

全力拼经济 奋战开门红

安阳供电:

助力拼经济 赋能“满格电”

□本报记者 贺瑛 通讯员 罗丹

2月26日下午,在中核汇能龙安区独立共享储能项目现场,国网安阳供电公司(以下简称安阳供电)工作人员正紧张忙碌着……1月28日,我市召开全力“拼经济”打赢“十大攻坚战”动员誓师大会,安阳供电闻令而动,打好优质服务“组合拳”,站好营商环境“服务岗”,为“拼经济”提供用电服务支撑,助力企业冲刺开门红。

宁可“电等发展” 不让“发展等电”

为更好地服务全市重点项目建设,今年伊始,安阳供电主动与政府部门紧密沟通衔接,共享重点项目推进信息。

中核汇能龙安区独立共享储能项目是我省首批独立储能电站示范项目,也是我市第一个新型独立储能共享电站项目,其一期规划装机容量为100兆瓦/200兆瓦时,预期于今年6月30日并网运行,对于我市新能源发电就地平衡消纳具有重要意义。

该项目在政府部门备案后,安阳供电客户经理主动与项目负责人郝经理联系,具体了解项目进展情况。2月14日,安阳供电客户经理主动上门指导郝经理准备前期报装材料,现场对该用户并网相关事宜进行答疑解惑。各项准备工作理顺之后,郝经理不禁感叹:“现在供电公司服务真周到,备案才下来就有客户经理主动联系上门指导,真是没想到。”

围绕重点项目“挂图作战”

从供电线路勘察到供电线路部署,再到用电设备巡检,安阳供电围绕重点项目“挂图作战”,提供重点项目精准服务,为我市“拼经济”做好电力保障。

去年2月,安阳供电全面启动“best”办电服务新模式,“专项专人”对接全市16个



目前,我市风光新能源并网装机总容量已突破“双两百万”兆瓦,占安阳地区发电总装机容量的62.8%,规模、占比均位列全省第一。(张正全 摄)

让数据“多跑路” 群众“少跑腿”

2月23日,安阳供电人民大道营业厅正式开通“水电气暖讯”联合报装窗口,实现客户用水、用电、用气、采暖、通信联合报装“一网通办,一站式办理”,标志着安阳供电在推进营销服务领域数字化建设持续提升服务水平方面又迈出重要步伐。

安阳供电联合市水务公司,针对群众日常公共服务业务需求,将市政务系统接入供电、供水营业厅,开通“水电气暖讯”联合报装窗口,实现一个窗口即可同时受理不同行业报装申请。客户无论是在供电营业厅,还是在供水营业厅的“水电气暖讯”联合报装窗口,只需对照“一张表单”,像在餐厅点菜一样勾选用水、用电、用气、采暖、通信申请,政务系统就会自动推送客户申请信息至相应公共服务单位业务系统,省去了客户多家奔走,重复提交身份信息等相关资料的麻烦。

安阳供电依托大数据,以供电台区为基本单元,全力打造网格化供电服务新格局,通过“我要找电工”微信小程序、“安电小哥”人工智能机器人微信群等,自动回应客户涉电诉求,片区电工线上迅速响应,保障客户用电,电网赋能始终保持“满格电”。

市工信局

开展百城巡讲培训 助力企业转型升级

本报讯(记者 李雪)2月21日,市工信局、安阳高新技术创业服务中心、中国工业合作协会组织开展了“中国工业合作协会2022-2023中小企业‘益企行’百城巡讲”培训活动,我市100余家“专精特新”中小企业和创新型中小企业参加。

近年,我市聚焦工业经济高质量发展,实施企业梯次培育工程,支持中小企业走“专精特新”发展道路,涌现出以翔宇医疗、凯地电磁为代表的“小巨人”企业。今年,我市制定了更精准、更大力度的“专精特新”企业支持政策,加快推动形成领军龙头企业“顶天立地”、专精特新企业“铺天盖地”的发展格局,进一步深入贯彻《国务院促进中小企业发展工作领导小组办公室助力帮扶中小微企业纾困解难若干措施》《工业和信息化部关于开展

“一起益企”中小企业服务行动的通知》精神,助力中小微企业平稳发展,推动助企纾困因政策落地见效。

工业和信息化部原中小企业司副司长、先进制造商学院专家委员会秘书长王建翔博士,先进制造商学院政策研究室产业组组长王静硕士分别以《数字化转型—企业发展的必由之路》《专精特新培育体系及相关政策解读》为题进行了授课,为“专精特新”企业传经送宝、答疑解惑,助力“专精特新”企业转型升级,实现高质量发展。

参加培训的企业负责人认真听专家授课,并积极与专家互动,虚心向专家请教,真诚请专家指路,提早着手准备,积极参与申报,争取成为“专精特新”企业中的小巨人和“隐形冠军”。

鑫龙煤业

持续开展“素质登高工程”

本报讯(记者 姚芳 通讯员 李东广)今年年初以来,安阳鑫龙煤业集团有限责任公司(以下简称鑫龙煤业)持续开展“素质登高工程”,近日,该公司举办了中高层干部能力提升专题培训班。该公司领导班子成员,机关正部级、副部级管理人员,各分公司班子成员,矿井班子成员、副总工、总助及矿井机关科室和区队代表等共100人参加了培训。

培训采取集中学习研讨和红色教学相结合的方式,邀请了战略管理专家、高级心理咨询师、中国管理科学研究院客座教授杨楠,团队企业管理专家、中国企业发展能力研究中心主任、高级研究员、清华大学卓越总裁现代经济管理高级研修讲师陈竹友以及市委党校教授、副校长赵锡信授课。

参训学员表示,一定会珍惜此次宝贵的

学习机会,认真听、勤思考、多实践,将本次学习到的科学理论知识应用到今后的工作中去,丰富管理知识层次架构,提升个人修养和经营管理能力,影响和辐射身边同事,以优异业绩助推企业持续高质量发展。

此次培训是落实鑫龙煤业“素质登高工程”的有力举措,旨在提升管理人员综合素质,实现由单一知识型干部向管理全能型人才的转变。下一步,鑫龙煤业将持续深入推进“素质登高工程”,继续开展多种层次的干部素质提升和职工技能提升培训活动,努力打造一支思想境界高、管理水平优、专业能力强的全能型高素质干部团队和懂安全、技能高、善操作的职工技能队伍,不断增强公司核心竞争力,提升公司高质量发展新动能。

安装自闭阀 让燃气安全多一道保障

法律法规要求

自2022年1月1日起实施的《燃气工程项目规范》规定:

家庭用户管道应设置当管道压力低于限定值或连接灶具管道的流量高于

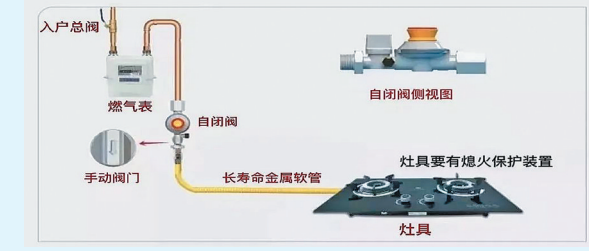
限定值时能够切断向灶具供气的安全装置,设置位置应根据安全装置的性能要求确定。

为切实提高城乡既有燃气用户室内设施安全水平,从根本上预防和减少燃气安

全事故,保障人民群众生命财产安全,2022年,由政府主导、燃气企业实施,共同承担资金,对既有管道燃气用户免费加装1个灶具端管道燃气自闭阀和1根2米长的金属软管。

一、什么是自闭阀

管道燃气自闭阀是一种安装在室内低压燃气管道末端、与室内燃气用具连接,能够感应管道燃气压力,在管道压力异常情况下自动关闭、需人工复位的安全装置。(如右图)



二、燃气自闭阀的功能

1. 过流自动关闭: 当燃气连接管老化脱落时可自动关闭,切断气源。
2. 停气自动关闭: 停气或未通气时自闭阀始终

保持关闭状态,防止复供气后可能发生的燃气泄漏。

3. 欠压自动关闭: 使用燃气高峰期、水堵、冰堵或管道内杂物堵塞导致管道内燃气压力减少时,

可自动关闭阀门、切断气源,有效防止漏气。

4. 超压自动关闭: 当管道燃气压力超过安全限值时自动关闭阀门、切断气源。

三、自闭阀的操作使用

1. 认识管道燃气自闭阀的几种按钮状态,如右图所示。



2. 开启阀门: 管道正常供气后,拉起提钮,进入开启状态。

如无法提起提钮(如图①关闭状态所示),请检查:

- (1)入户总阀是否打开,管道内是否有气,如有电磁阀查看是否关闭;
- (2)燃气表IC卡是否充值,燃气表内电池是否正常;
- (3)燃气具连接管连接是否完好,是否有龟裂、脱

落情况;

- (4)如上述均正常,管道燃气自闭阀提钮仍无法提起,一般为管道压力过低或停气造成。

3. 如管道燃气自闭阀提钮帽顶出为超压关闭状态,请检查:

拉起提钮时是否用力

过大,如正常拉起提钮帽,仍然出现顶出的情况,可能确实为管道燃气超压。

安阳华润燃气24小时客服热线96655。

燃气安全情系千家万户,安装管道燃气自闭阀和金属软管,少一些用气隐患,多一分家居安全。



老字号走俏靠守正创新

□曲晓东

近日,商务部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、国家文物局、国家知识产权局五部门联合印发的《中华老字号示范创建管理办法》提出,推动中华老字号顺应市场机制、守正创新发展,引领带动更多市场主体实现高质量发展。

目前,我国有中华老字号1128家、地方老字号3277家,其中,701家中华老字号创立至今已超过100年。老字号具有的鲜明特征,包括丰富厚重的文化底蕴、独具特色的经营之道、历代相传的精湛工艺、有口皆碑的品牌价值。

每家老字号都有一批“铁杆粉丝”,他们有着较高的品牌忠诚度。消费者青睐、认同老字号,是因为老字号承载的不只有情感和记忆,还有工艺和文化。当然,在市场竞争激烈、消费升级换代的今天,老字号也要顺应市场机制,守正

创新发展。守正并不是倚老卖老,而是要留住文化特色和工艺传承,是对品牌价值、工匠精神、产品品质的坚守,这也是老字号创新的前提。

应当看到,多数老字号的产品较为单一,目标消费市场较为狭小。有些老字号存在产品或服务与日常生活脱节的问题,产品的实用性不够,有些老字号存在传统文化内涵附加值不高的问题,产品的趣味性不足,因此难以激活更多的年轻消费群体。消费者选择老字号,为老字号买单,只靠“文化牌”“情怀牌”是不够的,消费者需求的满足,根本上在于产品的使用价值。因此,老字号产品创新尤为重要,要契合年轻消费群体的个性化、多样化需求,实现文化价值与流行时尚相融合,与时俱进推动工艺改进,不断提升产品品质。

如今,“酒香不怕巷子深”的传统营销理念

已不适应时代发展,跨界营销成为老字号“出圈”的新方式,它们牵手新锐潮牌共同发展,已有不少成功的尝试,这也有助于老字号的文化价值更有效地转化为经济价值。拥抱电商发展新浪潮,同样是老字号营销创新的重要抓手。直播带货等新渠道的开拓,也让不少老字号在网上受到热捧,百年老店“变身”新晋网红。

值得一提的是,老字号大都有动人的老故事,可以通过设立凸显文化特色、工艺传承的企业博物馆,设置多样态的互动环节,来让消费者更好地了解老字号的制作工艺,感受其中蕴含的传统文化。有条件的老字号还可以将制造车间设计成旅游景点,打造亲子休闲、旅游观光的文化消费新场景。这样的参观体验,也会让消费者老字号产生更多信赖感,让老字号的品牌形象在更多人心中生根发芽、茁壮成长。

(原载于《经济日报》)