红豆集团常务副总裁周鸣江强调指出:“随着现今人们对生活品质的要求不断提高,家纺产业市场的广阔前景被越来越多的人认同,但现今即使是市场占有率最高的家纺品牌也仅占有1%的市场份额,可见家纺行业缺乏具有全国知名度的企业,也说明家纺行业发展不够成熟,这也给我们带来了机遇。利用红豆品牌的优势,改变原有批发模式,建立连锁专卖体系,将红豆家纺做大做强,这其中必将遇到许多困难,希望在座的经销商与红豆家纺共同努力,实现双赢。” (王晓宇)

由野外大群放鹿逐步转向舍饲半舍饲 健元鹿业转变经济发展方式实现农企多赢

□光明 彦庆

创建于2000年的内蒙古健元鹿业集团公司,是一家以鹿产业开发为主,多产业组合发展的民营科技企业。短短几年时间,该集团选择“公司+合作社+农户”的经营模式,走上了基地化生产、系列化加工、产业化经营的可持续发展之路。特别是近年来,他们在经济发展方式转变中,求索思变,养殖基地逐步由野外大群放鹿转向舍饲半舍饲,以缓解经济发展对生态环境的压力,实现了农户和企业多赢的可喜局面。

随着国家退耕还林还草、封山禁牧、维护自然生态工程的逐步实施,农村牧区畜牧养殖业将面临着养殖结构的调整。健元鹿业抓住这一有利时机,坚持保护生态环境与发展鹿产业相结合,生态效益、社会效益与经济效益相结合的原则,制定出台了一系列鼓励扶持养殖户舍饲半舍饲圈养马鹿的优惠政策。从资金养殖技术、疫病防治以



高效马鹿养殖繁育基地

及鹿产品回收等方面予以保障。

按照“规模经营,区域发展”的思路,投资350万元,新建了占地100亩的高效马鹿科技示范苑,成立了自己的高产马鹿繁殖中心,聘请中国农科院两位

教授为技术顾问,在培育现有种鹿的同时,积极做好马鹿新品种的选育工作。公司还投资300万元,从新疆引进阿尔泰马鹿100头,使高产马鹿繁育中心的实力迅速增强。目前,健元鹿业已建立

高效马鹿科技示范苑一处,马鹿良种繁育中心一处、集约化养殖基地5处,扶持发展个体养殖户520户,马鹿存栏6000多头,其中个体养殖3800多头,占公司马鹿总数的63%。健元鹿业还成立了赤峰马鹿研究所,科研设备设施完备,技术力量雄厚,并熟练地掌握了马鹿冻精技术、母鹿同期发情技术、人工授精技术、胚胎移植技术、马鹿性控技术和克隆技术,其中“马鹿胚胎移植技术与开发”和“梅花鹿与马鹿杂交技术与开发”通过自治区级科技成果鉴定。

健元鹿业这个以马鹿产品深加工为主导产业的特色企业,与中国农科院特产研究所、北京中医药大学联合发起,共同组建了“内蒙古鹿业技术创新战略联盟”,正以“带养殖产业,兴马鹿经济,富地方百姓”为己任,在经济发展方式转变中,朝着产学研相结合的鹿业创新体系阔步前行。

茅台葡萄酒:质重厚朴 名门独韵

提到“茅台”的字眼,很多人总会咋舌流津,为它的“香味独特”,也为它的“恒久怡人”。茅台是酒,是好酒,更是国酒。茅台不仅是中国的白酒名酒,更是民族白酒自强不息、矗立于东方笑傲世界的天然写照。茅台酒的核心理念是“健康”:古往今来,在生活中,任何国家、任何民族、任何历史时期的人们对“健康”二字的关切度,都远远超过对其他生活内容的重视。一定意义上,食品安全及其对人身心的影响,关系到经济发展与社会和谐稳定。“喝出健康来”是茅台人执着的健康理念。茅台不仅把健康融入了品牌,融入了文化,更是让其深入到茅台集团旗下的各个酒系,不仅茅台白酒如此,茅台葡萄酒亦如此。

茅台酒自登台亮相那一刻,就聚焦了无数的闪光灯,顶着茅台宗室血统的头衔,茅台葡萄酒的“一颦一笑”都牵动着行业关注的目光。出身名门,对于茅台酒而言有利有弊,利的是“皇亲国戚好办事”,弊的是“高处不胜寒”后如何脚踏实地做市场。茅台酒并没有为自身的高贵血统而高高在上、目空一切,茅台酒公司坚持秉承“国酒风采,红色茅台”的品牌理念和“变的是颜色,不变的是品质”的质量理念,100%采用抚宁、卢龙、昌黎出产的赤霞珠、品丽珠、霞多丽等优良酿酒葡萄

为原料,在生产过程、产品出厂每一道工序都进行严格地检测,采取严密的质量控制措施,确保公司生产的产品各项指标都符合标准要求。为消费者生产过的产品,提供优质和过硬的服务。公司不断加强企业软硬件建设,2005年一次性通过ISO9001:2000质量管理体系、QS食品质量安全市场准入认证、ISO14001:2004环境管理体系、ISO28001-2001职业健康安全管理体系、HACCP食品安全管理体系等管理体系认证、中国葡萄酒A级产品认证。

8年来,茅台酒风雨兼程,经过不懈的努力和奋斗,终于在国内著名葡萄酒品牌中获得了显著的位置。“生于忧患,死于安乐,茅台酒在不断发展发展的同时,也在不断地审视与完善自身,很多问题需要稳扎稳打地逐个解决。茅台要做就要做到最好,我们不会急功近利,而是步步为营。”茅台酒酒钟怀利总经理曾经说到。茅台酒酒继续保持不骄不躁的作风,为防止假酒的产生,为确保消费者的利益,公司更是引进了防伪密码锁瓶盖技术,目前以对大部分产品进行了防伪包装。该技术在瓶口处加一个专用的密码锁,每个锁还带有一张卡片,告诉消费者如何使用。消费者需要拨打卡片上的免费电话或者短信获知这瓶酒的真伪。这种技术采用一瓶一锁,一锁一码的方式,从根本



杜绝了假冒产品的出现。采用这种防伪技术还有个好处,通过消费者拨打电话或者短信留言,服务系统可以自动记录消费者的来电信息,并追踪到消费者所在的区域,公司据此可以分析出准确的市场需求,以此调整产品结构。

2010年,投资32亿元的茅台葡萄酒产业园项目正式启动,这标志着茅台酒系列产品已开始正式进军高端。茅台酒产品目前已覆盖全国各地并远销东南亚、日本等地区,深受当地消费者青睐。茅台酒的目标是让世人畅饮白酒王子“茅台”的同时,必想畅饮红酒公主“茅台葡萄酒”。 (安信泽)

敖汉旗四家子供电所 服务“三农”受称赞

去年的12月13日,敖汉旗四家子镇下房申村党支部书记将写有“热心服务,情系三农”的锦旗送到了四家子供电营业所负责人的手中。

去年年初以来,内蒙古敖汉旗电

局四家子供电营业所以服务“三农”为己任,先后为辖区内17个村的农网改造、“一事一议”财政奖补项目、退耕还林成果巩固项目争取资金380多万元,架设10千伏配电线路145千米、低压

线路22千米,安装配电变压器32台,合计容量980千伏安,有效地解决了“三农”用电紧张的实际问题,深受当地老百姓的称赞。

(宁永林 李井岗)