

走进国家电网

长乐供电:为滨海新城构筑安全电网



长乐市委书记吴贤德(左一)春节期间莅临长乐供电公司慰问,对电力员工节日期间坚守岗位表示感谢。

高建生 陈芳 章少英 陈霖

金秋十月,这是一个充满收获的季节。在国家电网公司2010年度供电企业综合实力评价中,长乐供电公司荣获独立核算企业全福建省第1名,全国排名第15名。供电公司的每一份成绩,都为长乐市的发展注入了源源的动力。

长乐市委、市政府对长乐供电公司的贡献给予了充分的肯定。市委书记吴贤德高度评价道:“近年来,长乐经济发展势头良好,离不开供电公司的强大支撑;长乐实现跨越式发展,供电公司功不可没!”

如果说市委、市政府对公司的表扬仅是“精神鼓励”,那么挂在公司里的一面锦旗就是见证:“中国电力企业标准化”二等奖、2010年度全国电力系统企业文化建设品牌企业、福建省电力公司授予党建工作四星单位、福建省五一劳动奖状、“安康杯”竞赛先进单位、“先进集体”、“一流县级供电企业”、“省模范职工之家”、“福建省企业100强单位”、“2010年度长乐市功勋企业”。

履行“让声音微笑”服务

服务是电力行业的生命线,长乐供电公司深谙这一道理。长期以来,该公司紧紧围绕“用上电、用好电、好交费、易沟通”的工作思路,积极履行“让声音微笑起来”的承诺,深化优质服务建设。

“多亏了你们供电公司,我们才能保住那十几万的货,真是太感谢你们了!”裕丰冷冻厂的陈厂长紧紧握住国网星所长的手感激地说,同时为公司文岭所送来了一面印有“为客户排忧解难,树供电服务新风”的锦旗。

前不久,裕丰冷冻厂突然停电,恰逢仓库里刚运进一批海鱼,若不及时送电,鲜鱼腐烂发臭将给企业造成十几万的损失。得知这一情况,长乐供电公司迅速启动应急预案,为了不影响到供电范围,他们进行了带电抢修。通过三小时的火速抢修,裕丰冷冻厂才得以避免十几万的损失。

这些只是长乐公司金牌服务的一个缩影,引入叫号排队系统,

推广供电营业窗口“亲情操”,建设24小时自助缴费终端,推广使用电费信息短信通知服务……长乐供电公司用行动践行着优质服务的真谛。连续三年在长乐市行风评议工作中名列前茅,正是长乐供电人辛勤付出的最好见证。

践行简单高效的管理理念

“自从公司实行‘一张表’落实责任制后,我们严格执行周汇报、月通报和公司抽查机制,实现PD-CA闭环管理,有效地强化了员工的执行意识、责任意识和效果意识,取得了显著的成果。”长乐供电公司总经理洪卫东说。

一直以来,长乐供电公司都在为全力加强企业管理而努力。持续推进企业管理综合评价,强化依法从严治企、深化人财物集约管理、完善标准体系建设,深化信息化建设等多措并举并用,使得该公司的管理水平不断上新台阶。特别近一年来,公司主动融入“三集五大”工作,进行资源整合、改变模式,不断探索更加适应现代企业健康发展的

管理模式,让管理更加集约化、专业化和精细化。

今年,福建省电力公司授予的“农电综合管理标杆”、“资产运营标杆”和“设备运行维护标杆”等荣誉再次佐证了长乐电力的出色管理水平。

着力夯实基础,全面强化企业管理,公司始终践行着“简单、务实、高效”的管理理念,进一步提升企业管理的标准化、系统性和有效性,努力构建与国家电网公司战略目标相协调、与海峡西岸经济发展相适应的一流电网企业。

开展“电网先锋”活动

供电公司之所以硕果累累,是因为长乐电力人清醒地认识到:只有党建保障做前提,企业才能在科学发展、和谐运行的道路上阔步前进!

“电网发展,企业长青,党建是方向舵。”党委书记傅福深有感触。

电网延伸到哪,党建工作就开展到哪,党旗就飘扬到哪,党支部战斗堡垒和党员先锋模范作用就发挥到哪!这一浓浓的氛围早已弥漫在长电公司的每一个角落。

长乐供电公司党委在创建活动中,坚持“三个层面争创”,实行“五种方式推进”,深化“两个实践



检修班技术人员正顶着烈日进行刀闸缺陷处理



长乐供电公司为用户提供送卡上门服务,赢得用户的交口称赞

和声钢琴：做百年“和声品牌”

福州和声钢琴有限公司成立于1985年,二十余载光阴正是一条不断进行产品创新与结构调整的道路。靠创新,使产品拥有特色;靠不断调整结构,促企业稳中持续发展。



池家森

和声是中国第一家中外合资的钢琴生产企业,26年来,收获了无数鲜花和掌声;中国乐器行业50强、钢琴制造业10强;连续七届获得“中国乐器行业强势公司”称号;“2011年中国轻工精品展精品奖”;连续四年荣获国家七部委颁发的全国最畅销产品“金桥奖”……

无论是在产品品质、产品研发上,还是在产品结构、品牌塑造上,和声人从不忘“创新”理念。

首家恒温恒湿钢琴企业

福州常年平均空气相对湿度达到74%以上,对于钢琴的生产十分不利。为确保钢琴品质,2004年和声便投入大量资金建成了近一万平方米的恒温恒湿车间,成为国内首家拥有恒温恒湿生产条件的钢琴制造企业。如今,和声钢琴的全部工序已全面实现恒温恒湿生产。

目前和声钢琴制造过程中空气环境中的相对湿度始终保持在50%—55%的范围之内,率先在国内实现一个温湿度相对标准和稳定的生产环境,极大增强了和声钢

琴的稳定性和耐候性。

在产品研发上,先后研发了“立式钢琴中踏瓣选择延音装置”,这是立式钢琴制造与演奏的突破;真空铸造技术的“R版”产品,拥有和声自主知识产权的14项实用新型专利,同时获得包括133型钢琴“米字型背架”在内的9项外观设计专利。

在产品结构上,已经从以“122”型号钢琴为主转为以“123”型号钢琴为主,实现和声“123”型号立式钢琴全面“R”版化;成功开发HG-120J-X等多款立式新品钢琴;在三角钢琴的研发上取得突破性进展,成功开发出具有和声专利技术HG-175R等精品三角钢琴。

是创新,让和声逐步打造出富有和声特色、既保持传统欧洲钢琴工艺特点、又应用创新专利技术的精品系列钢琴。

客户满意率达到99%

“品质为先,诚信经营;同心协力,造就精品;开拓创新,塑造品牌;持续改善,和谐发展”,和声人始终坚持这样的品质策略,以“质量是企业的生命线”为生产方针。自2002年通过ISO9001管理

体系认证后,和声就建立了严格的质量管理体系,每年都开展顾客满意度调查,不断总结、完善和提高产品品质。

为加强生产过程中的自检,和声专门成立了由各部门组成的品质抽检小组和品质改善小组,在正常检验后每月不定期对入库前的钢琴再进行抽检。同时,从原材料采购到生产、仓储各环节都注重品质的控制,并加强售后服务与回访工作。通过及时改进钢琴外包装样式和结构,外包装箱体上加贴防倾斜识别标签,有效地避免了运输过程中磕碰、翻倒和挤压所造成的损坏现象,产品的开箱合格率大大提高。2010年客户对产品的满意率比前一年提高了零点五个百分点,达到99%。

“成品率一次检验合格率≥99%;客户满意率≥98%”,和声人用这样近乎苛刻的品质目标来要求自己,让和声的产品得到了国内外消费者和经销商的广泛认同。

塑造员工凝聚力

企业员工的凝聚力是和声创新文化的核心。在取得成绩时,和声人不会感到满足,而是把它当做

新的起点;在遇到困难时,和声人不会退却,而是总结经验,以利再战。

如今,创新精神已渗透到每个部门、车间至每个员工的心中。所有员工都在为技术改造、产品创新和管理创新献计献策。对员工提出的建设性意见和新的创意,如节能降耗、改进工装、销售渠道创新等,公司都给予奖励。创新文化扎扎实实地融入到和声企业的方方面面,带来了荣誉与效益。

和声公司十分重视员工创新思想的培养。每年都送数十名骨干员工到大专院校、业余大学和相关培训机构学习和培训。截至目前,公司具有大专以上学历或取得中级技能以上的人员六十多名,其中取得高级职称或高级技能的二十多名。

当前,内、外部形势都十分有利和声的发展。在中央支持海西发展的政策背景下,福州和声钢琴有限公司正面临难得的发展机遇。以海西大发展为契机,以创新为主题,加快产品优化和结构调整,加强企业管理,使企业更具活力,做百年“和声品牌”,开“百年老店”。

(作者系福州和声钢琴有限公司总经理)

361°建体验式运动购物旗舰空间

陈芳

日前,361°在福建省内首家旗舰店——厦门市中山路旗舰店正式开业,基于顾客消费行为日益情感化、个性化考虑,它将成为福建区域行业内领先的体验式运动购物旗舰空间。

该店坐落于繁华的厦门中山路商圈,总面积近800平方米,分为三层,是目前福建省面积最大的专卖店。整个旗舰店的布局,从外观设计、内部布置到产品陈列,都在361°标准橙色的基础上,结合了当下流行的哑光设计配合经典黑灰两色,在营造的体验空间里,消费者将感受到全新的购物享受和运动体验。

361°厦门中山路旗舰店一层为生活系列、户外系列、篮球系列产品陈列区,并设有户外产品展示体验专区,全面展示361°为户外运动爱好者打造的全套装备;第二层与三层则包括跑步、网球、乒乓球、综合训练、自行车系列服装陈列区,集时尚、舒适、运动于一体。而361°为自行车、现代五项等中国国家队、中国乒乓球超级联赛、中国大学生篮球超级联赛打造的竞赛装备也将为消费者提供具有专业体育属性的运动体验。不久前,361°宣布正式签约森林狼全明星大前锋、NBA新篮板王凯文·乐福。为了让更多的消费者能够体验到世界顶级联赛、顶级运动员的顶级装备,旗舰店的一层特别设有凯文·乐福专区。在这里,消费者可以在欣赏体育之余,体验专业运动的激情。

在激烈的市场竞争过程中,361°捕捉到消费者消费行为日益个性化、情感化的特点,不仅关注消费者能得到怎样的服装,更关心他们在购买或穿着的感受和体验。随着旗舰店正式开幕,361°将为厦门的广大体育爱好者乃至为“海上花园”慕名而来的全国游客提供了购物、休闲和体验体育前沿科技的一站式空间。在这里,你享受到的不仅仅是一个购物场所,而是提供了更为个性化和相互作用的体验。据361°运营事业中心副总裁王宏征介绍,“在产品、服务高度同质化的消费时代,旗舰店力求能够超越一般销售产品的店铺概念,为消费者打造情感交流的体验和互动空间。”

361°一直以来都肩负着振兴中国体育的责任和使命,通过专业的体育营销,助力亚运、大运这两个仅次于奥运会的大型综合性运动会,向世人展示了一个中国体育品牌与专业科技等方面的成长历程。同时,361°始终坚信产品是沟通品牌与消费者之间最好的桥梁,并不断实现科研、设计、人才以及终端店铺的升级,更好地满足专业运动员和各层级消费者对产品的不同需求。作为一家诞生于海西的民族体育企业,361°有责任通过整合多方资源促进家乡体育产业发展,也希望通过361°厦门中山路旗舰店的落成,能够增进消费者对361°的了解,让消费者能够获得更加直接的运动产品体验,使得品牌更好地融入厦门这座美丽的海上花园城市,将运动、文化与城市个性紧密相连,从而成为厦门一道独特的风景线。