

2015年“中国化纤协会·恒逸基金”优秀论文揭晓

本报讯 7月16日,2015中国纺织工业协会化纤专业委员会学术年会在浙江萧山隆重开幕,“中国化纤协会·恒逸基金”优秀论文揭晓。中国化学纤维工业协会会长卢志平、恒逸石化股份有限公司董事长邱奕博、浙江恒逸集团有限公司副总经理胡远华等专家领导和来自全国各地化纤行业的技术专家、科研院所、企业领导和新闻媒体等200余人出席了会议。

恒逸石化股份有限公司董事长邱奕博在开幕式上致辞。他表示,《中国化学纤维工业协会·恒逸基金》将持续支持行业的科技工作者,开展切实有效的学术研究工作,推动中国化纤工业发展,在实现中国梦的伟大征程中走好化纤强国之路。

会议期间,浙江恒逸集团副总经理胡远华宣读2015“中国化纤协会·恒逸基金”优秀论文获奖名单。她表示,“中国化学纤维工业协会·恒逸基金”致力于提升化纤行业的基础理论水平,活跃了行业的学术氛围。同时,恒逸集团受益于行业科技学术的进步,与行业共同成长。

据了解,2015年“中国化学纤维工业协会·恒逸基金”优秀学术论文共收到有效论文240篇,分为综合管理类、基础研究类、应用技术类等3大类。稿件来源于64个单位,在高校中,从最南端的五邑大学到最北端的长春工业大学,从东部沿海的华东大学到西部的四川大学,均有学校组织的稿件参与,“中国化学纤维工业协会·恒逸基金”参与面与影响力进一步扩大。

今年,“中国化学纤维工业协会·恒逸基金”优秀学术论文共评出一等奖1篇、二等奖10篇、三等奖21篇。恒逸提供的《保暖发热聚酯纤维的研究》(我国化纤产业两化融合应用研究)等2篇学术论文获奖。

作为全球化纤维界的唯一学术技术奖,“中国化学纤维工业协会·恒逸基金”优秀学术论文自2013年设立以来,累计收集论文637篇,已评出一等奖2名,二等奖25名,三等奖47名,优秀奖143名。“超高分子量PPTA树脂及其高模量芳纶纤维的结构与性能”、“低成本碳纤维制备新技术——增塑熔纺纤维法制备PAN纤维及其结构性能研究”、“涤纶/聚酰胺纤维的性能及在滤料中的应用”、“聚乳酸生物纤维的研发、产业化及发展建议”、“保暖发热聚酯纤维的开发”、“有机阻燃粘胶纤维产业化开发及应用研究”、“大型化纤企业价值创造型财务管理模式创新研究”、“两化融合下纺织产业创新驱动发展突破路径实验研究”等几十项行业前沿新技术、创新成果得到业内高度重视并在行业推广,从而推动了化纤行业的科技进步,论文作者得到业内肯定。

恒逸集团是化纤行业的龙头企业,是一家专业生产PTA、聚酯纤维、化纤加强丝和从事金融投资、进出口业务经营、房地产开发的大型现代民营企业集团。为推动化纤行业技术进步和基础学术研究,促进中国化纤工业的创新发展,由恒逸出资,与中国化纤协会共同发起设立了“中国化学纤维工业协会·恒逸基金”,经过三届的打造,已成为全球化纤维界唯一的学术技术奖。(黄莹)

集团召开 2015 年半年度管理工作会议



本报讯 7月13日下午,集团公司在南岸明珠总部办公大楼2703会议室召开2015年半年度管理工作会议,回顾总结上半年工作情况,部署落实下半年各项工作任务,要求坚定信心,转变观念,理清思路,明确目标,进一步巩固和提升主营业务在行业中的竞争地位。会议由集团公司董事、石化股份公司董事长兼总经理方贤水主持,集团公司董事长邱建林在会上作了重要讲话。集团公司、石化股份公司各管理层领导和总部职能部门(中心)、所属企业负责人参加了会议。

邱建林在讲话中对本次会议召开的背景和当前企业面临的形势进行了简要分析,然后指出,市场只认一号,行业只认老大,在充分竞争的市场面前,只要你不进,就是倒退。为此,他要求认真总结经验和吸取教训,不能闭门造车,不能做温水里的青蛙,而要从思想上引起足够的重视,在今后的行动中加以改进。

和当前企业面临的形势进行了简要分析,然后指出,市场只认一号,行业只认老大,在充分竞争的市场面前,只要你不进,就是倒退。为此,他要求认真总结经验和吸取教训,不能闭门造车,不能做温水里的青蛙,而要从思想上引起足够的重视,在今后的行动中加以改进。

在谈及如何落实“巩固和提升主营业务在行业中的竞争地位”的恒逸主战略时,邱建林强调了两个“毫不动摇”,一是要毫不动摇地推进文来项目,二是要毫不动摇地优化现有业务。他指出,有限的资源务必配置到主业里去,决定项目命运的并不是快与慢,基因才是项目的决定因素。不管是投资决策,还是管理改进和调整,一切工作有没有价值和意义,在于其是否能够有效巩固和提升主营业务在行业中的竞争地位。

邱建林就如何推进2015年下半年工作提出了四个方面的要求:一是坚持优化主业,把重点放在结构调整上,明确责任部门和责任人,形成清晰的思路和行动指南;二是继续整合辅业,逐一对照辅业投资项目进行分类梳理;三是降低汇率风险,对美元和欧元汇率管控进行专项研究规划;四是提升品牌管理,将之作为一项战略性的长期工作,建立常态机制,充分调动一把手资源,成立专项攻关执行小组,加大质量管理人才引进力度。

会上,集团公司常务副总经理楼翔、石化股份公司副总经理兼投资总监倪保锋、石化股份公司副总兼营销采购中心总经理朱军民分别就2015年半年度的财务管理、投资管理、经营策略工作情况作了专项报告。在广泛互动、深入交流、开诚布公、集思广益的氛围中,与会人员纷纷对如何改进公司经营和管理工作提出了具有建设性的意见和建议。

(本报记者)

注重全员参与 强化责任落实

恒逸石化将品质提升列为企业生命工程

本报讯 7月23日,恒逸石化股份有限公司品质提升专题研讨会在南岸明珠总部办公大楼2603多功能厅召开。会议决定将品质提升列为恒逸石化一项长期的企业生命工程,要求注重全员参与,强化责任落实,让质量第一的意识渗透到工作的每一个细节中,成为恒逸企业文化的重要组成部分。

会议由石化股份公司董事长、总经理方贤水主持。来自营销、生产、财务以及人力资源系统的相关负责人参加会议,并在会上作了交流发言。集团公司董事长邱建林,集团公司常务副总经理楼翔、集团公司副总经理兼人力资源总监胡远华出席会议。

会议认为,随着外部宏观经济环境的不

断变化,行业产能的严重过剩,公司面临的竞争压力越来越大。当前,随着下游企业对产品质量的认识与要求正在不断提升,竞争格局也由规模竞争、成本竞争转为品质竞争。为巩固和提升主营业务在行业中的竞争地位,各个系统必须统一思想,对品质管理引起高度重视,要以生产为中心,细分市场,确保生产装置运行和产品内在质量的稳定性。

会议指出,品质和品牌的管理是一个永恒的主题,要充分认识到品质和品牌对企业生存与发展的意义。品质和品牌对企业而言,有时候是生和死的问题。只有解决品质问题,才能解决品牌的问题。为此,必须注重全员参与,强化责任落实,把品质提升列

为一项长期的生命工程,坚持内部新生力量培养和外部力量引进并举,要用各种方法、制度和工具去保障、去制约、去灌输,让质量第一的意识渗透到工作的每一个细节中。

会议强调,品质提升也是一把手工程。一把手是一个立体的概念,不是只有工厂的总经理才是一把手,下面的车间主任也是一把手,各流程节点的负责人也是一把手。要有紧迫感、危机感,不要推脱,也不要踢皮球,多反思自己,多与外部交流,在下指令前要慎重考虑,充分论证,正确处理好品质与成本、短期与长期的关系,确保产品品质在现有的基础上有所提升。(吴中)

浅谈品质与品牌的重要性

7月中下旬,恒逸集团2015年半年度管理工作会议和恒逸石化品质提升专题研讨会相继召开。集团公司董事长邱建林出席会议并先后两次作了重要讲话,要求将品牌管理作为一项战略性长期工作来抓,充分调动一把手资源,切实提升产品品质。

商品想要占据市场,第一步自然是品牌的认可。可以说,品质是基本前提,品牌则是一个根本方向。恒逸集团经过20多年的发展,其品牌价值的提升和自身重视产品品质是离不开的。品质和品牌相辅相成的关系,是恒逸一直保持良好的发展的重要因素。恒逸人不仅要重视品质,更应该将品质渗透到工作的血液中,使之成为恒逸企业文化的一部分。

品牌并不是简单的一个符号,品牌的背后是企业文化、经营理念、产品创新、诚信服务等综合元素的集合。引导企业加强自身文化建设,树立科学的经营理念,强化品牌意识,提升竞争档次,从产品打市场走向品牌打市场,这样才更有利于企业的竞争和发展。恒逸在发展过程中,不仅树立了良好的品牌形象,而且恒逸良好的品牌形象,也大大增强了自身的企业软实力,推动着恒逸的品质不断向前提升。

品牌与品质的提升,说到底还是企业自身实力的提升,这种提升体现在能力、意识、思想、习惯等各个方面。邱董事长在会上强调,“人永远是第一保障。”在品质和品牌的提升中,广大员工不只要有紧迫感、危机感、责任感,在采购、生产、销售、仓储等各个环节严把质量关,时刻树立品质品牌意识。

随着全球经济的一体化,特别是随着国际上一些大品牌在中国市场的全面进入,再加上中国本土品牌的迅速成长,从某种意义上说中国已进入了品牌经济时代。如果还像从前那样在市场上只拼价格,拼成本将很难生存,即使只拼价格也是只能是小胜,或是阶段性的胜利。从国内外企业成功的实践来看,凡是取得大的企业都是十分注重自己的品牌形象。因为品牌不仅是一个企业的“门面”,而且还是一个企业的生命。

□ 黄莹

New Lead

☆ July 16th, two papers which were provided by Hengyi obtained the excellent papers of "China Chemical Fiber Association 'Hengyi Fund' in 2015

The first page

☆ July 4th the merchandising buying center of Hengyi organized salesman production training of DIY.

The second page

☆ July 10th 12 students from Harper Adams University come to Hengyi for visiting and studying.

The third page

“烤箱”里的职责

今年入夏以来,上海地区的气温在不断地上升,炎炎烈日让人感到酷暑难耐。当人们纷纷避暑和高温,躲进室内开空调,或在树荫下纳凉,或跳进泳池里嬉水时,总有那么一些人,迎着高温辛苦地工作着。他们是这样平凡,又是这样坚守,即使这对于他们来说只是为了生计而劳作,也正因为这份坚守,车间的生产才能有条不紊地进行。

炎夏烈日,骄阳似火!持续的高温让人觉得酷暑难耐,即使站着不动,瞬间也会汗流浃背。在这样的高温天气里,上海恒逸纺丝部的员工们依然默默无闻地在“烤箱”里坚守自己的职责,接受高温的“挑战”。

上海恒逸纺丝部后纺车间是涤纶短纤维的后加工工段,这个工段的生产性质就是高温高压、设备高速运转,牵伸卷曲岗位的员工每

时每刻都要和高温高压的设备近距离接触。走进车间,看到的是大功率排风扇以及忙碌的身影与一张张热得红彤彤的脸。排风扇吹出来的热风,却让他们感受到了丝丝清凉。每个夏天,他们都坚守在自己的岗位上,兢兢业业地完成着各项生产任务。

(王坤)

本报荣膺浙江省优秀企业报称号

本报讯 7月25日,浙江省企业报协会召开2014年度好新闻、副刊好作品及优秀企业报表彰大会。在全省85家参评报纸中,本报脱颖而出,继续荣膺浙江省优秀企业报称号。由本报编辑部选送的3件作品全部获评2014年度好新闻奖。

此次被授予2014年度浙江省优秀企业报称号的共有30家,协会在对参评报纸审议的基础上,按从严掌握的标准,好中选优。本报由王作撰写的《务实就要“扑下身子”干出样子》获得三等奖(言论类),由刘海清拍摄的《无声画者作品荣登企业台历》获得三等奖(新闻类),由欧元兵撰写的《“补脑子”“压担子”“紧箍子”》获得副刊好作品。

据了解,本报前身,企业内刊《恒逸简报》于1995年1月创刊。1998年10月,改名《恒逸人》,成为企业报型内部资料出版物,2001年12月,正式更名为《恒逸报》,是恒逸集团的官方报纸,由浙江恒逸集团有限公司主办,国内统一准印证为浙企准字第A010号。

内刊是恒逸集团加强思想认同感和开展新闻宣传工作的重要舆论阵地,是恒逸文化构建与传承的重要载体,是恒逸全体员工、员工家属和社会各界人士的重要纽带,是展示对外形象和塑造恒逸品牌的重要窗口。长期以来,本报以“立足恒逸、面向社会、贴近员工、服务企业”为办报方针,以

“发挥喉舌作用,增强员工意识,培育企业文化”为办报目的,结合不同时期、不同阶段和不同任务,传递信息,宣传典型,充分发挥企业主流内刊的功能。围绕企业发展大局,服务中心工作,反映生产管理,展现厂区风貌。

2001年-2014年,改名后的《恒逸报》共获得全国、全省、全市、全区企业报好新闻等各类奖项近100项,其中全国行业一等奖3项、二等奖2项,浙江省一等奖6项、二等奖3项、三等奖17项,杭州市一等奖26项、二等奖3项、三等奖15项,萧山区一等奖4项、二等奖9项、三等奖8项。

(黄莹)