通

一

强盐

楠公

细

地

苏盐井神公司

撸起袖子加油干 全力冲刺双过半



本报讯 近日,无锡盐

业公司狠抓落实集团决策部

署,进一步明确6月份工作

任务,针对激烈的市场竞争

形势,分类施策、多措并举、

全面发力,着力构建新的营 销体系,取得了一定成效。

司抽调专人对每一个片区指

标进展、高端盐铺货、客户拜

访情况进行飞行检查,对每

个片区存在问题,与客户经

理开展一对一谈话,提出抵

御市场冲击的思路,要求每

个片区客户经理扎紧篱笆,

户经理自觉放弃节假日休息

时间,打破8小时工作制,全

天候开展上门拜访,反复宣

传"淮盐"品牌和盐业体制改

革政策,扩大市场销售,引导

公司联合苏盐井神股份公 司,通过推出400公斤半吨 袋新品,改进包装规格,优化

生产工艺,完善封口细节,努

力形成个性化商品,最大限

度地守住现有重点客户。同

时,对一些小、散用户,实施

一厂一策、一厂一价,力保市

场份额,全力提升大包装食

(万泽湘)

在KA、BC系统,从市公司主要负责同

志到后勤服务人员,每周至少赴家庭驻地

附近商超开展一次理货导购活动,部分门

店"淮盐"的货架排面、陈列数量得到了改

进。在特通渠道,该公司抓住端午节这一

契机,发动职工开展苏盐生活家公司推荐

商品、高端盐礼盒组合销售,新发展苏盐生

活家白金会员,苏盐生活家门店销售收入

在大包装食盐领域,该

客户依法依规购进食盐。

在批发(农贸)渠道,客

做实终端

在客户经理层面,该公

本报讯 步入五月以来,苏盐井神公 司深入贯彻落实集团决策部署,从生产车 间的工序工段到销售一线的市场前沿,处 处呈现"大干当前、确保安 全"的火热场景。1-5月 份,全公司生产产品280.18 万吨,同比上升5.59%;销 售产品284.59万吨,同比上 升9.57%,为上半年实现 "双过半"目标提供了坚实

工作作风大转变。火 车跑得快,全靠车头带。从 主要领导到分管领导充分 发挥示范引领作用,带头到 各基层单位调研指导、对口 帮扶。结合开展的"三讲三 查三提升"解放思想大讨论

暨形势任务教育活动,将所有的生产运行 类会议都放在基层一线召开。公司领导班 子带领相关部门定期参加党委会、总经理

办公会、月度生产经营会、周生产例会等会 议,还针对运行情况,不定期组织召开专项 协调会、现场会办会。仅近期就召开了片 区生产经营会、碱渣运输专题会、项目达产 达效会、卤水外输推进会、安全隐患整治 会、检修工作协调会等10余个专题会议,有 效保障了生产运行稳定高效。通过将作风 转变在一线,推动思想统一在一线、将问题 解决在一线,进一步凝聚了全公司员工勇 于担当、攻坚克难的信心和力量。

生产销售精益化。淮安片区根据"以 汽定产、以产定销"的调度原则,统筹安排 检修,精心组织生产,高效使用片区有限的 电、汽资源,确保纯碱、小苏打、氯化钙、元 明粉等高效益产品稳产高产。6月份,围绕 "双过半"目标,实现"三炉三机"运行,强化 精细化调度操作,保障热网压力稳定,确保 片区实现日产盐、碱、钙达12800吨;强化重

点市场攻坚,加强与省内市场协调,统筹安 排外部库存,力争近两月食盐小包装发货 不少于3万吨,确保食盐市场稳定供应。针 对即将到来的汛期,有效运行"产销储运" 联动保供体系。

安全管理严细实。深入开展"安全生产 月"活动,紧扣"防风险、除隐患、遏事故"的 活动主题,迅速组织召开动员会,营造了浓 厚的活动氛围。各单位主要领导亲自组织 参与"安全隐患随手拍""安全生产职工咨询 日"等专项活动,面向全体员工组织"安全公 开课"。对重点工序、重点部位进行排查"回 头看",加强对隐患的整改和防治,深入剖析 典型事故,做到举一反三。针对夏季安全生 产的规律和特点,加强换季生产工作,落实 "夏季八防"预案。加强外协施工单位管理, 实行公司、车间和班组的"三级"安全培训, 培训合格后方可进场施工。

本报讯 集团一季度省内市场 经营分析会以来,南通盐业公司坚 持以"转型、创新、改革、提升"为工 作主线,以"保总量、稳结构、提高 端、促转型"为工作重点,强化品牌 宣传,提升服务水平,市场营销工作 取得了新进展,为年度经营目标"双 过半"奠定了坚实的基础。

渠道建设一着不让。完善经营 策略,保持战略定力,按照集贸、商 超、特通等类别,做细做精销售市 场。严格落实客户经理考核机制, 切实体现"以业绩论英雄"的岗位竞 争氛围。深化"千年淮盐,国之瑰 宝"品牌宣传活动,创新宣传方式, 利用旅游纪念日在市区主要公园和 主干道等人员密集场所,开展"品牌

学习兄弟单位的先进经验,着力抓好市场管理和 市场调研,制订切实有效的市场管理和市场营销 措施,确保市场主体地位不动摇。

内部管理不断优化。修订完善各项管理措 (张立新)

宣传健步行"等活动,起到了较好的 宣传效果,提高了"淮盐"的品牌知 晓率。继续加大与终端客户签订排 他性经销协议力度,优化客户结构, 强化客群维护, 夯实营销, 对 KA、 BC类商超做好货架排面整理和理 货工作,最大程度地守住固有阵地 产品销售重抓落实。针对食盐 销售淡季,制订市场促销方案,保持 道

小包装食盐稳步增长、非盐商品成 倍增长的销售势头。开展季度劳动 竞赛,形成你追我赶的市场竞争氛 围。做好小包装食盐市场及时补货 工作,最大限度地加大社会库存量, 筑就市场稳定屏障。加大力度促销 高端食盐产品,抢占新品食盐制高 点,提高市场占有率和盈利能力

施,适应市场化改革的要求。认真落实上级各项 督查反馈意见和要求,强化问题整改落实,规范 各项管理上台阶。党委成员到基层单位上好专 题党课,与干部职工近距离谈心交流,掌握第一 手资料,及时解决存在问题和困难。强化应收账 款、预付账款管理,增强市场经济条件下的经营

苏州盐业公司

爱心彰显担当"淮盐"誉满姑苏

本报讯 5月份以来, 苏州盐业公司 深入贯彻落实"百千万亿"品牌宣传行动, 创新开展"让爱传递、为爱代'盐'"爱心宣 传月主题活动,以国企担当为着力点,将爱 心宣传和品牌宣传有效融合,实现了企业 形象和品牌形象的相互推动。

广泛参与,营造浓厚氛围。主要领导 亲自参加,开展无偿献血活动,参加"非凡 园区,幸福唯亭"公益义卖活动,参与吴江 区全国助残日公益演出。通过高频次开展 5.15全国碘缺乏病防止宣传、"食盐健康讲 堂"进社区活动、"弘扬人道主义,倡导助残 风尚"志愿活动,将食盐科普、食盐普法、用 盐技巧等便民服务提供给更多百姓,进一 步塑造便民亲民形象。

积极联动,扩大社会影响。参加苏州 市庆祝第29次"全国助残日"暨社会公益 助残服务系列活动启动仪式,签订党员助 残联盟倡议书和协议书,与市残联党总支 合力发起党员助残联盟, 受到人民日报、苏州电视 台等多个媒体的高度关 注。仪式上, 苏州市副市 长聂飙为苏州盐业公司颁 发了"2019年度助残爱心 会员单位"奖牌。

全员发动,彰显国企 担当。结合"不忘初心,牢 记使命"主题教育,组织全 公司青年员工开展专项助 残行动,以"淮盐"为文化 媒介和价值载体,深入高 人流区域、餐饮饭店进行 爱心募捐、爱心义卖、爱心

互动等多形式的爱心活动,并将正能量通 过微信、抖音等新媒体广泛传播,将爱心温 暖和品牌价值同步传递;号召员工爱心认 购孤独症儿童制作的工艺品,现场共认购



苏州盐业爱心志愿者合影 苏宣 摄

了五千余元;组织青年员工与孤独症儿童 合作绘制"爱心蓝图",结对帮扶孤独症儿 童,向全社会展现了苏盐青年的青春风采, 展示了企业的担当形象。(卢熙图/文)

宿迁盐业公司

大手牵小手,"淮盐"文化进校园



"淮盐"宣传进课堂

本报讯 6月6日, 微风中透着清凉, 宿 迁盐业公司所属泗阳盐业公司志愿者们来 到泗阳县葛集小学,为广大学生上了一堂 生动活泼的"大手牵小手食 盐安全进校园"科普课,志愿 者们与学生欢聚一堂、亲密互 动,为孩子们科普食盐知识, 在校园构筑食盐安全防线,护 航未成年人健康成长。

课堂上首先为孩子们送上 精心准备的"淮盐"礼盒,有丰 富的"淮盐"产品,也有学习文 具,孩子们十分欣喜并礼貌地

青年志愿者何伟从盐的

分类和来源、如何健康科学补 碘、千年"淮盐"历史等方面,图文并茂、形 象生动、深入浅出地向学生们详细介绍了 有关盐的知识,讲解了科学选盐、用盐的重 要性。孩子们认真聆听,有的还拿起手中 的笔做好记录。

随后举行了别开生面的有奖问 答。"盐是从哪里来的?""到哪里买加碘 的准盐?"等问题提出,学生们纷纷踊跃 举手回答,同时也为回答正确的孩子赠 送了学习用品等礼物,活动现场活泼热

课堂上,还播放了讲述"淮盐"历史的 《盐河旅行记》,纪录片播放结束后,学生们 争先恐后发言说:原来我们每天吃的"淮 盐"有那么悠久的历史;"淮盐"为新中国的 成立作出伟大的贡献;我们应该食用加碘 "淮盐",这样才能健康成长呢。最后,青年 家乡并热爱家乡"淮盐"。 (刘伶利图/文)

镇江盐业公司

聚焦目标猛攻坚 奋力冲刺保序时

本报讯 镇江盐业公司瞄准双过半目标,通过 实施"四个聚焦""四个狠抓",集中全力保总量、调 结构、提单价、增效益,全力冲刺双过半目标。

聚焦双过半目标,狠抓经营质效提升。控制 软包食盐销售,提高品种结构比例,稳步提高小包 装销售单价。强化价格定力,分渠道分区域制定 品种盐价格;强化高端盐销售。端午节前,单位部 门负责人主动协调政府机关和企事业单位较多的 城区,积极参与企事业单位、金融系统的福利竞 标,突出抓好移动、邮政、保险、银行等单位合作力 度,进一步拓展高端盐团购渠道。加大乡镇超市 高端盐铺货力度,切实落实好"863"产品要求,力

聚焦效益取向,狠抓渠道建设。加强KA类大 型商超的维护,组织全体职工开展 KA"风暴月" 活动,加大商超协调力度,争取优势排面。开展 全员理货导购品牌宣传活动。学习借鉴涟水盐 业公司的经验做法,积极推进BC商超样板店建 设,切实做好旅游、万方、金润发、便民等区域连 锁超市总部的沟通,进一步密切客情关系,洽谈 建设样板门店。调研自营物流和第三方物流不 同的运营模式,比选运费价格,切实抓好运输费、 装卸费的管控。

聚焦风气扭转,狠抓作风建设。持续开展作 风专项整治行动,认真做好员工作风整改方案落 实推进工作,结合公司党委"迎七一"系列活动安 排,广泛开展谈心谈话活动,把市场竞争更加激烈 的形势分析透,把干部职工市场化经营不适应的 问题讲到位,切实增强责任感、紧迫感,主动作为, 勇于担当,全力打赢市场保卫战,推动镇江盐业公 司实现"洼地崛起"。

安全生产月专栏

苏盐井神热电分公司

强化安全意识教育 提升安全管理水平

本报讯 为讲一步提升员工安全意 识,增强企业安全风险防控和应急处置 能力, 苏盐井神热电分公司围绕"防风 险、除隐患、遏事故"为主题的"安全生产 月"活动,全面开展安全生产系列活动。

强化安全宣教工作。公司及时召开 "安全月"动员部署会,下发活动通知和 活动方案,全面落实全员安全生产责任 制。在主干道和主厂房醒目位置悬挂安 全月活动主题,通过宣传栏、大屏幕以及

各车间、岗位悬挂、张贴安全标识牌和警 示语,营造良好的活动氛围。

开展培训教育活动。6月开始,分车 间、部门、值际组织全员观看安全警示教 育官传片:组织全员进行反"三违"学习 并签名;分专业、分岗位组织全员参加8 个场次安全法规知识考试,不断增强职 工安全意识。

"送清凉"关爱职工。结合岗位和季 节特征,采购了藿香正气水、龙虎人丹、

金万红、碘洒等防暑降温药品,并及时发 放到各岗位,保证员工在炎炎夏日,高温 酷暑之时能够保证以健康的身体和充沛 的精力投入到生产工作中。

开展安全大检查。由公司领导带队、 各级管理人员组成专项检查组,开展了全 方位、全覆盖的安全检查。对排查的隐患 及时下发安全整改通知,明确时间节点和 责任人,确保在规定时间内完成整改任务, 有力保障机组稳定运行。 (陈海娟)

瑞泰盐业公司

防险除患筑安全 以月促年保平安

本报讯 在安全生产月活动中,瑞 泰盐业公司围绕"防风险、除隐患、遏事 故"的主题,针对日晒盐生产特点,通过 开展安全系列特色活动,落实安全生产 责任,增强全员安全生产意识,提升职工 安全素质,推动基层班组安全管理,提高 防风险能力,为全年安全生产打下坚实 基础

宣传发动齐参与。组织召开了"安 全生产月"活动暨防汛动员大会,制定 了"安全生产月"活动方案,张贴安全宣 传横幅标语营造安全生产氛围。组织 "除风险隐患、建平安瑞泰"全员签名活 动;举办"安全生产大讲堂""平安瑞泰、 我的责任"大家谈活动;组织全体职工 观看近期省内火灾、爆炸事故警示教育 片,吸取事故中的教训,强化安全意识, 时刻绷紧安全弦,警钟长鸣。

强化措施保安全。坚持按规定提取 和使用安技费用,确保安全投入及时到 位,今年以来完成了盐用机械防腐、整平 机械更新、移动电缆更换等 安全资金投入,提升了生产 设备的本质安全。公司主 要领导带领班子成员深入 基层一线,与职工一起查现 场、排风险、除隐患,按照 "检查、整改、复查、考评"的 闭合管理模式,对查出的隐 患落实防范措施并及时整 改到位,进一步消除了人的 不安全行为和物的不安全 状态,为公司经济效益和社 会效益的双提升提供了可 靠保证。

长效管控夯基础。注 重安全生产长效管控,通过各种宣传方 式,适时开展"操作规程每旬一学""警示 教育每月一案""事故隐患随手拍"等活 动。在生产现场的安全管理上,重点对 机电设备、扒盐现场、特殊天时防范、道 路交通安全等工作加强管控,引导职工



安全生产大检查 戴鸿杰 摄

自觉执行安全操作规程。对外协单位不 仅进行了安全技术交底和风险告知,还 将他们的安全工作纳入公司的正常管理 范围,做到"同布置、同检查、同整改、同 评价",消除了安全管理的盲区和死角。

(邵海林 祁兴玉)

靖江盐业公司

聚力高质量 争当排头兵

本报讯 今年以来,靖江盐业公司聚焦目标 任务,多措并举、协力同心、奋力拼搏,确保实现 "双过半",奋力争当县级公司排头兵。

聚焦目标任务,狠抓销售高质量。靖江盐业 公司在多家外省盐企和电商平台的市场冲击,非 盐销售面临仓库拆迁情况下,积极适应改革常态, 努力创新营销方式,科学提高销售质量,1-5月小 包装食盐销量、品种结构、利润总额等各项经营指 标均大幅超过序时进度。

聚焦终端掌控,狠抓宣传高质量。在服务上, 通过印发客户服务手册,分析终端销售规律,提升 客户经理的终端拜访频次,以良好的服务保证终 端的掌控力。在宣传上,利用微信公众号、微博、 抖音等新媒体拓展品牌虹吸;采取多种形式,深入 商超、社区、农贸市场、机关、企事业单位等,宣传 "准盐"品牌,持续扩大"准盐"品牌的知名度和影

聚焦队伍建设,狠抓考核高质量。通过工 会定期组织趣味活动、融合品牌宣传活动等来 提高职工队伍的团队意识,增强团队的凝聚力, 构建一支团结合作的营销队伍和市场监管队 伍,达到营销与监管信息互通;通过365外勤考 核,每天、每周、每月汇总每个客户经理的拜访 量与覆盖率和市场检查动态,并通过工作群天 天通报,月月排名,形成了你追我赶、争先恐后 (王 鞠) 的良好工作氛围。

扬州盐业公司 抓实措施提质效

半"重点目标任务。

盐市场占有率

大幅提升。

奋力冲刺二季度 本报讯 扬州盐业公司认真贯彻落实 集团重点工作部署和一季度经营分析会精 神,坚持问题导向与绩效取向,攻坚克难, 突出重点,抓细抓实,进一步巩固、提升和 发挥主渠道作用,全力冲刺二季度"双过

抓实"百千万亿"落地,持续推进品牌 宣传。各县区公司同步用好宣传、教育、促 销等手段,采取当面拜访、召开客户座谈 会、与当地有关协会、商会组织联合开展食 盐知识培训等形式,完成本区域95%以上 的零售终端的教育。市公司持续加强与业 主联盟组织合作,安排干部职工双休日进 社区宣传。宝应盐业公司安排大篷车等在 乡镇集市密集宣传和现场销售,通过合格 盐与不合格盐现场实物对比,强化立体宣 传攻势。仪征盐业公司携手电视台《走进 生活》持续播出"淮盐"特辑系列片,常态化 深入社区开展"盐之有理"食盐知识讲座。

突出主推品种引领,着力提升品种结 构。努力加大对"天然三零食盐"销售力 度,城区的TOP50B类商超和乡镇的 TOP10B类商超以专架形式陈列销售。加 大规模以上小学和幼儿园宣传与现场销售 活动。仪征盐业公司在陆续消化前期海藻 盐库存基础上,近两个月来销售金龙版海 藻盐75吨,终端布点数达300余家,并以 政府机关、银行保险等金融机构、大型企业 为目标客户,由主要负责人亲自上门洽谈 高端盐业务,同步推进高端盐电视直销,区 域内品种盐结构占比已上升到30%以上。

精耕细作拓展渠道,加大商超维护力 度。坚持定人定点定任务的维护措施,客 户经理考核与销售量、排面维护达标挂 钩,确保KA销售量稳定提升,确保"淮 盐"销售占比超过88%。各经营单元对 KA和主城区销售量TOP30、县区城区销 售量TOP10的B类商超,安排干部职工 利用晚上和双休日在人流高峰期间推广 促销,城区商超的标杆引领作用明显,销 量和结构不断提高,小包装利润与经营效 益持续提升。 (李小祥)