枣庄供电公司

联手地方电厂和客户变电站迎峰度夏

将全市24家地方电厂全部纳入实时监控范围,跟枣庄供电公司109座公用变电站一样严格实施监控设备缺陷管理流程,做到一患一档、跟踪整改,确保缺陷管理"过程可追溯、结果可核查、责任可追究"。截至6月19日,该公司日均集中监控信息量由过去的107条/站减少至20条/站;发现监控设备缺陷130余条,缺陷消除率达到100%。

该公司预计今年夏季统调最高负荷将达到198万千瓦,同比增长5.32%,电力缺口将超过18万千瓦,若夏季出现持续高温,电力供需缺口将进一步扩大。对此,枣庄供电公司进一步强化电网和设备管控,积极主动向地方政府汇报沟通,联手50家地方电厂和26座客户变电站化解供需缺口,确保迎峰度夏期间供电充足可靠供应。

强化运行管控,加强调度运行管理,做好电力平衡分析,严控稳定极限和联络线潮流。迎峰度夏期间组织开展全网保护、自动装置投退情况的全面核对,对保护、自动化、安全自动装置、低频低压减载装置等二次系统进行检查、消缺,确保装置正常、投退方式正确。

合理采取有序用电,坚持"有保有限、节控并举"原则,重点压降"两高"企业和关停淘汰项目用电。深化应用智能有序用电决策系统,分类别、分行业、分时段动态掌握有序用电调控能力,提升有序用电管控水平。积极推行政企联动,在有序用电紧张时期,会同市经信委联合办公,快速、有效实施有序用电。

扎实开展设备运维,深化设备运行状态管理,充分利用红外、超声波等技术手段,加强设备运行状态检测。安排专人对重负荷主变油色谱在线监测系统进行跟踪监视,发现问题及时处理。针对巡视发现的拉线缺失、基础塌陷、局部绝缘化不足等问题,进行及时整改。坚持线路防外破工作不放松,加大特种车辆信息收集和宣传,将翻斗车、挖掘机等全部纳入特种车辆统计。加强属地化运维管理,开展属地化巡视挂牌监督;针对夏季树木生长快的特点,加强线路清障工作,确保输配电线路安全运行。

全力做好应急保障,完善应急信息通报共享机制,全力做好飑线风、台风等灾害性天气监测预警、应急准备和处置工作。对所辖变电站、输配电线路、配电室、环网柜等进行检查,明确防汛重点部位,建立防汛隐患档案,采取可靠排水和防护措施。迎峰度夏期间,应急服务队等抢修队伍,应急通信系统等抢修装备实行值班备勤管理,随时待命。积极开展政企联动处置大面积停电无脚本演练,提升各类突发事件应急处置能力。 (鞠同心 曹凯)

滕州供电客户服务分中心

主动为企业客户服务

6月22日,滕州客户服务分中心的2名员工走进滨湖镇钢丸厂,对夏季安全用电情况进行检查,并建议客户优化用电方案,进一步节能降耗,提高企业经营效益。

该中心做好用电客户的"电管家",主动对企业客户的用电情况进行详细了解和掌握,并对企业进行技术指导,确保企业安全生产,降低生产成本。同时,坚持"一口对外、便捷高效、三不制定、办事公开"的原则,主动为企业客户谋划用电方案,优化用电方式。

根据不同企业客户的用电量情况、经营性质,滕州供电员工结合企业的设备状态、负荷预期、可用经费等用电特点,帮助客户进行可行性用电规划设计的研究和分析,以利于长远发展。对已有变更用电需求意向的企业,供电员工会细心地"一次性告知"客户,尽快提交办理有关手续材料,为企业做好业扩报装和增容方面的服务,满足客户的用电需求。

(班开超 王葳)

薛城供电客户服务分中心

为夏季安全用电打牢基础

"大娘,不要用湿手接触带电设备,不要用湿布擦拭带电设备,移动带电设备要先断电……"6月19日,薛城客户服务分中心安全用电工作人员,走进周营镇农贸市场,向村民宣传夏季安全用电知识。

薛城区周营镇地处山东省和江苏省的交界处,大部分青壮年长期外出打工,村庄里居住的多为老人和儿童。随着天气日趋炎热,农村生活用电负荷不断激增,再加上老人和孩子安全用电常识缺失等不利因素,全镇夏季安全用电问题令人堪忧。针对这一情况,枣庄供电公司薛城客户服务分中心未雨绸缪,提前行动,加大安全用电的宣传力度,走村串户向广大农户宣传安全用电常识,进行用电技术指导,接受用电咨询。在人员密集的农村集市、学校发放通俗易懂的宣传画、宣传单,让村民了解安全用电、触电急救、电力设施保护等方面的常识。同时,开辟"绿色通道",为广大农户架设夏季临时用电线路,安装用电设备。并向村民推广介绍安装家用漏电保护器,使用节能产品,让大家树立安全用电、节约用电的意识,为周营镇夏季安全用电打牢基础。

(吴超 高昌 摄影报道)

峄城供电客户服务分中心开展迎峰度夏反事故演习

6月20日上午9时35分,枣庄供电公司峄城客户服务分中心开展迎峰度夏反事故演习,切实做好迎峰度夏保电工作,确保电网安全可靠运行,电力有序供应。

本次演习模拟110千伏底阁变电站全站失电,短时无法恢复,需将底阁变电站负荷转移至35千伏甘沟变电站接带,全面检验各班组事故应急处理能力及反应速度。本次演习目的在于发生大面积停电事件时,如何通过手拉手线路快速转移负荷,快速为用户恢复供电,提升对重要客户的保电意识和能力,以及在事件发生后进行舆情防控的能力。演习始终按照密切配合,快速响应,果断处理的指导思想,全面快速进行。经过此次演习,相关部门和人员进一步明确了流程、职责、任务,为做好迎峰度夏保电工作奠定了良好的基础。

演习结束后,对演习进行了分析和点评,认为此次演习人员反应迅速、判断准确、抢修物资准备充分,达到了预期效果。同时也指出了演习中存在的问题,希望各单位认真总结经验,对发现的薄弱环节和问题要尽快加以整改,确保迎峰度夏保电工作万无一失。 (刘西华 摄影报道)

节能"诸葛会" 一个能顶仨

"咱们皮带的防跑偏托轮一个能顶仨用!"6月20日,在山东丰源远航煤业有限公司北徐楼煤矿运输工区节能降耗"诸葛会"上,该工区区长李厚善提出了这样一个节能降耗"金点子"。

"一个顶三个?李区长,您那葫芦里到底卖的什么药啊?"大班班长杨新亮率先向区长"发难"。

"我给大家简单介绍一下,咱们的防跑偏托轮是在皮带两侧站立的,两侧的磨损程度高低不一样,一边在偏高的位置磨损了,我们可以换到磨损偏低的另一边使用,等再磨损坏了还可以拿来当三角托轮使用。大家想想,是不是一个顶三个用?"李厚善耐心地给大家解释着。

"呵!李区长,您这个点子可真高啊!那我们以后一个托轮当三个托轮用,可以省下很多托轮呀!这样每月的材料计划就不愁完不成了!"材料管理员李明成明白了区长的用意后,率先给"点了赞"!

"还有可能月月都能领到节能奖呢!"机电副区长张正水喜滋滋地说。

"用的托轮少了,以前扛三次现在只需扛一次了,省时、省力、省材料,真是好呀!"皮带维修工老邢也是一脸喜色。

"是啊!现在咱们面临的形势严峻,全公司、全矿节能降耗降本增效工作大力开展,我们大家也要积极响应。都说'三个臭皮匠,顶一个诸葛亮',今天咱们召开这个节能'诸葛会',就是欢迎大家踊跃提出节能'金点子',把大伙的智慧集中起来,就会出现更多的'诸葛亮'来,也会出现更多的'一个能顶仨'的方案来。让我们共同努力把节能降耗工作做得更上一层楼!"李区长给职工们鼓着劲。

近段时间,运输工区为推动节能降耗工作深入开展,开展了节能"金点子"征集活动,通过组织召开节能"诸葛会",鼓励职工为节能降耗工作献计献策。二季度以来,该工区累计向职工征集节能"金点子"24条,经实施后,可节约材料资金达2万余元。 (黄永峰)

现场见闻

交电费又快了2分钟

枣庄供电公司在全省首家应用"二维码便民服务卡"

不用担心记不住户号,也不担心有重名的,更不用担心"排长龙"等待,只需掏出手机一亮"二维码",就可轻松完成电费交纳。这是枣庄供电公司试用"二维码便民服务卡"带来的方便。

截至6月23日,枣庄供电公司推出的首批5000张"二维码便民服务卡"被抢用一空,前来办理或电话询问者依然不断。据该公司测算,与传统人工输入户号交费相比,"二维码"交费平均缩短客户交费等待时间2分钟。

长期以来,交电费需输入户号,忘记或记错是常事,重名也会引起麻烦,特别是收费高峰期极易给营业厅带来压力,降低收费效率低,甚至会引发客户投诉。并且,传统电费业务系统的户号为10位流水号,无规则性,不易记忆,手工录入费时费力。

作为山东省唯一的试点,枣庄供电公司将二维码、互联网微信技术引入"便民服务卡"应用,结合95598智能互动服务平台,研发了基于二维码的电力客户便民服务卡。卡上印有电力客户户号、名称、地址、供电服务电话,客户身份证二维码图片和山东电力微信公众平台二维码图片。客户在营业厅交费或进行业务扩充时,携带"便民服务卡"在扫描器上轻轻一扫,或直接用智能手机拍照保存的户号或身份证二维码图片进行扫描,瞬间即可调出营销系统内相关用电信息及交费信息,快速完成业务办理。并且,使用智能手机的客户还可以通过扫描系卡上的山东电力微信平台二维码图片,添加对电力微信公众平台的关注;一键上网,登陆95598供电服务网站进入网上供电营业厅,享受交纳电费和电费查询等多种用电服务,比人工输入网址登陆快15倍。

试用工作自5月29日开始,先在薛城试点,6月16日起在枣庄6区(市)推广。目前,枣庄供电公司共配备了75个"二维码扫描仪",城区8个供电服务营业厅全部具备二维码收费条件。他们表示,下一步将利用微信平台直接发布交费通知、停电通知等信息,不断提高与客户智能互动的便捷性。 (鞠同心)

6月18日,山亭客户服务分中心100多施工人员对110千伏墨集输电线路进行防线施工。此线路共计66基铁塔,穿越、跨越220千伏双回输电线路1处,跨越10—35千伏线路、省道公路、林场河流等多达80多处,施工人员克服地形复杂、地方关系协调难度大等困难,全力加快施工进度确保工期。

(于绍迎 摄)

台儿庄供电客户服务分中心

举行迎峰度夏反事故演练

"110千伏林桥变电站#2主变#12开关跳闸,请马上组织进行抢修.....",6月19日晚18时05分,随着调度值班员的抢修命令下达,台儿庄客户服务分中心迎峰度夏反事故演练正式开始。

本次演练由该中心现场临时出题,实行无脚本的方式进行。调度员现场下达"事故"命令后,马上向分管领导汇报,由迎峰度夏应急指挥中心启动大面积停电应急预案,并安排调控人员分别通知配电检修、变电运维等部门现场查找事故原因,通知95598抢修指挥中心和营销服务人员失电原因,做好向客户的解释工作。十几分钟后,配电检修、变电运维、应急抢修服务分队及吊车等先后到达"事故"现场,由配电检修负责人马上组织勘察,制定抢修方案,做好现场安全措施,有条不紊地组织抢修,至18时50分,抢修任务完成。整个演练持续45分钟,各部门组织得力,分工明确,处理步骤得当,达到了预期目的。通过演练,全面检验调控部门及运维人员应对电网突发事故的快速反应、综合协调和应急处置能力,为确保迎峰度夏期间电网安全稳定运行奠定了基础。

(贾广立 摄影报道)

大家谈

挖掘优秀文化基因 提升企业核心竞争力

◆ 孙晋良

企业文化作为一门现代管理学理论,其实质是一种以经营管理为载体的竞争性文化,是企业不断壮大和持续发展的"文化基因"。正确认识企业文化的这一本质属性,切实加强企业文化建设,对于提升企业核心竞争力具有重要现实意义。

一、优秀企业文化是提升综合竞争力的核心因素

企业文化是在一定社会和经济条件下,通过实践所形成的并为全体成员遵循的价值观念、职业道德、行为规范和准则的总和,是一个企业在自身发展过程中形成的以价值为核心的文化管理模式,是一种凝聚人心以实现自我价值、提升企业竞争力的无形力量和资本。企业文化的主要内容有企业精神、企业价值观、企业风尚、企业经营模式、企业员工共同遵守的道德行为规范等。企业文化建设的主要任务包括培植企业理念,铸造企业精神支柱;弘扬企业楷模,展示企业形象;导入管理文化,规范员工行为;发展礼仪文化,营造内部环境;推进教育培训,组织文化活动;注重人才开发,激活动力机制。现代企业的竞争,归根到底是企业文化的竞争,企业的信誉、形象、品牌和知名度已经成为不可估量的无形资产,在市场竞争中占据着十分显著的地位。阿里巴巴、青岛海尔等成功案例反复证明,只有将品牌文化与企业文化有机结合,以文化力推动经济力,才能实现企业的快速健康发展。现阶段,企业不仅是一个经济组织,也是一个文化组织,企业的生产经营活动不仅是产品竞争,同时也是文化竞争。企业竞争包含了隐含在企业形象展示、产品广告宣传及社会公关活动背后的文化竞争,建设企业文化就是要提高企业核心竞争力,追求良好的企业效益。因此,企业必须高度重视文化战略,以文化决胜于市场,以企业文化推动企业发展,这是打造综合竞争力的核心因素。

二、优秀企业文化为可持续发展提供内生动力

优秀企业文化是一家企业文化、精神、道德与产权、物质、利益深度融合的纽带,是运营制胜的法宝,为企业的又好又快发展奠定坚实智力保障。企业文化具有凝聚作用。企业文化是一种"粘合剂",可以将全体职工紧紧地凝聚、团结在一起,使职工明确发展目的和愿景。日本松下电器产业株式会社自1918年由松下幸之助于创办以来,始终将"集中智慧的全员经营"作为公司的经营方针和文化,逐步建立了享誉全球、产品涉及家电、数码视听电子、办公产品、航空等诸多领域的商业航母。正是因为重视文化的人本性和团体意识,才使得松下公司内部形成强大凝聚力,促进了企业跨越发展。企业文化具有导向作用。企业核心价值观与企业精神,具有无形的导向功能,可以把企业与个人意志统一起来,使企业更快、更好、更稳定地生存与发展。美国3M公司有一句经典的创业口号—"为了发现王子,你必须与无数只青蛙接吻",体现了勇于面对挫折与失败,坚持创新发展的理念。得益于成功的文化导向,该公司虽然历经百年沧桑,至今却依然散发着时代的青春气息。目前,全球有一半的人口直接或间接地使用着它所生产的产品:从口罩到汽车零部件,从报事贴到通信设备,产品种类已经超过60000种。企业文化具有激励作用。激励是一种精神力量或状态。企业文化所形成的文化氛围和价值导向是一种精神激励,能够调动职工的积极性、主动性和创造性,把人的潜在智慧激发出来,使职工能力得到全面发展,并提升下属机构和员工的自主经营管理能力,从而增强企业的整体执行力。企业文化具有约束作用。企业文化包含规范管理的相关内容,而管理本身也体现着企业文化。在企业行为中哪些不该做、不能做,正是企业文化、企业精神发挥的"软"约束作用的结果,是一种免疫功能。约束力能够提高员工的自觉性、积极性、主动性和自我约束,使职工明确工作目的和方法,进一步提高职工的责任感和使命感。

三、打造优秀企业文化的路径探索

企业文化"看上去很美,说起来很甜,做起来很难",只有做到简便易行、方法科学,做到上下联动、内外传播、点面结合,才能使无形的企业文化富有操作性,适应企业发展的客观规律。一是要做到从上到下倡导。企业领导人是企业文化建设的总设计师。倘若没有任正非的独特价值观,就没有华为集团的"狼式文化"。企业领导人的素质决定了企业文化的优劣,其自身的思维特质和人格魅力决定了企业文化的个性。因此,企业领导人要当好企业文化的"传教士",在领导企业的过程中,有意识地引导一种适应企业需要的企业文化,把企业理念与员工理念互动融合,把企业理念变为全员共享的理念,从而形成企业共识,增强市场竞争力。二是要做到从点到面推进。企业文化建设是一个系统工程,主要包括物质文化、精神文化、制度文化三个层面。物质文化实现了生存保障、发展后劲;精神文化凝聚了统一意志、共同信念;制度文化确保了严整秩序、有效工作。只有坚持物质、精神、制度"三驾马车"点面结合,协调发展、相互促进、相互渗透,才能保证企业生生不息、永远向前。三是要做到从内到外传播。企业文化是企业发展的内在需要,只有首先强化内部传播,使职工"看得见"、"感受到",企业文化才能深入人心,对外传播才有现实基础。海尔正是通过砸76台不合格冰箱,才形成了"不合格的产品就是废品"的质量理念。只有在内部传播基础上,把定位准确、富于个性的企业理念融入到品牌战略之中,融入到产品文化营销之中,既画龙点睛、又润物无声地塑造差异化品牌形象,才能实现企业文化外部传播的水到渠成。