

苏盐井神公司

# 积极履行社会责任 彰显上市国企担当



苏盐井神股份公司厂景 施小红 摄

**本报讯** 近日,苏盐井神公司披露了2018年度社会责任报告,阐述了公司履行社会责任的成效,尤其在安全保障食盐供应、建设绿色生态企业和参与公益事业等方面情况,彰显了上市国企的责任担当。

安全高效保障食盐供应。保障食盐安全稳定供应是食盐生产企业履行社会责任的重中之重。苏盐井神公司作为江苏省内重点食盐生产企业,在保障全省食盐质量安全供应、省级政府食盐储备中发挥了重要作用。建成符合 GMP 标准的食盐生产基地,在行业内率先应用基于信息技术的全过程质量追溯体系,电子档案覆盖原料进厂、生产加工、检验出厂等全过程,食盐产品实现一袋一码一档案,可追溯来源、查询流向和追究责任;在行业内率先建成食盐专用矿区,采用饮用水生产原料卤水和采用食品级产品原料净化卤水。在建的“食用盐生产智能工厂”,推动了传统制盐工艺向“智能制造”技术升级,综合能耗降低25.3%,吨盐综合成本降低12.8%,该项目已成功入选江苏省智能工厂试点建设项目。通过依托国家企业技术中心、院士工作站、循环经济研究院等高端研发平台,加强与知名院所战略合作,加入产业技术创新联盟等,先后研发60多种食盐产品,销售区域覆盖全国20多个省份,销往省外大中型连锁商超200多

家、大中型食品加工企业30多家,成为海天酱油、李锦记、太太乐等企业的供应商。

全力建设绿色生态企业。推进“绿色制造、智能制造”是高质量发展的应有之义,也是国企彰显责任担当的重要方面。苏盐井神公司深入实施“产业链延伸、产业升级”战略,推进自主创新和科技进步,不断打造核心竞争力,开发出一批行业领先、具有自主知识产权的技术工艺。“井下循环制碱工艺”解决了制碱废液废渣处理的技术难题,每年节约标煤13万吨、节水420万方,公司纯碱生产成为行业能效领跑者标杆。近年来,大力推进节能减排技改、环境治理改造,通过持续实施“锅炉烟气排放”环保改造,在行业内率先实现超低排放,获得国家第一批“绿色制造工厂”称号。

积极参与社会公益事业。大力开展文明创建、扶贫济困、奉献爱心等公益活动,连续两届获得“江苏省文明单位”殊荣。2018年,先后开展了帮扶结对村——淮安区博里镇南徐村的救助和省驻淮安扶贫工作队、淮安区慈善总会的捐助活动,参加文明交通志愿者行动300余人次、无偿献血1000余人次。着力打造“盐化工循环经济研究中心”和“江苏省盐业动员中心”两个军民融合发展平台,积极开展民品转军品的产品开发和储备等工作,在战略能源储备技术研发、地下盐检测技术应用、复合环保低温型蓄冰制冷剂开发等方面不断取得突破。(武宁)

苏盐井神一分公司

## 精准施策冲刺“双过半”

**本报讯** 今年以来,苏盐井神一分公司紧紧围绕集团“3451”行动计划及苏盐井神“33622”总体思路,抓重点任务落实,细化工作部署,短板补足和作风转变,树立高质量发展意识,提升生产运行质效,确保上半年各项工作实现“双过半”。

抓任务细化部署。紧抓盐业体制改革机遇,增强紧迫感。实行任务倒排机制,层层细化落实,全力打好“五个攻坚战”。守牢底线红线,增强协同性。高度重视安全质量环保工作,针对近期多省发生的重大安全事故案例组织职工深入学习并制定整改计划,强化危险源辨识,严格落实环境整治,明确“两个责任”,落实“一岗双责”。紧抓项目建设,增强实效性。在项目推进过程中,做到深谋划、快实施、强考核,保证项目创新和结构优化相结合,促进企业高效稳定发展。

抓重点补齐短板。以申报全国质量奖为契机,将对标行业标杆,齐抓共管“产能、市场占有率、成本”等方面工作,全力补足短板,努力打造“大而强”的领军企业。今年1-4月,盐钙生产线累计产量51万吨,同比增长16.81%,单位总成本同比下降15.16元/吨,其中潮盐电、汽单耗同比分别下降6.44%、11.76%,氯化钙电、汽单耗同比分别下降14.19%、14.92%。强化产品质量的全过程管控,提升质量稳定性,提高了氯化钙等产品竞争力,为中东、美国、韩国市场的巩固拓展提供了有力保障。

抓落实强化作风。在全公司党员干部职工中深入开展“三讲三查三提升”解放思想大讨论暨形势任务教育活动,引导党员干部职工坚定发展信心,提振干事创业的精神,激发主动作为的干劲、砥砺攻坚克难的意志、苦干实干的作风,杜绝“担当精神不强、工作作风不实、工作成效不高”等问题,为完成全年各项目标任务,开创建设全国领军企业新局面奠定坚实的思想基础。(张为国 徐寅)

无锡盐业公司

## 夯实基础抓服务 拓展商超提质效

**本报讯** 今年以来,无锡盐业公司认真贯彻落实集团决策部署,加大KA维护力度,落实针对措施,取得明显成效。1-4月份,KA系统销售小包装食盐325吨,同比增加50.99吨,增幅为18.61%。

转变思想观念,变“坐商”为“行商”。面对日趋白热化的市场竞争,坚持“走出去”“沉下来”,全员发动,多方联动,组织职工“动”起来。将台前工作与幕后工作结合起来。一方面组织商超客户经理勤拜访,加深与排面管理人员的关系;另一方面,加强与采购主管、分管负责人的沟通,争取最大程度的支持。将场内工作与场外工作结合起来。在加强排面、品项、供货等日常管理的同时,通过媒体宣传、场外“准盐”宣传,为场内营销营造良好的氛围。将责任到人,与团队协作结合起来。压实商超客户经理的主体责任,动员后勤管理人员,利用重大节日和周末休息时间,就近到重点商超开展理货、导购、促销活动。

创新工作思路,变传统营销为现代营销。开展导购营销。讲清楚加碘与不加碘、化学合成碘与海藻天然碘、低钠与高钾的区别,引导消费者合理选择食盐。近期,在市电视台《阿福聊斋》栏目推出专题节目。开展文化营销。讲足“准盐”的悠久历史,引导消费者首选“准盐”。开展事件营销。抓住“准盐”新品即将面世的机遇,讲好每一个新品的卖点。

强化基础工作,变粗放管理为精细管理。优化消费场景。通过悬挂宣传牌、未加碘提示牌、协调整理堆头、印制发放宣传单页、调整排面集中陈列,形成视觉冲击力。细化人员考核。调整商超客户经理绩效考核体系,加大品项、销量等关键指标的考核权重;突出“准盐”排面占比、“准盐”销量占比,对兼职理货员进行环比进步率考核,进步率为正的同比例增加费用,进步率为负的同比例削减费用;严格县级公司商超业务的月度考核,考核结果与单位月度绩效工资挂钩。强化基础工作。建立8大系统34个门店“准盐”、竞品销售数据库,定期研究分析,及时发现问题。加强与苏盐连锁公司KA部的沟通,及时解决存在问题。(任婧)

瑞洪盐业公司

## 追求魅力质量 提升品质硬核

**本报讯** 近年来,瑞洪盐业公司始终以“魅力瑞洪,以质取胜”的质量方针为指引,视质量为企业的生命线,导入魅力质量理论,积极推行全面质量管理模式,产品质量市场竞争优势明显提升。

放大创新魅力。围绕增强企业自主创新能力,培育工匠精神,提高全员质量素养,实施质量素养提升工程,广泛开展技术创新、QC攻关、“五小”活动,发挥职工聪明才智,促进产品质量的提高。以提高效率、提升质量、创新技术为重点,实施卤水净化技改、大颗粒产品、大循环一系列技改项目。2016年,针对随着卤水品质下降,导致元明粉质量不可控制,低质产品销售困难,库存积压严重等情况,硝盐车间迅速成立“元明粉质量提升”QC攻关小组,并提出“人无我有,人有我优”的口号。攻关后,元明粉I类一等品由不足50%提高至大于90%,因质量的提高,成功开拓了纳爱斯、立白等特殊客户。2017年通过进一步攻关,超低氯根0.3%以下元明粉实现量产,打开玻璃、造纸和日本高端沐浴元明粉市场。

提升产品魅力。围绕“创品牌、增品种、提品质”思路,通过技术创新,从顾客需求出发,研发出大颗粒、超细颗粒、超低氯根、中性元明粉、印染元明粉等特殊品种元明粉,满足了特殊客户需求。由于瑞洪盐业公司元明粉质量远远优于国家标准及同行企业,一些高端客户主动约单,赢得了顾客忠诚,经常出现元明粉供不应求的局面。

强化服务魅力。通过建立顾客信息的管理机制,增强与顾客的沟通,注重服务程序细节上的设计。对一些优质客户,有特殊要求客户量身定制产品质量策划方案。如:为立白公司专门设计了一袋集装箱装车运输服务,为浙江客户50kg包装产品定制软兜袋包装,实现机械化方式装50kg集装箱,既减少装车人工成本,又为客户卸货提供了便捷服务,实现了合作共赢,充分体现瑞洪盐业服务魅力。(徐真菁)

南京盐业公司

## 唯有“准盐”甄滋味

**本报讯** 今年以来,南京盐业公司深入贯彻落实集团“百千万亿”“准盐”品牌省内专项行动的要求,围绕“千年准盐 国之瑰宝”主题,因地制宜地开展地面宣传,实现最广泛覆盖、最深度渗透,强化消费引导、群体培育和价值转换,积极为“准盐”销售营造良好氛围。

强化KA门店宣传维护,精准发力,优化结构。以商超POS数据分析为基础,全员发动、全员参与、全员理货,全体员工利用周一至周五晚18点—20点、周六上午9点—11点,以“密集火力”针对苏果、大润发、欧尚等渠道15个重点门店,每天开展2场次宣传活动,主推“准盐”及“大清准盐”系列产品。目前已组织开展了800余次KA门店专项宣传促销活动。开展高端盐劳动竞赛活动,结合人才队伍培养,以“战”代“培”,严格绩效考核。

强化特通渠道营销宣传,个性化服务,市场化运作。紧扣客户的关注点,对客户进行精准宣传,同时加大渠道客户开发、维护力度,完善市场客户信息资料,采取协议合作、直营、分销、团购的模式,以直配直送、直营方式进入超市终端,以分销、团购方式运作传统渠道。在主城区以高校、大企业、政府食堂为重点,积极参与食堂招标。在郊区以中学、乡镇政府食堂为重点,量身打造个性化的产品组合和服务,采取基础盐开路、品种盐跟进、“高端盐+非盐”增效的模式,客户经理随车走访、配送上门,进行深度分销。

强化社区宣传推广,更新消费理念,引导消费升级。积极对接各街道社区、疾控中心等相关单位,精心开展宣传推广活动。一是以“吴盐如花皎白雪”为主题,大力宣传“准盐”悠久的历史。以“大清准盐”“天然三零食盐”新品等高端盐为亮点,以现

## 花开时节润金陵



“准盐”进社区宣传活动 董曼莉 摄

场“地推”的方式,广泛宣传“天然、纯净、品质”的产品特点,通过买赠活动,让消费者增强体验感。二是以“琼苏玉盐烂漫煮,咽入丹田续灵液”为主题,突出“准盐”鲜、咸、美味的品质。深入社区组织开展食盐知识讲座,大力宣传健康用盐理念,现场设置咨询台,为消费者答疑解惑,强化“准盐”在消费者心目中“绿色、健康、安全”的品牌形象。三是联手菜篮子工程促进会,大力开展户外地推活动。利用人群流量密集时间开展宣传,通过展示样品、发放无纺布袋、宣传单页等,让群众更直观、更全面的了解“准盐”品牌,努力实现品牌宣传与价值转换的“双提升”,有效巩固了“准盐”主渠道地位。(杨海兵)

苏盐井神机电分公司

## 强化计量仪表管控



电力电缆交流耐压试验 彭万明 摄

**本报讯** 今年以来,按照集团改革发展总体部署,苏盐井神机电分公司积极落实职能转换,着力强化片区生产表计校验、协助设备管理部全力实施设备检修管理和生产计量监管,为淮安片区高质量生产提供有力技术支撑。

严把源头管控,确保片区表计设备性能可靠。对压力表、热电偶、温度计等关系运行参数的表计逐一进行投运前校验,

## 助推片区高效发展

对高低压电气设备投运前进行预防性试验,从源头控制和杜绝了不合格产品投用到生产系统,保障了生产系统高效稳定运行。在2月份热电偶7#炉大修期间预防性抽检工作中,检出了一批铂铑热电偶产品不合格,隔绝了本批次产品进入生产系统的通道,保证了发电设备参数计量精准。

坚持规范标准,确保片区生产设备运行可控。在仪表校验工作中,实施规范管理模式,严格执行“五定”巡检法,即定巡检人员、定巡检时间、定巡检路线、定巡检点、定巡检内容,第一时间发现和及时处理数据异常的仪器仪表。电气试验按照标准化管理规定,试验现场设备定置摆放,严格执行电气试验作业现场安全距离标准,安全警示牌醒目,操作有序、过程可控、资料准确完善,保证了设备的稳定运行,有效提升生产系统运行可控性。

创新表计校管,确保与“智慧井神”平台相融。公司将片区每台设备“智慧化”编码,一台设备对应一个编码,实行全寿命周期管理,对每台设备检修直至报废所发生的费用全、一目了然,有据可查;组织专业技术人员绘制了片区第一张完整的高压电气一次系统图,为切实掌握片区高压电气设备布局提供了详细的定位参考;建立了片区仪表设备一级、二级计量档案,绘制了仪表设备一级计量设备、二级计量系统联络图,系统开展计量仪表的定期检验和强制检验工作,积极推进检修设备管理融入“智慧井神”平台建设。(董明国)

瑞泰盐业公司

## 抓住“牛鼻子” 苦战“红五月”

**本报讯** 5月份蒸发量大、降水量少,是日晒盐生产的“黄金月”。瑞泰盐业公司抢抓旺季,全员参与“大干红五月”,以“攻单产、降单耗、抢盐、找市场”为重点,努力实现“旺季旺产”。

全员动员,提升工作效率。以“三讲三查三提升”大讨论活动为抓手,引导全体员工正确看待目前的挑战和机遇,激励员工爱岗敬业、挖潜增收。扒盐班披星戴月抢盐,不扒盐班班早六点就到岗,活除杂、整修塑布、收水投卤,640块结晶池全部实现活碴结晶,收用不同浓度好水制成饱和卤近3万方。4个后进班通过对标先进找差距、扑下身子抓整改,工作绩效明显提升。销售人员外拓市场抓增收,南下北上搞调研,省内省外强协调,找销路与催货款同时发力,拓展了福建、辽宁等新市场,已进入实质运作阶段。

产销对接,提高产品质量。组织销售人员到生产一线及时反馈市场信息和客户要求,修订完善了《矿日晒盐作业指导书》,严格按照质量管理流程,强化扒盐过程中的质量管理,做到“四个坚持”:坚持“三道”除杂不懈怠,做到盐上扒盐,盐色好于往年;坚持新卤、清卤洗盐,拉长洗盐卤水澄清路线,应用主盐泵注水的方法,降低了盐中可溶性杂质含量;坚持分质堆存,根据池盐质量确定扒盐顺序,实现分质堆存,为调整销售结构创造条件;坚持责任到人,重新修订完善了扒盐堆场质量管理办法,明确了每道工序的质量控制点和责任人。



机械活碴 戴鸿杰 摄

技术革新,减轻劳动负荷。尊重员工的首创精神,对有价值的创新理念,及时编制并审定试验方案,全力保证筹备试验经费,对试验成功的创新成果,及时编制并完善操作方案,广泛应用于生产实践。组织了老卤除硫新法、清洁生产试点、钢筋跑池支撑等试验,推广应用于盐用活碴机等创新成果,减轻了员工劳动负荷,为降成本、增效益、稳队伍做出了积极贡献。(邵海林)

瑞丰盐业公司

## 强化安全防范意识 狠抓风险隐患排查

**本报讯** 为切实加强“五一”期间安全生产工作,预防各类生产安全事故的发生,瑞丰盐业公司在“五一”期间组织开展一系列安全主题活动。

组织节前大检查。“五一”前,针对制盐厂房主体结构、办公楼、特种设备、电器设备、物料仓库等重点区域进行拉网式隐患排查,对检查发现的安全隐患,制订了安全专项检查隐患排查责任分解表,及时下发整改通知单,由责任部门按时间节点有序实施隐患整改。

举办安全知识讲座。邀请江苏消防宣教中心专家来公司举办“关注消防 珍爱生命”春季消防安全知识宣传讲座。讲解消防知识、提升安全意识,机关全体人员和车间班长以上管理人员参加了学习培训。

开展“安全隐患随手拍”评比活动。组织开展了安全隐患随手拍活动评比工作,参评的13幅作品紧紧围绕安全隐患和职业危害的排查治理,重点突出,画面简洁,实现了从“要我安全”到“我要安全”的意识转变。

开展检查“回头看”。由安全管理部牵头,组织开展节前安全专项隐患排查情况回头看,重点验证节前安全隐患整改情况,确保隐患整改措施到位。

通过上述活动的开展,夯实了安全基础工作,对存在的各项安全隐患做到及时发现、及时整改,把可能导致安全事故的隐患消灭在萌芽状态,确保了企业安全稳定的生产形势。(王冬梅)

泰州盐业公司

## 强化“四个辐射” 释放“准盐”文化

**本报讯** 泰州盐业公司按照集团统一部署,紧紧围绕“百千万亿”“准盐”品牌省内专项行动,以“四个辐射”为抓手,多渠道、超广角、多元化、立体式营造“准盐”品牌文化氛围。

渠道辐射,扩大覆盖面。KA、BC相结合,因地制宜、因时制宜,双管齐下开展品牌宣传。一方面组织干部职工利用晚上和周末人流高峰期,在KA超市开展促销,提升中高端食盐销量。另一方面在BC推进“准盐”专销门店创建,选择合适的位置投放平面广告、包装陈列,作为品牌宣传窗口,以点盖面的宣传“准盐”文化。目前已创建“准盐”样板店46家、示范店22家,标准店131家。

文化辐射,提升认同感。坚持文化、文娱相结合,让“准盐”文化渗透到百姓心中。开展古代“准盐”文化与现代食盐安全讲座等活动,广而告之“准盐”品牌历史文化底蕴,树立“准盐”健康、优质、安全的品牌形象。开展绿色“准盐”骑行活动,在靖江街头宣传“准盐”绿色健康的品牌形象。与电视台合作举办“惯蛋进社区”活动,通过文娱活动吸引关注,通过宣传“准盐”所获得的荣誉,以企业软实力赢得消费者,提高“准盐”品牌美誉度。

城乡辐射,扩大影响力。针对竞品多、销售较差的城市农贸市场和周边社区开展外场地堆宣传活动,通过面对面的沟通交流和张贴海报的方式争取客户,以品牌文化感染客户,做到寸土必争。抓住农村庙会,起盐的传统和消费习惯,开展假盐危害和“准盐”品牌宣传促销活动,使消费者认知“准盐”卓越品质。

融媒体辐射,彰显美誉度。传统媒体、新媒体相结合,双线合并整合营造“准盐”品牌形象。在传统媒体上进行热点解读,引发市民的广泛关注。利用新媒体灵活多变的优势,形成有益补充,通过知名网站的专题平台推送“准盐”软文,扩大“准盐”品牌文化的受众面。(赵璐)