

逆风而行 守护电网安全的“尖兵”

“北池线的线塔上有一鸟窝,影响到架空线安全运行,需要紧急处理,请周边负责的班组马上派出人手进行维修。”近日,天铁公司动力厂供电车间检修二班班长边建朝接到工作群发出的指令后,立即带领班组职工李爱华、付海瑞、冯利红奔赴现场。到了现场,他们利用拉闸杆,小心谨慎地将鸟窝清除下来。

“像这样的隐患排查治理,对我们来说是常事。”检修二班职工说,“多亏班长高招多,每次都能顺利排除障碍。”

供电车间检修二班现有成员6人,主要承担着公司6到10千伏高压架空

线路、110千伏线路的巡视、维护、检修任务。“我们的工作直接关系到公司电力系统的稳定运行,关系到公司的安全生产,决不能有半点马虎。”作为基层管理者,边建朝经常这样叮嘱班组职工。

“快看,673线路转角线杆上的金具破损了!”几天前,面对持续大风天气带来的挑战,在巡检过程中,李爱华发现隐患后立即报告给班长。边建朝率先爬上杆头,查看破损情况,制定更换作业方案。

金具重达25公斤,在地面上不算什么,可在高空难使上劲,再加上检修平台狭窄,更换作业举步维艰。边建朝

踮起脚拎着金具,李爱华半蹲着托着边建朝,付海瑞拆卸固定螺栓。拆除后用绳子放到地面,再把新金具拽拉上去,更换好。下到地面,三人坐在地上休息了十来分钟才缓过劲儿。

前段时间,神黄线一分支高压架空线被树枝意外砸断,导致一小学和幼儿园等区域陷入停电困境,需要抢修。接到工作指示后,供电车间检修二班职工迅速响应,携带上工机具,赶往故障现场。

抵达现场后,边建朝带领大家,先对故障线路进行了细致勘查,锁定断点位置,了解断点两侧的损坏情况,评估连接难度,明确了修复步骤。随后,职

工们分头行动,根据现场实际情况,展开断点连接。“高压线弧垂要适当,弧垂过大容易造成相间短路,过小承受的拉力过大可能被拉断。”边建朝一边操作,一边提醒。大家严格控制连接质量和工艺标准,精心作业,连接断点、紧线、调整。经过4个多小时的努力,成功修复故障线路,恢复了电力供应。

“每一次抢修、检修都是对电力供应安全的守护,每一次努力都是对企业发展的责任担当。”边建朝表示,要做好辖区内高压线路巡视、隐患排查工作,确保电网安全稳定运行,筑牢安全生产防线。

本报记者秦帆 通讯员尹红伟



嘉里粮油(天津)有限公司宣传部门日前开展“让照片更出彩”职场摄影技巧专题讲座活动,邀请专业摄影师系统性赋能员工自媒体创作能力,助力企业传播矩阵建设。

张磊 摄

攻坚克难的“青年突击队”

“我们努力践行天津医药集团八大行动框架以及达仁堂集团‘扎根向下、创新向上’的工作要求,发挥青年职工生力军和突击队作用……”津药达仁堂乐仁堂制药厂“清喉增效青年突击队”队长聂晓洁介绍,2023年,在企业党委的带领下,乐仁堂成立“清喉增效青年突击队”,承接降低乳糖型清喉利咽颗粒生产耗时、提升交货速度的任务。这支突击队由质量、生产等多部门青年职工组成,共有成员14人,青年占比86%。

突击队成员们始终将精益管理运用到项目管理中。在车间里,他们正在用笔记录,努力识别排除等待、过度加工等八大浪费,寻找瓶颈环节,提出改进清单。成员们基于分析结果,设计更高效的工艺流程,开展小试及中试试制工作,测试改进方案效果。他们在过程中严格把控每一环节、认真分析每一个数据,确保结果真实可靠。

在工作中,突击队弘扬工匠精神,追求产品工艺的精益求精。“我们除了想缩短乳糖型清喉利咽颗粒的生产周期,还想借助此次工艺优化,进一步提升产品质量。因此在整个价值流分析和方案的制定过程中,综合考虑不同要素间的关系,大家发挥所长,保证交互信息的及时、准确、顺畅。”聂晓洁说,“在此期间,由于突击队成员要协调本岗工作和突击队任务,所有成员的工作强度远超平时。然而面对高强度的工作,大家却没有丝毫怨言,一直按照既定工作目标、超阶段性目标,将突击队任务向前推进。”

突击队成员们敢于攻坚克难、团结协作,为企业和消费者交上了一份满意答卷。2024年如期完成乳糖清喉利咽颗粒生产任务,保证了市场的及时供应,满足消费者对乳糖型清喉利咽颗粒的购买需求。同时,2024年还累计节约工时及能源等成本87.31万元,并荣获天津医药集团“优秀青年突击队标杆”称号。

本报记者姜凯琦

让职工创新『好点子』落地生金

“奖励来啦,上个月获奖的成员快来领!”

4月初,天津摩比斯汽车零部件有限公司职工创新工作室里创新改善案例获得采纳的职工听到消息,兴高采烈地来到工作室,领取雨伞、洗衣液、毛巾……大家拿着自己的奖品,开心地走了出来。

看到职工们高兴,创新工作室负责人也十分开心,他说:“每个月拿出1500元奖励案例被采纳的职工,别看发的是‘小’奖励,却极大地激发了职工的创新积极性,公司职工参与率已达到100%。”

自职工创新工作室建立以来,公司工会努力探索提升利用率的方法。工作室以发挥职工金点子和好想法为主线,打造“头脑风暴”基地,将职工们好的作业需求,改进想法及时记录下来,并结合生产实际,逐步完善成改善方案。为了提高职工们的创新意识、创新能力,有效调动创新积极性,工作室准备了休闲零食、书籍,并将优秀改善案例进行展示,不仅让工作室成为了会聚大家智慧的地方,也成了大家“充电”的场地。

“刘老师,您帮我看,针对生产线提出的这条改善意见是否可行?”“我觉得在机器上安装上小装置,就能提高安全性。”……如今,这样的技术交流随处可见。

每年,公司工会都会依据工作中问题点选出改善课题,并依据需要选拔人员分成小组,并不定期安排改善资质人员、分阶段对各小组的活动开展情况进行确认和指导。“生产现场的疑难杂症,仅靠个人的力量是难以解决的。”工作室负责人表示,鼓励全员寻找工作中隐藏的问题进行改善,以此在实践中增强职工的改善意识,提高发现问题、改善问题的能力。同时,增强了职工的集体意识,强化交流,提高凝聚力,提升集体荣誉感。

为持续激发职工创新热情、提升改进能力,工作室还邀请培训机构为职工进行创新关联的培训。随着全员综合素质的提升,有效减少了生产车间的浪费问题,仅2024年度取得121万余元收益性改善成果。

本报记者王晓君



天津送变电工程有限公司日前在1000千伏天津南变电站主变压器扩建工程项目现场,检查站内新装的110千伏断路器。技术人员新装一台300千伏安主变压器及相关设备,投产后可进一步提高我市电网外受电能力。图为运维班组正在对设备进行检查。

沈岳 摄



消费业态丰富,新鲜感十足,吸引消费者打卡首店

“这个品牌的帽子我很喜欢,颜色好看,几乎任何头型都能驾驭。”年轻消费者陈雪瑶日前来到位于上海市黄浦区淮海中路的韩国品牌emis中国首家旗舰店,买下两顶帽子,“国内有了门店,以后就不用找代购了”。

开首店、发新品,今天的中国消费市场,“首店经济”活力涌动。

所谓首店,就是某家品牌在某个地区首次开设的门店,包括全球首店、中国首店、区域首店、行业首店等。此外,首店也包含已入驻的品牌设立创新模式的概念店等。

近些年,“首店经济”走热并进入快速发展期。仅过去一年,北京、上海新增首店数量就分别达到960家、1269家。在陕西西安,西北首店、陕西首店频频登场,去年全市新增首店436家;在四川成都,仅热门商圈春熙路,就聚集了各类品牌首店600多家。

首店为啥吸引人?消费者给出的答案之一是:消费业态更丰富了。

江苏南京新街口,坐落着一家占地约2500平方米的二层独栋门店,这是服饰品牌Zara在中国开业的全新亚洲旗舰店,也是亚洲市场首家引入咖啡店的门店。

“听说这是Zara在亚洲最大的旗舰店,上个月开业第一天我就去了。进店排队20分钟左右,试衣间门口还得排队。”家住南京的罗洛晨趁热打卡了这家Zara门店,她介绍:“店里有T恤自助售卖机、咖啡角,我和朋友在店里吃完衣服,点了杯咖啡,坐下休息了一会儿,后来又开启了第二轮‘买买买’。果然,店里消费的场景更多,更能留住消费者。”

在湖北武汉,手机品牌OPPO和一加华中地区首家联合旗舰店3月1日正式开业。门店不仅展示品牌系列产品,还定期开设摄影、游戏等课程。“开业当天我就去打卡了。”在湖北读大学的陈飞说,这家首店装修新潮,2楼还有游戏的联名周边区,“现在的手机店不仅售卖商品,更为年轻人提供了‘找同类’的社交空间”。

不少消费者热衷于首店“尝鲜”。位于北京王府井商圈的九十葉抹茶专门店,是该品牌在北京开的首家门店。“我经常打卡各种餐饮首店,这家店刚开业时,我就去凑了热闹。”北京市民李珊珊说,“北京有挺多冰激凌店,但专门做抹茶口味的,这应该是头一家。这家店的抹茶冰激凌口味很纯正,我最爱‘抹茶5号’,口感浓郁偏苦,浓浓的茶味儿还有些提神效果,排队也值了。”

越来越多的首店开张,吸引着年轻消费者前去打卡——

以“首”促新 时尚满格

四川烤鱼品牌店进驻北京,食客排起长队;OP-PO和一加华中地区首家联合旗舰店落户湖北武汉,在店里就能和游戏发烧友“开一把”;韩国潮牌emis首店在上海开业,时尚达人晒图好不热闹……

从国际潮牌到点心小铺,从知名连锁到小众品味,越来越多首店开张,吸引着年轻消费者前去打卡。这些首店,以创新的营销方式、丰富的商品品类,为消费者带来全新消费体验,也成为城市消费的新增长点。



消费者在名创优品MINISO LAND北京壹号店购物。

张闻迪 摄

瞄准城市调性,激活消费潜力,首店选址“有学问”

对于商家而言,首店选址,既要看商圈消费水平和人流量,也要看城市调性与品牌风格是否契合。很多时候,选哪座城、在哪个商圈开店,更像是品牌首店和城市之间的“时间碰撞”。

平均每天举办1场品牌发布等活动;北京首店或概念店占85%……位于北京市朝阳区的THE BOX朝外是北京首个特色城市活力创新中心,名创优品MINISO LAND北京壹号店在这里正式开业。占地超千平方米的门店,如同一个巨大的IP乐园,汇聚《黑神话:悟空》、哈利·波特、迪士尼等年轻消费者喜爱的IP联名产品。

“我们门店选址在THE BOX朝外,就是看中了这里整体偏年轻化的风格。”名创优品MINISO LAND北京壹号店长史影莲介绍,该商圈主要客流群体是20来

岁的年轻消费者,很多消费者喜欢买手办和文创商品。“针对年轻消费者的喜好,我们门店的装修风格相比其他常规店更偏乐园风。作为名创优品‘land店’,不仅货品更丰富,上新速度也更快,很多IP新品主要在‘land店’首发,刚开业时,我们就首发了和《黑神话:悟空》联名的系列产品,明显带动了品牌整体的业绩增长。”

在位于江苏南京的德基广场,全球市场占有率第一的消费级全景相机品牌影石开起了首家品牌直营店。“选址南京,背后有很多原因。”影石市场总监袁跃介绍,南京拥有丰富的旅游资源,当地还在加快建设国际消费中心城市,消费市场需求持续增长。同时,南京首店经济发展迅速,品牌选址的德基广场更是华东地区著名商业地标,汇聚众多国际一线品牌和高净值客群,这与影石“科

技+艺术”的定位高度契合。“入驻德基广场,能让我们借助这里的商业氛围,提升品牌知名度和影响力。在与消费者的接触中,也能激发品牌自身的创新灵感。”袁跃说。

品牌开首店,还要能和年轻人“玩”在一起。“我们在运营首店时,会邀请消费者体验各类产品,为其讲解产品的独特‘玩法’。门店还经常设置品牌周边赠送、社交打卡、互动抽奖等活动,鼓励用户分享他们拍摄的作品,增强社交传播效应。”在袁跃看来,首店经济的蓬勃发展不仅反映出一座城市的商业活力,也是品牌看好区域市场、加速线下布局的表现。“目前,我们已经在北京、上海、广州、深圳等10座城市,开设了18家影石品牌专卖店。希望能将产品更好、更全面地推介给消费者。”

门店品类丰富,品牌更加多元,首店经济有力拉动城市消费

眼下,各地新开首店品类愈发丰富,品牌也更多元,不少小众化品牌首店受欢迎。

据赢商大数据统计,2024年,全国餐饮首店数量及占比创近3年新高。看细分品类,以酸汤火锅、菌汤火锅为代表的小众特色火锅首店热度超过川式火锅。同时,二次元相关品牌聚集的IP主题店、礼品玩具首店数量持续上升。此外,“大商场”开始热衷引入“小品牌”。2024年,高档商场中兴兴品牌首店占比飙升86.25%,创近3年新高。其中,九十葉、连杏双皮奶等品牌以专门店形式,在多家高档商场开出首店。

火热的首店经济,也在为城市和区域经济发展注入活力。美团数据显示,今年以来,上海、广州、重庆、成都、深圳、北京、东莞、苏州、杭州、郑州等城市在美团平台上的餐饮新开门店数位居全国前十,基本每10家店中就有一家为新开。针对首店、新店,美团等线上平台纷纷推出“流量扶持”“专属标签展示”等举措,帮助门店快速获客。比如3月,北京老牌餐厅金鼎轩开出首家自助餐店,首个周末等位超过180桌。借助美团新店标签、新店流量扶持,该店日均团购订单量突破千单。在刚刚过去的清明假期,北京超极合生汇西区引入30余家首店及旗舰品牌,假期客流量超60

万人次,销售额约3500万元。

更多城市则以真金白银,欢迎创新元素多、社交属性强的首店落地。福建有关部门发布《促进首发经济高质量发展的若干措施》,将“支持国内外知名品牌开设福建首店”“对符合条件的福建首店给予最高不超过50万元资金奖励”。重庆市商务委明确,对符合条件且经评审纳入支持的商业管理运营商、第三方机构,按照引进商业品牌首店品牌等级及数量、首店层级及数量等进行综合评审,分别给予最高不超过200万元、100万元的资金奖励。

“我们将积极推进首发经济,鼓励国内外企业开设首店,举办首发首秀首展,持续激活消费潜力。”商务部市场运行和消费促进司司长李刚说。

首店热,不能只热一时。在袁跃看来,为首店造势是打响知名度的第一步,而优质稳定的产品供给,是品牌竞争力的核心。“我们将结合市场需求,持续迭代产品矩阵,不断推出具有创新性的影像设备。线下门店也会同步策划新品发布会、以旧换新等活动,让消费者能第一时间体验最新的影像科技,对门店保持关注和黏性。”袁跃透露,目前,品牌仍在积极推动线下首店的拓展计划,未来将在更多核心城市落地。

廖睿灵(据《人民日报海外版》)



江苏如皋市吾悦广场商圈消费场景。近年来,该商圈消费扩容,吸引多家首店入驻,激发消费活力。

吴树建 摄