

齐心协力 精诚团结 振奋精神 创新发展

习酒公司召开 2015 年度生产质量工作大会



本报讯 11 月 7 日,习酒公司 2015 年度生产、质量工作大会在大礼堂隆重召开。会议全面总结了 2014 年度生产、质量工作,并对 2015 年度生产、质量工作进行了安排部署。公司董事长、党委书记张德芹,党委副书记、纪委书记冯镔,副总经理陈应荣、曾凡君,工会主席沈必方、总会计师帅承举、总工程师胡峰,总经理助理杨云、向祖祥等出席,公司中层管理人员、生产、辅助部门班级管理人员及后勤部门员工代表参加。

杨云作《2014 年度生产工作总结暨 2015 年度生产工作安排报告》。报告回顾了 2014 年度公司各项生产工作,从制曲、制酒、包装等部门生产任务完成情况开展的主要工作进行了全面总结,并分析了目前工作中存在的问题和不足。报告指出:2014 年,公司各部门紧紧围绕生产实际,不断夯实工艺基础,努力提高产、质量;通过“细流程、抓关键、严执行、重协调、亮成果”不断提升生产管理水平;降本增效,积极贯彻落实“四个一”工程;积极开展劳动竞赛;不断深化生产安全;各部门凝

心聚力,攻坚克难,习酒 2014 年生产、质量创新高。报告同时对 2015 年度生产任务指标、主要工作作了详细的安排,提出了指导思想,明确了发展的新方向。

胡峰作题为《强化质量管理、提高产品品质、加强科技创新、保障食品安全》的 2014 年度公司质量工作报告。报告对 2014 年大曲质量检验、浓、酱香新酒质量检验,原辅材料、包装材料、待装酒、成品酒质量检验等情况进行了总结。2014 年,公司通过建立健全质量管理体系,大力开展 QC 活动,提升技术团队实力,加强生产过程质量监控,提高质量问题处理能力,增强科技创新能力,强化员工质量管理意识,有效传承习酒质量文化,实现了产品品质和食品安全的全面监控。

张德芹对 2014 年度生产、质量工作给予了充分肯定,并从环境、资源、市场、产品结构、营销团队等方面分析了当前公司面临的危机和形势。他指出:在新形势下,习酒要脚踏实地、坚定信心,真正做到每个人都是责任者、执行者和践行者,用过硬的品质、优质的

服务、扎实的市场基础冲出重围。针对未来习酒的发展,张德芹表示:相信习酒有能力、有实力在这场大浪淘沙中逆势上扬,这源于习酒的五大核心竞争力:一是爱岗敬业的习酒团队。人心齐泰山移,在新形势新环境下,习酒员工时刻保持大局意识、危机意识和责任意识,不断夯实工艺基础,努力提升产品质量;二是趋于完善的质量体系。质量就是生命线,通过建立健全质量管理体系、测量管理体系和食品安全管理体系,形成良好的管理流程和安全保障;三是快速扩大的品牌张力、知名度。品牌张力就是生命力,习酒品质、习酒文化、品牌价值在消费者心中得到认同,习酒知名度位于中国白酒行业前列;四是省、市、县各级政府及茅台集团的高度关心支持。从环保、科研、交通等方面明确了具体措施,推动习酒发展新跨越;五是快速调整发展思路。深化改革调整,强化市场管理,优化资源配置,对市场方向、产品结构、营销思路、市场终端快速调整,深耕本土市场,打造重点市场,不断提升效益水平。

为了确保 2015 年度生产、质量工作的圆满完成,张德芹要求:以质量为保障,相关人员要做好管理工作的标准化、精细化、科学化,严把生产质量关,力争全面实现新一年各项奋斗目标;以安全为重点,狠抓生产安全,健全各项制度,强化现场监管,落实安全防范,杜绝安全隐患;以环保为抓手,提升环保意识,加强环保建设,构建“环境友好型、资源节约型”的现代化企业;以员工为根本,增强家园文化建设,关心关怀员工生产生活,凝聚和激发员工与企业之间“爱厂如家”的激情与正能量;以节约为导向,提高员工的节约意识,严格考核指标,规范生产原材料管理,为公司节约生产成本。

张德芹强调:2015 年,作为机遇与挑战并存的一年,希望各级员工要以饱满的工作热情和积极的工作态度,齐心协力、精诚团结、振奋精神、创新发展,努力完成 2015 年公司安排的各项生产目标任务,共筑辉煌的“习酒梦”。

(罗婷婷 侯春燕 刘勇)

大同新通公司 确保安全 万无一失

在深入开展安全检查工作中,大同新通公司党委进一步转变干部作风,力求把安全工作做得扎实、细致、有效。

这个公司靠良好的精神状态,确保安全大检查扎实开展。公司党委要求全体干部:首先要保持对关键项目、关键人员、关键岗位、关键作业的安全“临战状态”,重看问题、轻看成绩,稳中思危、稳中识患,克服任何侥幸心理和自我满足的麻痹心态。时刻绷紧安全之弦,真正扑下身子,深入到一线,抓关键问题的解决,抓薄弱环节的补强,抓难点问题的攻坚,抓安全隐患的整治,抓重点任务的落实。其次是始终保持昂扬向上的精神状态,在思想和工作作风上绝不能有任何粗心大意和粗枝大叶、得过且过、应付凑合,绝不能有任何的缝隙和不到位,干部要身体力行地作表率,带领全体职工确保安全生产健康发展。

公司靠有效的工作方法,力促安全大检查到位。公司党委要求全体干部提高安全经营管理水平,重经济效益,更注重安全工作。自觉做到抓安全工作要精,指导安全工作要细;分析安全问题要精,解决安全问题要细;制定安全措施要精,强化安全落实要细。按照安全工作责任分工,拉网平推式地对大地旅馆、印刷厂、服装厂、出租房等重点卡控关键进行全面检查,认真对照安全风险管理的实施细则,坚持从整章肃纪、固本强基的每一个细节入手,从影响安全的每一个薄弱环节入手,具体抓、抓具体,一抓到底,切实发现、解决存在的问题和隐患,做到安全风险一天不降低、不消除,就一天吃不下饭、睡不着觉,自觉把安全风险控制到位,确保安全生产万无一失。

公司靠从严管理的作风,确保安全大检查取得实效。公司党委要求各级干部必须树立敢于负责、严抓善管的浩然正气,按照逐级负责、专业负责、分工负责、岗位负责的要求,从小事管起,从干部严起,发现问题要敢于暴露,遇到问题要善于解决,促进安全责任制逐级落实,切实盯住不落实的事,追究不落实的人,严格考核,让推诿扯皮者、敷衍塞责者难以过关,树立起以拖沓应付为耻,以敢于负责为荣的正气,将安全大检查进行到底,确保全年各项任务顺利完成。

(刘守林 郑晴霞)

亚宝药业打造名牌产品丁桂儿脐贴回顾

■ 索玉祥

丁桂儿脐贴,一片治疗小儿腹痛腹泻的外贴膏药,畅销 20 余年,单品种年销售 1.5 亿多贴,销售额近 6 亿元,被树为中国儿童外用第一品牌和山西省标志性名牌产品。由该药名称中的“丁桂”二字所组成的商标也成了山西省著名商标,而“亚宝”亦因这个产品的辉煌成为中国驰名商标。前不久在权威机构做出的 2013 中国药品品牌价值排行榜上,丁桂儿脐贴品牌跻身 50 强。

名牌品名是企业的实力和核心竞争力。拥有名牌产品,就意味着拥有持续发展的契机和希望。拥有了名牌产品,无论是在经济周期中,还是在行业大洗牌中,都能开创出“冬天的春天”。这就是品牌的力量。亚宝药业苦心孤诣炼成极具鲜明个性特色的丁桂儿脐贴品牌的成功实践,可以让我们从中得到如下有益的启示。

一个好产品救活一个企业。亚宝的前身是芮城制药厂,过去因为缺少好产品等原因

步履维艰,徘徊不前。待开发出丁桂儿脐贴后,他们认定其组方科学,功效独特,是一个“潜力股”,便果断把产品定位在 0-6 岁的儿童,并在当时起了一个好听的名字“宝宝一贴灵”,同时申报专利,进行包装设计,很快以“晋卫健字”生产批号投放市场。“宝宝一贴灵”一炮走红,企业一下子被激活,并由此走出困境,步入发展的快车道。亚宝人选对了产品,目标受用人群定位准确,开发产品没有做无用功,没有走弯路,避免了产品风险。

华丽转身寻觅到更大市场。“宝宝一贴灵”凭借质量过硬和独创性,拿到了专利,获得了七项大奖,并在山西省医药行业第一个把广告做到了央视黄金时段,使其声名远播。然而,因为该产品名称含有“一贴灵”的“绝对性”字眼而在中央电视台播出不久便被停播。于是他们开始了“弯道超车”,进行产品的大升级,通过层层申报和审批,由晋卫健字上升为国药准字,更名为“丁桂儿脐贴”,并又一次登上央视黄金时段,同时加大对终端市场的开发和向高端市场进发的力度,实现了华丽

转身,而且迎来了销售放量期。一个真正具有价值创新能力的企业,无论遇到怎样的艰难与坎坷,都能变危为安,化险为夷。

二次开发提振做大做强信心。“丁桂儿脐贴”一举成名,可喜可贺,但要做成百年品牌,则绝非易事。亚宝人清楚,只要认定品牌的独特价值和竞争优势,就必须不断挖掘和开发。因此他们又开始了二次开发,投巨资从德国进口了一条专门生产丁桂儿脐贴的全自动化生产线,应用了新技术提高药物的生物利用度,把剂型改变为有利于吸收而且感觉舒适的巴布剂或贴片剂型。他们依靠科技创新持续提升产品内在质量,用智慧和情感精心塑造产品形象,把丁桂儿脐贴品牌内涵培育得更加丰富。

品牌攻略建塑产品“高精美”形象。苦心孤诣凝炼的“丁桂儿脐贴”品牌形象,虽然在消费者心中占据着重要位置,但品牌价值却太“单薄”,而应充分展现它的价值空间。如今,一项全新的品牌战略已经基本成型,那就是亚宝的儿科药统一使用“丁桂”品牌。“丁

东胡集:咬定全年目标 发起最后冲刺

■ 陈裕 牟岩

今年以来,江苏涟水县东胡集镇围绕年初制定的各项目标,围绕经济工作主旋律,广大干部群众同心,砥砺奋进,埋头苦干,攻坚克难,经济发展和社会事业又取得长足进步,综合实力不断增强。1-11 月份,累计开票销售收入 26000 万元,同比增长 46.2%;规模工业总产值 24000 万元,同比增长 68.8%;工业用电量 270 万度,同比增长 20.8%;完成财政收入 3835 万元,同比增长 32%;实现公共财政预算收入 3445 万元,同比增长 31%。

当前,该镇对照全年任务,吹响集结号,正厉兵秣马,大干快上,冲刺全年目标,铆劲发力赶超。

一是工业经济求突破。在民营企业中,开展“大干四季度,完成总任务”竞赛活动,倒计时挂图作战。把任务分解到月,落实到每一天。裕翔工艺、东林木业、红木工艺、子禾箱包、宏远包装等骨干企业抓住产销旺季,开足吃饱,满负荷运转,取得了较好的经济效益和社会效益。裕翔工艺厂对完成全年任务充满信心,预计实现开票销售收入 1500 万元,入库税金 60 万元。东林木业也抓紧开票,预计入库税金 30 万元。34 家民营板厂组建农民

合作社,抱团闯市场。目前抓住销售走俏的契机,大批量组织生产。预计全年销售突破 5000 万元,利润 600 万元,每个板厂盈利 20 万元左右。共带动留守农民 1500 人就业,获劳务收入 1600 万元。

二是招商创业比翼飞。把四季度招商任务层层分解,落实到人,把各级干部推向招商主战场。采取驻点招商、以商引商、以情招商、乡缘招商等方法,着力引进科技含量高、关联度大的好项目、大项目,要求各部门、各村居眼观六路、耳闻八方,提供有价值的信息,遴选后交前方跟踪,主要领导身先士卒,风尘仆仆奔波于上海、浙江、广东、苏南等地,引进一批招商项目。投资 5000 万元的中淮电子、投资 3000 万元的中正儿童用品项目,各项手续已办妥,争取到用地指标后即可筹建。投资 1500 万元的一品香食品项目、投资 1000 万元的宇云服饰项目已投产达效,投资 600 万元的浩天木业项目正在紧锣密鼓地筹建。另有一批招商引资项目正在跟踪落实之中。

随着投资 3700 万元的胡鲁路建成通车、投资 3000 万元的农贸市场正式开业、投资 100 万元的公交车站投入运行,该镇全民创业迎来了新一轮发展浪潮。镇政府进一步落实各项优惠政策,把创业项目和招商项目一

眼看待,在用地、用电、用贷、用工等方面一路绿灯,在创优环境方面一着不让。各村规划和筹建了创业点,增强了项目承载能力。近期先后上马了博格箱包、万盛床垫、星宇机械、严黄木业等创业项目,为发展工业经济注入了活力。

三是转型升级显活力。该镇采取措施,积极引导企业转型升级,实行技术改造和产品研发以及添置新型设备,在提高质量和产量方面实行新跨越,经济效益实现新增长。红木工艺原来是家庭作坊式的小微企业,后在发展中不断壮大,蓄势待发。到今年四季度已建成标准化厂房 3000 平方米,添置了新型设备,实现了华丽转身,产品质量和产量显著提升,效益显著增长,实力显著增强,正向规上企业行列迈进。春光木业原来是规模较小的板厂,为满足市场需求投资 200 万元新上了烘干设备,新增了一条生产线,生产的产品不仅有卖相,而且质量好,成为市场上的“香饽饽”,提高了经济效益和社会效益。浩天木业的技术改造正在进行。子禾箱包厂生产的系列产品走俏国际市场,计划开发的儿童安全用品项目正在落实之中。星宇机械上马 2 台套数控车床等设备,生产的产品技术含量高,市场需求大,

锡柴全面推介康威国四 抢占轻型车市场先机

近日,在结束了六场康威国四产品厂内推介会以后,锡柴迅速在全国范围内铺开推介活动。10-11 月份,相继在福州、蒙城、石家庄、乌鲁木齐等 24 个地区召开区域市场推介会,通过介绍锡柴康威国四产品成熟的技术优势以及完备的服务体系,进一步巩固了锡柴品牌在经销商心目中的地位,抢得了市场先机。

“通过康威国四产品推介会,用户清楚地了解了康威国四产品的优越性以及锡柴脱颖而出服务能力。”据锡柴江苏分公司陆磊介绍,在 11 月 2 日召开南京推介会后,相继收获一汽通用经销商超过 100 台康威 4DW 国四机的订单,以及江淮经销商 100 台康威 4DW 国四机的购买意向。据了解,锡柴在江苏地区共有 108 家服务站,其中 103 家具备国四服务能力,这使得用户选择购买康威国四机没有后顾之忧。而在 11 月 6 日山东推介会上,经销商更是当场签订了 3 笔康威 4DW 国四机订单,其中 90 台配套江淮,50 台配套凯马。据锡柴山东公司营销服务人员介绍,自 10 月份康威国四产品推广以来,已经接到订单超过 600 台,目前锡柴国四产品已经占据山东市场份额超过 50%。

据了解,康威系列产品依托和移植了大功率产品的开发技术、生产手段、质量控制等体系,以动力性、可靠性、经济性等优势受到用户的认可和整车厂的信赖。在成熟的技术优势基础上,康威产品更是凭借低油耗的特点立足市场。以康威 4DW (490) 为例,前者标载时,其综合油耗较国三机省 5.8%,每百公里节省 0.67 升,按用户每年行驶 6 万公里计算,每年可节省油费 3000 元。除了凭借成熟的国四产品技术优势,锡柴还通过体系建设、配件供应、技术培训等多个渠道来保证国四产品的服务响应。据了解,锡柴在全国拥有 1900 多家服务站,其中具备国四服务能力的高达 980 多家,全国设立了 27 家自控配件中心库、92 家专营店、70 家特约经销部。截至今年 10 月底,锡柴已经对全国范围内的 747 家服务站进行了累计 41 场次的国四产品技术培训,累计培训 1248 人次。

(许兴梓 张欣)

桂”旗下不仅有儿童消化药物,还有呼吸系统、补益系统等儿童用药的细分领域。亚宝药业向外界传递这样的信息:丁桂就是儿童健康专家。他们在产品营销和推广模式上持续创新,在产品布局上整体改进,在产品价值挖掘上不断深入,在品牌建塑上敢于打破路径依赖的心魔,从战略层面持续提升品牌影响力。

以提升社会责任来加强品牌修养。亚宝人正在通过多种方式塑造一个全新的丁桂品牌,让儿科产品炫亮“丁桂”品牌,让“丁桂”品牌叫响儿科产品。多年来,他们为慈善总会、国际孔子文化节、运城德孝文化节、农村教育和新农村建设、山西革命老区以及四川灾区 and 希望工程等捐款近 5000 万元。他们分别在运城和新疆吉木萨尔成立中药材公司,以药带农促农,成为当地农业产业化示范企业。今年又启动了“中国妇女发展基金会丁桂儿童天使基金”活动,投入 700 万元专门用于救助罹患大病的儿童,帮助儿童实现心中的梦想,从而不断巩固品牌价值的基石。

产品订单纷至沓来。

四是现代农业谱壮歌。该镇采取切实措施,冲刺全年农业指标。按照区域化布局、规模化种养、市场化运作的思路,不断加大农村产业结构调整的力度。在种植业上推广科学种田、推广优质品种、推广秸秆还田,构建家庭农场和农民种植业合作社的产业模式,推进科技户工程,今年培育的 3 万亩无公害种植基地稻麦喜获丰收。在养殖业上,更是八仙过海,各显神通。实行投入多元化、品种多样化、养殖科学化,着力打造一帆河现代农业观光带,投资过亿元的海涟猪业,目前抓住价格上扬的契机,计划出栏万头生猪,满足元旦、春节市场的需求。斗灯的千亩虾塘,良种场的 300 亩桂鱼养殖基地,目前正科学喂养,即将上市。计划 3 年投资 3 亿元的复兴现代农业基地,今年一期工程建成 1000 亩特种养殖鱼塘,目前各种鱼类长势喜人,春节上市时每条可长到 20 多斤,将取得较好的经济效益。建波獭兔养殖场今年出栏成品兔 3 万多只,获利 30 多万元。莲花的万只蛋鸡场、斗灯年产 30 万只肉鸡场、姜桥万只草鸡场、后庄万只獭兔场、姜垛万只肉鸽场,到年底将分别抱到“金娃娃”,成为该镇现代农业的亮点项目,成为对外宣传的闪亮名片。