

中铁二十三局集团八公司三年多艰苦鏖战交出圆满答卷 湖北江南高速石首段正式通车

2014年12月18日上午8时,随着牌号为“鄂da0352”的第一辆小汽车通过江南高速石首段收费站,标志着江南高速石首段正式通车,结束了湖北省石首市无高速的历史,圆了石首人多年的高速梦。同时还标志着担负该项工程施工的中铁二十三局集团八公司通过三年多时间的艰苦鏖战,以优异的成绩为鄂西生态旅游圈的黄金通道和湖北石首市人民期待的致富路交了一份满意答卷。

岳阳至宜昌高速公路石首至松滋段工程项目是湖北省“六纵五横两环”高速公路网中横五线阳新至松滋高速公路荆州段,起点位于石首市高基庙镇,途经石首市、公安县、松滋市,终点位于松滋市柘木镇,全长106.453公里,按照双向四车道高速公路建设,设计时速100公里,东接杭瑞高速,中与二广高速相交,西接沪渝高速和三峡翻坝高速,其通车运行,将为鄂西、渝东北、陕西通往江西、浙江、湖南、广东等提供一条最便利的通道,同时,它是长江中游荆州南岸唯一东西走向的高速公路,石首、松滋、公安三地的交通状况也将由此得到改善。

2011年7月,中铁二十三局八公司中标并承建了江南高速公路JNTJ-1标段,该路线全长42.9km,共有路基土石方536万立方米,软基13.927km,防护及排水59802立方;特大、大桥19049.6m/12座,中、小桥910.4m/20座,收费站及服务处4处施工任务。其中,荆江分蓄洪区特大桥



●江南高速公路全长17公里的荆江分蓄洪区特大桥

全长16.6042km,跨越虎渡河等5条河流,需施工墩台514排、需预制架桥梁3798片,是全线施工生产的重要控制性工程。沿线48.9km施工便道需到近60km以外的岳阳市等地方取料回填,是全线能否实现节点进入主道施工的重要保障性工程,任务之重、难度之大、要求之高、条件之艰、时间之紧少有。

上场伊始,该公司江南项目部严格按照湖北省工程指挥部提出的“跑步进场、提速创优、确保质量、又好又快”的要求,广大参建员工发扬“有旗必扛,有杯必捧,有奖必拿,有一必争”的打拚精神,克服雨水多、汛期长、干扰大、资金紧等不利因

素,顶烈日,战酷暑,吃大苦,流大汗,5加2,白加黑,施工分部与分部之间,班组与班组之间,工序与工序之间,部门与部门之间,个人与个人之间,广泛开展“比安全生产,比工程质量,比施工进度,比成本降耗,比规范管理”和“双月会战”、“百日冲刺”劳动竞赛。公司领导班子成员蹲点督导,项目部领导和各级管理人员跟班作业,靠前指挥,积极协调关系,努力化解矛盾,尽力解决问题,致使各项工作得到了有序推进,实现了本单位上场初提出的“班子组建快、建家建线快、人员配备快、设备上场快、组织施工快”的工作目标。在施工中,江南项目部针对不同地质,选择

软基处治方案,采取换填河砂、远运石渣土、石灰改良等多种措施,以此化解湖区地质复杂、河流纵横、水网湖泊众多、横跨荆江分蓄洪区、软土路基多、砂石土源缺、汛期雨季长、运输通道差等难题,为主体完工提供了保障。该项目二分部在3798片梁生产制作中,采取固定式胎架钢筋绑扎、整体吊装入模、数控设备钢筋集中加工、数控张拉设备进行预应力张拉等新工艺、新工法,开展技术革新15项,推广应用“四新技术”7项。兑现了业主提出的工期计划节点要求,为湖北人民交上了一份圆满的答卷。

(周安才)

禹州市公路局开展党建品牌创建活动

河南省禹州市公路管理局以党的群众路线教育实践活动为切入点,制定计划,明确人员,夯实任务,加强督导;强化党员理论武装头脑,认真开展批评与自我批评,采取多种形式广泛查找存在的“四风”问题,坚持有什么改什么的思路,

深入整改存在的问题,以达到自我完善,自我发展;通过加强理论修养,推动工作作风转变,树立党员干部在群众中的良好形象,以达到推进工作圆满完成,服务于群众的目的。

(魏振明 张国峰)



茅台葡萄酒公司召开 凤凰庄园葡萄种植研讨会

好的葡萄酒不是酿造出来的,而是种植出来的。葡萄酒“七分看原料,三分看工艺”。优质的葡萄是葡萄酒品质的保证,为确保在建凤凰庄园葡萄种植质量,2014年12月16日下午,茅台葡萄酒公司董事长钟怀利,党支部书记、总经理黄叶强邀请昌黎产区葡萄酒业方面的专家齐聚茅台葡萄酒公司,研讨茅台凤凰酒庄基地发展之路。

茅台葡萄酒公司副总经理兼总工程师高小波等参加了此次研讨会。研讨会中,来自行业领域华夏、地王、朗格斯、红

堡、耿氏、越千年葡萄酒业和河北科技师范学院学院的各位专家,对茅台凤凰酒庄的产品定位,葡萄苗木选择与选育,葡萄酒生产过程精细化管理等方面,提出宝贵意见,而且提出葡萄科技示范园的理念,将体验式营销从原料端开始展现,让纯天然、绿色、健康理念融入茅台葡萄酒的品牌内涵之中。

此次研讨会成功召开,预示着茅台葡萄酒公司发展的一个新起点,茅台凤凰酒庄将以此为契机展翅高飞。

(茅宣)



2014年12月28日,重庆大江工业公司1600多名员工参加了2015年职工“迎新”长跑活动,以崭新的风貌迎接新年的到来。

马占超 摄影报道

势在,则必行:锡柴奥威大功率燃气机为解放J6添彩

据最新统计数据,2014年1至11月,锡柴天然气发动机销量同比增长107%,特别是作为一汽解放未来发展的重要战略棋子、解放J6P重卡所匹配的锡柴奥威大功率天然气(LNG)发动机,自重新优化设计改进后,全面提升了发动机性能和可靠性,市场声誉向好,销量火爆,特别是河南、河北、山西、陕西、辽宁、山东、江苏、新疆等区域销量快速上升,其强劲态势使其成为2014年商用车市里最大的亮点之一。

品牌效应 锡柴LNG机受追捧

“经过优化改进后的锡柴奥威11L、13L的LNG发动机技术领先,在当今发展低碳经济这一背景下,已越来越受到市场关注和用户追捧。”锡柴驻河南分公司经理郭光华说,“2014年匹配锡柴奥威11L、13L的LNG发动机的解放J6P车在河南区域卖得很火,短短数月,销量快速突破350辆。”让郭光华更为欣喜的是,原计划于11月20日在河南安阳召开的“一汽锡柴天然气产品、解放J6车型推介会”邀请用户70人,但实际到会的用户超过120人,其全体

端”是其重要原因。确实,“奥威高端动力”为解放J6P火爆市场不断“加分”。据悉,与解放J6P重卡匹配的锡柴奥威11升CA6SM2系列发动机功率覆盖范围310—375马力,最大扭矩达1450—1650N.m,采用比柴油经济、环保的天然气为燃料,排放达到了国五标准。特别是通过对缸盖、活塞环、气门、气门座圈摩擦副、阀杆密封等专用件的重新设计,达到了高安全指数,最大限度保证用气安全,同时具有国际水平的运动件摩擦副保证了低机油耗;燃气系统先进,采用稀薄燃烧技术,吸入更多空气,燃烧效率更高,气耗更低。通过标定,百公里节省燃料成本30%以上;相比同功率的柴油机,一氧化碳排放降低90%,二氧化碳降低20%,氮氧化物降低60%,氮氧化物降低60%;不产生积碳,不稀释润滑油,能有效降低零件磨损,能承受较强热负荷,延长发动机寿命。

市场不断大放异彩的背后,离不开锡柴强大的生产技术支撑。据悉,锡柴奥威大功率发动机的生产线堪称国际一流、国内最现代化。截至目前,锡柴已成功开发出F、L、M、N四个系列平台的天然气发动机,功率范围覆盖170马力到420马力,建立了锡柴完全自主知识产权的天然气发动机研究平台,形成了锡柴天然气发动机自主开发的强大能力。

吉一汽车购买了一辆LNG(6x2)锡柴350马力天然气发动机的解放J6P车型,目前已运营1万多公里,主要线路是商丘到江苏,从事短途运输,“锡柴LNG机气耗低,动力还强劲,来回800公里,一年可省8—9万元,且小毛病少,虽然购买时稍微贵点,但是一年下来就全部省下来了,很划算!”

口碑向好 铁杆用户认准锡柴LNG机

“山西区域2014年下半年以来已实现销售匹配锡柴奥威11L的LNG机的解放J6P重卡近百辆。”据锡柴驻山西分公司营销服务人员沈云庆介绍,解放J6P配套的锡柴大功率LNG机在临汾地区上市一年多以来,临汾很多运输物流企业已是连续几次购买装载锡柴奥威大功率LNG机的解放J6P车。沈云庆说,虽然市场上有多个品牌的LNG重卡可选择,但这些用户就是认准了购买装载锡柴奥威高品质的大功率LNG发动机的解放J6P车,他们宁愿多等几个月,也一定要买到匹配锡柴奥威LNG机的解放J6P车。小沈满怀喜悦地说,“山西临汾某车队去年硬是持币等待了5个月,才迎来了首批20辆匹配锡柴奥威大功率LNG机的解放J6P车。而临汾地区从事物流运输的一位用户更牛,自2013年抢购了

首批10辆匹配锡柴奥威大功率LNG机的解放J6P车后,2014年他又连续2次购买锡柴奥威LNG机的解放J6P车,目前已拥有45辆装载锡柴奥威LNG机的解放J6P车。该用户反映,相比柴油卡车,装配锡柴LNG发动机的J6P车从临汾跑渭南一个来回就可省400元,运营成本可降低40%。”

“优化后的锡柴奥威LNG发动机品质高端、低碳环保。”锡柴驻陕西分公司经理孔令传,陕西是天然气资源蕴藏量丰富的区域,位于陕西北部的榆林地区更有“中国的科威特”之称。通过前期举行的一系列解放天然气重卡产品推广会,激起用户极大的购车热情,仅陕西澄县一个车队就批量购买了35辆匹配锡柴LNG机的解放J6P车。孔经理说,这里往往是经销商刚刚进匹配锡柴奥威LNG机的解放J6P车,就被用户抢购一空,还有很多用户都在持币等待,宁愿晚接一个月车,也不愿去买其他品牌的LNG车。

品质高端 锡柴领航LNG发动机市场

疾风知劲草,烈火见真金。优化改进后的锡柴奥威大功率11L、13L的LNG机以其出众的节气表现以及绿色环保性能,在众多竞争对手中一次次脱颖而出,“品质高

2014年中国品牌价值评价结果公布 红豆品牌强度价值 均行业领先

近日,国家质检总局、中国品牌建设促进会、中央电视台、中国国际贸易促进会、中国资产评估协会、中国标准化研究院等发布2014年中国品牌价值评价结果,经评估,红豆的品牌强度达到871.3,品牌价值达到83.45亿元,均在中国纺织服装行业领先。

红豆集团一直重视品牌建设,从1984年注册富含丰富民族文化内涵的红豆作为企业商标开始,就把创名牌作为企业的重要战略,并通过不断开拓创新,走出了富有特色的民营企业品牌成功之路。沿着红豆的发展轨迹,不难发现它的成长史也是一部矢志打造名牌的建设史。从上世纪80年代最早在国内外进行全面注册,到90年代初成为第一个在中央电视台做广告的企业,到提出名牌的一半是文化、一半是技术,并把法国设计名校ESMOD服装学院搬到红豆,直到连续14年举办红豆·七夕节活动,不断赋予红豆中国文化内涵,赢得了海内外广泛认同,再到新世纪先后摘得中国服装行业价值大奖、成就大奖,“红豆”、“千里马”商标先后被国家工商总局认定为中国驰名商标,成为全国屈指可数的拥有两个驰名商标的企业。红豆通过名牌战略的深入贯彻实施,成为全省、服装界唯一的一家国家商标战略实施示范单位。红豆对名牌的执着追求,用集团总裁周海江最欣赏的一句话可以得到充分印证:一个没有优秀人物的民族是一个落后被欺负的民族,一个没有优秀品牌的经济,是落后被动的经济。这句话放在红豆集团的门厅里,激励着所有红豆人为创名牌而努力。

随着时代的发展,红豆更是突破传统,打造全新的商业模式带动企业发展。在传统的服装产业的转型升级中,红豆发展电子商务,2014年双十一整体销售额突破1.35亿元,红豆不仅是电子商务的国家示范企业,也是国家两化融合的示范企业。为加快转型升级,企业专门做研发和连锁,同时通过建设红豆生活馆实现连锁经营模式的创新,着力打造O2O模式。

红豆集团在快速发展的同时,还积极履行社会责任,注重提升品牌内涵。对内,红豆始终把员工权益放在第一位,集团内部推行竞争上岗的制度选人机制,并形成良性的工资增长机制,让员工“生活有保障、事业有希望、情绪有释放”,使得企业更加和谐,充满活力。对外,红豆集团通过多种途径安置农民就业,并多为地方交纳税金、多向地方提供福利等方式反哺农业,回报农村。此外,红豆还资助村镇建设和市内外的8个村、10个厂发展,投入1800多万元,多年来,集团对外捐款捐物超过3亿元。这也使得“红豆”品牌更加深入人心。

在经济全球化时代,品牌的重要地位日益凸显,国际市场正由“商品消费”进入到“品牌消费”阶段。红豆人认为,作为全球第二的经济大国,中国还缺一大批可以在国际上叫得响的品牌,如何让我们中国在国际市场分中拥有更多的话语权,改变“制造大国,品牌弱国”的被动局面,必须要培养一大批自主知名品牌。红豆会以此评价结果为动力,更加努力,争取早日成为有国际影响力的品牌。

(秋枫)