

海建公司模具加工车间负责人陆升改进装配式建筑构件工艺为企业节约成本

用工匠精神做好每一件产品



■ 本报记者 孙慧 邵长春
通讯员 吴荣融 曹寰

技能创新结硕果

手持卡尺,对照图纸在钢板上刻下尺度,按照尺度刻好打孔位置,再以磁力钻垂直钻孔……近日,在海南省建筑产业化股份有限公司模具车间里,陆升半蹲在地上,专心地对一批装配式建筑构件模具进行打孔。

这个工作环节看似简单,实际上需要深厚的技术保证,每个孔位置误差要控制在0.2毫米以下,否则建筑材料将变成废料。闷热的厂房里,陆升一蹲就是几个小时,但他一点也不觉得累。

陆升,是海建集团海南省建筑产业化股份有限公司模具车间负责人。2014年,海建集团成立建筑产业化股份有限公司,生产装配式建筑构件,在装配式建筑行业的起步阶段,陆升带领他的团队自学装配式建筑构件生产工艺,改进模具和制作工艺,光是今年以来已累计加工各类模具801套(件),节省成本1163.7万元。

日前,陆升入选中国海员建设工会评选的全国建筑产业“大国工匠”,此次活动全国共有41人入选,陆升是海南唯一入选的工匠。

2014年,海建集团成立了海南第一家装配式建筑企业——海南省建筑产业化股份有限公司。企业组建初期急需一批高、精、专的专业人才,陆升作为一名技术精湛的老牌安装工人,2016年3月被调入产业化公司担任模具加工车间负责人。

陆升看着盖房子可以像搭玩具一样,一个个构件搭上去,3天就能建出一层楼,速度如此之快,让他内心激动不已。

由于海南工业基础薄弱,本地尚未有装配式建筑模具生产加工企业,生产需要的模具必须到外省采购,成本非常高,陆升决心自主研发制出生产所需的装配式建筑模具。

上岗不到一个月,陆升就带领“陆升团队”吃住在工地,全力参与模具改造和制作的技术研究。他经常与生产技术人员反复研究,对工艺精益求精。装配式建筑模具生产要求非常高,误差不能超过0.3厘米,否则生产出来的构件无法与主体结构咬合,全部都会变为废料,而他却要求“陆升团队”要把误差降低到0.2毫米以下,保

证模具的精准度。

“陆升团队”在陆升的带领下克服重重困难,按照模具制作过程中的精度要求,解决了模具在使用过程中的共用性、耐久性问题,使模具合格率接近百分之百。海建产业化公司成功投标老城标准化厂房项目后,产品订单暴增,构件生产所需的模具数量也变得更大。

为节约成本,“陆升团队”对用过的模具进行重新改造,使模具从一次性使用变为重复利用。据测算,一套模具的加工材料费每吨仅四五千元,自主研发后,模具成本比省外采购下降了50%以上。

今年以来,“陆升团队”累计为海建产业化公司加工各类模具801套(件),约占模具总量的80%;改造或修复模具190余套(件);改造安装用外挂架279套。

培养新人传技艺

初次见到陆升,他穿着一身整齐的工装,手机放在工装胸前的口袋里,不到下班时间不看手机,专注工作。因为长期在车间嘈杂环境下工作,造成听力下降,陆升与人对话时喜欢直视对方,或侧着脸专心听。

“陆师傅的性格比较内敛,喜欢多干少说。”同事郑春辉说,陆升是一个不善言辞的人,但是在工作上极其专注,并且乐于分享业务技能,车间里的10位工人,几乎都是他手把手



陆升(左)在工厂车间里制作模具。本报记者 孙慧 摄

教出来的。

多年来,陆升潜心研究和改进工艺技术,业务水平高超,工作经验丰富。他喜欢在业余时间对其他年轻工人进行培训,他会根据每个人的不同特点量身定做训练方案,毫无保留地将自己的经验和知识传授给身边的技术人员。

在陆升的带领下,他手下的年轻人工艺技术水平提高得很快,培养出了许多优秀钳工、电焊工、模具技术员等专业技术人才。

工作之余,陆升还制作了职工食堂洗碗池遮阳篷、加固了职工宿舍设施……他的点滴付出深深地打动了同事们。

“我也没有做什么轰轰烈烈的大事,只是作为一个平凡的劳动者,在平凡的岗位上作了些贡献。”在海建集团工作37年来,陆升始终以饱满的工作热情和孜孜不倦、精益求精的工作态度,谱写着一名大国工匠的赞歌。

(本报海口5月29日讯)

挥各自线上线下渠道优势,全方位整合海南旅游资源,打造海南大目的地,为合作伙伴提供更广阔的市场空间。

驴妈妈集团副总裁张帆在签约仪式现场表示,驴妈妈未来在海南旅游市场将有更大的动作,会充分发挥好驴妈妈大采购、大销售、大联动、大运营、大营销的平台优势,将更优的旅游产品传递给广大旅游出行者。

那么,谁来充当分级销售的“裁判”和“运动员”?以荔枝为例,首先相关部门、农户要及时转变观念,加强宣传和培训,让荔农转变经营理念,深刻理解“分拣就是生产力”的道理;其次是组建荔枝协会,制定行业标准,划分产区,做好互联网溯源等;再次是用好机器设备,建设冷链仓库,规模化装运等。总之,分级的最终目标,就是让好的农产品卖出好的价钱,从而提高总体效益。

那么,谁来充当分级销售的“裁判”和“运动员”?以荔枝为例,首先相关部门、农户要及时转变观念,加强宣传和培训,让荔农转变经营理念,深刻理解“分拣就是生产力”的道理;其次是组建荔枝协会,制定行业标准,划分产区,做好互联网溯源等;再次是用好机器设备,建设冷链仓库,规模化装运等。总之,分级的最终目标,就是让好的农产品卖出好的价钱,从而提高总体效益。

那么,谁来充当分级销售的“裁判”和“运动员”?以荔枝为例,首先相关部门、农户要及时转变观念,加强宣传和培训,让荔农转变经营理念,深刻理解“分拣就是生产力”的道理;其次是组建荔枝协会,制定行业标准,划分产区,做好互联网溯源等;再次是用好机器设备,建设冷链仓库,规模化装运等。总之,分级的最终目标,就是让好的农产品卖出好的价钱,从而提高总体效益。

那么,谁来充当分级销售的“裁判”和“运动员”?以荔枝为例,首先相关部门、农户要及时转变观念,加强宣传和培训,让荔农转变经营理念,深刻理解“分拣就是生产力”的道理;其次是组建荔枝协会,制定行业标准,划分产区,做好互联网溯源等;再次是用好机器设备,建设冷链仓库,规模化装运等。总之,分级的最终目标,就是让好的农产品卖出好的价钱,从而提高总体效益。

那么,谁来充当分级销售的“裁判”和“运动员”?以荔枝为例,首先相关部门、农户要及时转变观念,加强宣传和培训,让荔农转变经营理念,深刻理解“分拣就是生产力”的道理;其次是组建荔枝协会,制定行业标准,划分产区,做好互联网溯源等;再次是用好机器设备,建设冷链仓库,规模化装运等。总之,分级的最终目标,就是让好的农产品卖出好的价钱,从而提高总体效益。

那么,谁来充当分级销售的“裁判”和“运动员”?以荔枝为例,首先相关部门、农户要及时转变观念,加强宣传和培训,让荔农转变经营理念,深刻理解“分拣就是生产力”的道理;其次是组建荔枝协会,制定行业标准,划分产区,做好互联网溯源等;再次是用好机器设备,建设冷链仓库,规模化装运等。总之,分级的最终目标,就是让好的农产品卖出好的价钱,从而提高总体效益。

那么,谁来充当分级销售的“裁判”和“运动员”?以荔枝为例,首先相关部门、农户要及时转变观念,加强宣传和培训,让荔农转变经营理念,深刻理解“分拣就是生产力”的道理;其次是组建荔枝协会,制定行业标准,划分产区,做好互联网溯源等;再次是用好机器设备,建设冷链仓库,规模化装运等。总之,分级的最终目标,就是让好的农产品卖出好的价钱,从而提高总体效益。

那么,谁来充当分级销售的“裁判”和“运动员”?以荔枝为例,首先相关部门、农户要及时转变观念,加强宣传和培训,让荔农转变经营理念,深刻理解“分拣就是生产力”的道理;其次是组建荔枝协会,制定行业标准,划分产区,做好互联网溯源等;再次是用好机器设备,建设冷链仓库,规模化装运等。总之,分级的最终目标,就是让好的农产品卖出好的价钱,从而提高总体效益。

与我省两企业达成战略合作
驴妈妈旅游网发力海南旅游

点,深化资源共享,在客运票务销售,旅游产品协同开发以及未来打造民族邮轮品牌等多方面进行深度合作。作为海南省首家进入资本市场

的地接旅行社企业,康泰旅游在海南拥有丰富的旅游资源与市场运作经验,而驴妈妈作为国内知名旅游预订平台,双方此次联手吸引了

众多海南景区、酒店等合作伙伴前来洽谈合作。据了解,驴妈妈与康泰旅游将秉承“目的地旅游资源+优质渠道+品牌地接社”理念,充分发

评论

用“分级销售”助力农产品畅销

海南观察

宫贝

近来,海南水果荔枝、菠萝等进入收获季。在此之际,农产品如何实现“丰产又丰收、增产又增收”,成为人们普遍关心的问题。省长沈晓明在调研荔枝销售情况时提出,随着市场消费群体细分,采取分级销售等手段能有效提高农产品效益,要通过分拣等手段进一步优化产品品质。分级销售,为海南农产品提高品质、打开销路提供了有益思路。

细分市场消费群体,是因为今天已经进入了分众消费时代,消费者的

行为更具主动性、选择性和互动性,这体现了不同人群的不同价值观。以购买水果为例,有的人喜欢去农贸市场,有的人喜欢去超市,有的人喜欢去水果专卖店。即便在超市里,水果区也分国产水果、进口水果、脱水水果等类别,消费者可以随意选择。而且,即便是需要冷藏保鲜的水果,也可以通过网购从地头直接送到用户冰箱。面对渐趋多元、个性的消费习惯,诸如荔枝等特色农产品,尤其需要通过分级销售走向个性化、品质化、高端化。

从产地看,海南岛3万多平方公里的陆地上,土壤环境分为中部山地、西部少雨地、北部火山地,以及沿海沙地等。一方面,由于平原面积小,农业很难规模化种植;另一方面,空气、水、土壤没有遭受过多人工改

变,保持了天然优势。如琼北荔枝不仅雨水、温度、湿度适宜,且富含微量元素钼,永兴一带火山岩土壤中还含有微量元素钼,对荔枝糖分积累起重要作用。这样的地域特色、产品特点,尤其适合分拣产品、分级销售,可有效将海南农产品产量少的劣势转化为品质佳的优势。

此外,分拣产品、分级销售还解决了同一产品在统一品牌下“劣币逐良币”的问题。再拿荔枝来看,今年海口荔枝统一到了“火山荔枝”品牌旗下,秀英区永兴镇、琼山区三门坡镇过去各自为战的格局得到整合,也乐了秀英区石山镇等火山特征明显,却一直没有打出品牌个乡镇。但统一品牌形象的建立不易,个头大、口感好的荔枝,与品相不好、口感稍逊

的荔枝“混为一谈”,一开始虽能提升低端产品售价,但从长远来看,却是损害了高端产品利益。而分级销售能真实反应个体情况,也体现了对消费者负责任的态度。

分级销售如何操作?笔者以为,应从细分标准和细分子品牌两个方向上努力。农产品作为一种非标品,特殊之处在于每个人的口感偏好和心理预期都有所差异。如有人喜欢吃甜荔枝,有人喜欢吃又甜又酸的荔枝,有人喜欢吃个大水多的荔枝。也因此,标准化至少应该从直径大小、甜度、水分等指标上进行分级。此外,同是火山荔枝,品类下又包含不同于品牌。如永兴荔枝大户吴开茂家的院子里,就有精心选育的蟾蜍红、南岛无核荔枝、大丁香、新球蜜

创新之道 唯在得人

新华时评

杨柳

“创新之道,唯在得人。”习近平总书记在中国科学院第十九次院士大会、中国工程院第十四次院士大会上指出,坚持创新驱动实质是人才驱动,人才才是创新的“第一资源。一个“唯”字给“人才”二字再添厚重的砝码。

人类社会发至今,人仍然是一切社会活动的主体,更是科技这项伟大创造性活动的缔造者和推动者。“盖有非常之功,必待非常之人。”我国要实现高质量发展、实现“强起来”的伟大飞跃,提高原始创新能力,破解关键领域核心技术,归根结底还是要依靠人才。

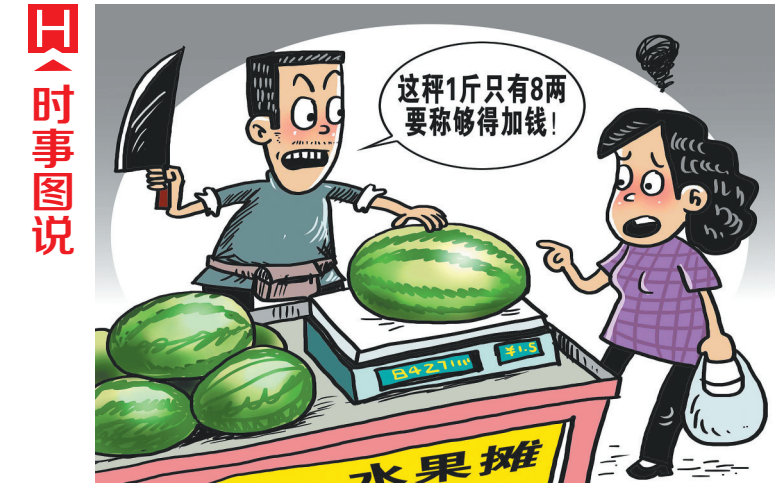
相比资金充裕程度和政策扶持力度,我国在一些领域创新的一大短板,是高端人才稀缺。虽然拥有世界最大规模的科技人员队伍,但人才结构不够优化、创新能力不强、顶尖人才缺乏、人才管理体制不顺、

人才机制不够完善等问题,仍是影响和制约我国科技创新的瓶颈,这些问题亟待解决。

建立人才引进发展的体制机制,全面聚集人才,着力夯实创新发展人才基础,要树立正确的人才观。破除“唯论文、唯职称、唯学历”“重评审轻研究”的习惯思想,创新人才评价机制,建立健全以创新能力、质量、贡献为导向的科技人才评价体系,形成并实施有利于科技人才潜心研究和创新的评价制度,把科学家从“繁文缛节”和“无穷的报表和审批”中解放出来。

要以非凡的勇气和魄力,扭转重应用、轻基础的倾向,完善科技奖励制度,让优秀科技创新人才得到合理回报,为甘心坐科研“冷板凳”的科技人员提供条件;摒弃人才引进短视行为,切实在人才发展软环境上用心、用力,搭建事业平台、人生舞台,让人才引得来、用得着、留得住。

看过新闻,毫无疑问,该摊主是实诚呢,还是精明呢?照此购物、买东西,倘若数学不好,那就只能吃亏



杜绝消费障眼法

“我这秤一斤只有8两,要称够也行,价格就要高点。”是不是有点直接?说这话的是一位开着小卡车售卖西瓜的流动摊贩。近日,记者在位于成都天府一街道南华路路段的一流动水果摊购买西瓜时,一位摊主如是说,并称相邻的多个摊位都是这样卖的。

看过新闻,毫无疑问,该摊主是实诚呢,还是精明呢?照此购物、买东西,倘若数学不好,那就只能吃亏

摊贩心中一杆秤,
一两一斤相互通;
消费难防障眼法,
是真是假分不清。

(图/朱慧卿 文/张成林)

海口⇌马尼拉
直飞航线开通

本报海口5月29日讯(记者邓海宁 通讯员高珏)今天晚上,伴随着空客A320飞机发动机的轰鸣声,海口⇌马尼拉定期直飞航线在海口美兰国际机场开通。据悉,这是59国免签政策出台后,海南首条直飞菲律宾的航线,将为旅客提供更加方便、快捷及丰富的行程选择。

据了解,该航线由海南康泰航空投资有限公司及海南文华航空旅运有限公司携手菲律宾菲鹰航空公司运营,航班采用155座/A320型飞机,每周二、周六执行两班,出境海口—马尼拉,航班号2P2329,22:30于海口起飞,第二天01:10抵达马尼拉,入境马尼拉—海口,航班号2P2328,18:45于马尼拉起飞,21:30抵达海口,以上时间均为当地时间。

据悉,该航线开通后,主要以入境旅游为主,出境旅游为辅,每个航班至少引入100名入境旅客,预计全年带来入境旅客至少1.2万人次。

2018琼台两岸
民宿峰会海口举行
把台湾民宿好经验带到海南

本报海口5月29日讯(记者赵优)“海南与台湾在气候、文化等方面十分相近,具有发展民宿产业的巨大潜力”“民宿能够有效带动相关产业发展及就业”……今天在海口举行的2018琼台两岸民宿峰会以“乡村振兴,民宿开道”为主题,吸引了台湾民宿协会、嘉义民宿协会、台东民宿协会、屏东县民宿协会等台湾10多个民宿行业协会负责人共同探讨民宿发展之道。据了解,这是近年来台湾民宿从业者赴琼规模最大的一次交流。

结合民宿产业在海南萌发阶段的现状,积极搭建琼台两地民宿产业交流平台,推进海南民宿产业合作,推动海峡两岸民宿产业合作共赢,2018琼台两岸民宿峰会邀请了两岸民宿行业领军人物、民宿主人、投资人、设计师、乡村社区营造实践者,以及有志于“再造故乡”的社会创业家共同参会,结合海南共享农庄的发展机遇,专业探讨民宿区域集群化、品牌化、精品化等发展策略,将为海南民宿产业健康发展起到立人立业的促进作用。

“目前台湾拥有1.4万家民宿,带动了交通、餐饮、购物等产业链的发展,有更多人愿意扎根乡村。”在台湾民宿协会副理事长吕人凤看来,海南可以借鉴台湾发展民宿的好理念好经验。

今天,中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会会员被授(海口)分中心正式揭牌。

据介绍,本次活动由省台湾事务办公室、海口市旅游委、中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会指导,海口市琼山区旅游协会主办。

来论
严刹医药健康广告
“自夸”风

近期,陈李济、方大药业等企业多个产品的相关广告因违法,被陕西等多个省市食药监部门通报。记者近日梳理发现,今年以来江西、内蒙古、湖南、湖北、陕西等多地食药监部门均发布过药品、医疗器械和保健食品违法广告。其中,医药健康广告占比过半,且很多都在多地反复多次出现。夸大产品主治功能、超出说明书范围进行功效宣传等,是屡禁不止的老问题。(5月29日《新京报》)

日常生活中,商品的质量如何,消费者可以先买来试试,若发现质量不好可以换货,或者更换品牌。但药品不同,药品是用来治病的,“试错”要付出损害健康和耽误治疗的代价,这就导致药品在第一次试用就很难被接受,新药在这方面表现得更为突出。如何闯过药品销售的“第一道关”,成为药企需要认真琢磨的一件事。冒险“自夸”就成为一些药企的捷径。

再加上很多人分不清药品、保健食品、具有保健功能的普通食品三者的关系,而且“食药同源”的思想又在社会上根深蒂固,比如在中医药领域,不少药材既被写入药典,又可当作普通食品,还被制成了保健食品,三种身份集于一身,把消费者更加搞得莫衷一是。所有这些因素都为“保健食品可治病”等夸大宣传带来了便利。

“自夸”的医药健康广告多了,就会形成“破窗效应”。很多同行都这么做,自己没有跟风,就会担心遭到逆淘汰。反过来看,即使药企违法打广告被查获,多半只会在当地通报并禁售本产品,却仍可以换地方故伎重演。

因此,要想医药健康广告不再“自夸”,就得加大打击的力度和范围,并通过更多具体的案例,向民众阐明药品、保健食品、普通食品这三者的区别,如果人们在头脑中能够把这三者划清界线,那么,企业跨界宣传的伎俩就难以为继。

此外,监管执法更需改变“自扫门前雪”的做法。假如通报不出省、禁令只限于本地,药企就难免打“地区差”或“时间差”,执法就像玩“打地鼠”游戏一样总也打不净。把监管之网织得更密实,打击也更有力度,医药健康广告“自夸”现象才会渐进式减少。当“自夸”式广告减少到一定程度后,数量上的锐减就会带来质量上的改变,靠产品质量和服务说话,才有望成为医药健康广告的主流。(罗志华)



扫描二维码
关注“海南观察”

本版言论只代表作者个人观点
投稿邮箱:hnrpl@163.com