

小船匠努力要“做别人做不到的”

——3.8万吨双相不锈钢化学品船 80后攻坚团队的故事

寻找城市工匠

浦东大道 2851 号,上海市区仅剩的造船基地之一。拐进厂区,左转右转,到达沪东中华造船有限公司五号船台,一艘巨轮安然伫立。“实在没时间专门去会议室,就在这里聊吧。”几个身着工作服的小伙子把记者拉到了船台附近的集装箱临时办公点。

他们的工作安排实在太紧,说不上几句话就得跑到船台看他们的“宝贝”——3.8万吨的双相不锈钢化学品船。

“这艘船拼下来太磨人”“职业生涯从未遇到这么大的挑战”“我已经几个月没顾上和孩子的说一句话了”……见缝插针的采访过程中,记者从他们身上捕捉到最直接的感受是,“痛并快乐着”。

拼抢高端产品

造船业整体面临产能过剩,但有些船型却存在严重的供不应求,其中,LNG(液化天然气)船、豪华邮轮和双相不锈钢化学品船,是三颗造船业“皇冠上的明珠”,是典型的高技术含量、高建造难度、高附加值产品。

1980年出生的赵江涛是3.8万吨双相不锈钢化学品船总装部副部长,算是团队里的老大哥,“自从接

下了化学品船的订单,大家的士气更足了。”毕业于哈尔滨工程大学的他,常年扎根一线,却乐此不疲。“同学中,像我这样还在船台上跑上跑下的几乎没有了。这艘船的建造过程是职业生涯遇到的最大挑战,但忙得开心。”

这批年轻人最大的36岁,最小的25岁,都是第一次接触双相不锈钢这种材料。早在两年多前就开始琢磨、研究,如何施工、运用哪些工艺、怎么保护材料……但真正开始建造,还是困难重重。“我们要转型做高端船型,自身的技术储备不够。要坚定信心,也要承认差距。建造的过程,就是我们学习的过程。”大家如饥似渴地学习新工艺、编制操作规范,协调工艺进程。“每取得一个小节点的胜利,都像得了宝贝似的高兴好几天。”

没有热爱,就没有坚守。这群80后团队,谈起工作,有股子豪气。“越是不景气,越不能随波逐流。越是困难,越是要挑战,别人做不了的我们就要努力去做。”

焊缝长110公里

沪东中华承接的这艘化学品船,有43个液货舱,能装17种不同类型的化学品,对船体材料要求极高。表面不能有一点点创伤,施工时必须要进行特殊保护。为了呵护这种不锈钢材料,团队绞尽脑汁。

先是为所有钢板“穿”上一层石灰膜,进行物理隔绝。然后制定焊接规范,订制了一套专用的焊接工具,将焊接的电流电压锁死在一个恒定的范围,110公里长的焊缝都得经受住“浸泡”在各种化学品中的考验。每一道焊接过程都要“精密控制”,整个钢板焊件有20%都接受了X光探伤“体检”,而普通船舶只有5%。“在货舱作业,我们都要戴着鞋套,生怕一点灰尘或碎屑落在钢板上。”

让赵江涛印象最深的是焊接安装“三片叶子”。“那是螺旋桨后面的导流鳍,工作十几年头一遭碰上那么难搞的,要保证三片叶子均匀分布,分段焊接要求非常高,不能变形,连续24小时将浇铸件一点点焊上去。”

通宵达旦,为一个不可知的结果拼尽全力。对团队的小伙子来说,这可能是职业生涯最难忘的一个日夜。

填平每个“坑”

对团队来说,这艘船的操作手册从3年前就开始编写了,经历了漫长的生产准备和施工阶段,目前还有两个月就将迎来交船时刻。“高峰时,船上有五六百人在同时作业,管理难度非常大。”主管码头生产的王战国介绍说,经历了分段制造的“搭积木”状态,再到涂装、总装、上船台搭载等阶段,团队都

像“蜕了层皮”。

“有一段时间总是到家晚上十点多,第二天一早五六点就走了,我女儿一直以为我出差了。”但要问团队最困难的一刻是什么,小伙子们都摇摇头。“没有最困难的时刻。每个阶段都有‘坑’,一直在解决各种大大小小的问题,细碎、繁琐,从一团乱麻中一点点理思路、总结方法、分解工序,把坑填平。”

比如这艘船有130多个系统,大部分都是从国外进口而来,且都是散件,每个液货舱从开始到完工要经过检验、抛光、焊缝、洗舱、强度试验、酸洗钝化等18个步骤,光甲板上的各种管线就有5000多根,涉及的焊接材质有20多种。“每一个零件最终都要落实到工艺、流程、质量控制,哪个环节做得不到位,就影响到整个工序,所以我们必须每天泡在现场发现问题,解决问题。”

王战国和赵江涛的工作,看上去就是在船上“走来走去”,手机记录的步数几乎每天都超过2万步。他们的工作节奏是每天10小时以上,每两周休息半天。“事情没做完就堵得慌,不在其中,别人很难理解这艘船对我们意味着什么。我在传统制造业干了14年,无论现在互联网的世界有多么精彩,我依然觉得做一个踏踏实实的船匠,有价值,从不后悔。”赵江涛坚定地说。

本报记者 叶薇

申城首届 儒学大会召开

本报讯 (记者 姜燕)首届上海儒学大会上周末在嘉定区韩天衡美术馆召开。本次大会主题为“儒学与当代中国”,从中国面临的现实问题切入,思考儒学如何为当代中国社会提供更多的思想资源。会议汇集了复旦大学、同济大学等上海高校与社会的儒学研究、教育与传播者。大会由上海市儒学研究会与嘉定区文明联合主办。

同济大学教授柯小刚在会上指出,目前一些地方风靡“读经运动”,但模式僵化、缺乏批判性,儒学的社会教育应该是动态的发展,开放的、面向未来的。上海市跨学科课程研究所常务副所长、特级教师刘定一指出,公职人员、教师和企业家尤其要学儒学,他们对国学的认识和修养能够很好地传递给学生、员工乃至社会。与会的数十名中小学教育工作者还就本市中小学国学教育召开了专题研讨会,部分教师分享了开设国学课程的良好效果和教学经验。

经济真的回暖了, 24小时, 42亿元, 世界纪录被创造!

距离2016年奥运会还有3个月,就有一项世界纪录率先被创造,让中国再添“世界第一”!此番拔得头筹的不是哪位著名运动员,而是中国家居流通业老大红星美凯龙。

在4月30日-5月2日短短3天总计24小时的营业时间内,商户销售收入42亿元,同比增长56%,创造了“世界上3日内销售最多的连锁家居商场”世界纪录。

5月3日下午,世界纪录协会认证官 Mike Vincent Heister在红星美凯龙真北商场为红星美凯龙颁发了世界纪录证书。

42亿销售额 & 每秒卖出86件家具

先看一份金光闪闪的成绩单:
三天总计创下销售额42亿元;
三天总计吸引了103万人流量;
大促新增微信粉丝32万;
总计发放优惠券23万张……
疯狂数字背后的意义,更值得我们聚焦解读。

高复购率 & O2O营销闭环

比起世界纪录和高达56%的同比涨幅,业内人更关注一个数据——复购率,此前“两天来了”老会员复购就贡献了8.05亿元,五一大促能否更高?
数据显示,整体消费中有三分之二的人是老会员,老会员复购销售贡献占比达55.6%。这意味着经过前三次的



大促实践,老会员已经形成了使用微信服务号获取第一手大促情报、攒优惠券、享受会员福利的习惯,并主动进入O2O营销闭环的良性循环。

亮眼的数据背后,全国177家商场在各环节的创新亦可圈可点:

南京卡子门商场将微信优惠券运用到极致,大促期间微信会员销售高达5471万元,贡献率达72.9%;重庆江北商场嫁接房交会、大牌联盟等活动进行精准蓄客与互动,大促期间微信会员招募7896人,红星各商场中全国第一……

每一次“脑洞大开”的创新背后,万变不离其宗的是线上线下O2O营销闭环,高精准、高转化率、强互动、高复购率已成为其显著优势。

值得关注的是,此次活动微信新增粉丝数32.6万人,会员留资注册率高达



世界上3日内
销售最多的连锁家居商场
——红星美凯龙世界纪录颁证仪式——

用户思维 & 互联网玩法

如果说业内人士惊艳于数据的亮眼和闭环的成熟,大众更想知道的是为什么创造这项世界纪录的是红星美凯龙?

理由一:TA拥有4万亿市场空间

机构数据显示,2015年全国商品房销售总额达8.7万亿元,为全国家居建材市场带来2万亿的增量,红星美凯龙正面临一个总计4万亿的市场空间。

理由二:TA推崇用户思维

在“高客单”的家居行业,能够为消费者权益保驾护航的家居企业无疑会



赢得大量铁粉。去年底红星美凯龙联合中国质量认证中心打造的“中国家居正品查询平台”正式上线,从根本上杜绝假售假,家居进入正品时代。

理由三:TA营销炫酷酷到没朋友

“颜支付”、“世界纪录”,把大促销玩转出炫酷的高度也是没谁了。4月18日,一个名为“颜支付MPAY”的H5刷屏朋友圈,通过手机识别颜值可获取不等值优惠券,这一话题竟一度成为微博科技话题榜热点。两场形式各异的全民互动营销活动,抓住用户心理,巧妙嫁接网红资源,精准商业导流、让消费者参与世界纪录创造获得难忘体验……将互联网思维运用到了极致。

实体企业的逆袭

2015年红星美凯龙核心净利润同比增长20.1%,派息率高达66.7%,整体派息达17.03亿人民币,吸引了众多机构、中小投资者追捧。

招商证券、华富证券、中金等权威机构均给予红星美凯龙“买入”评级,并分别给出12.1港元、12.1港元和11.32港元的目标价,摩根士丹利更是给出14.77港元目标价。

不是实体不行,而是要创新,战略创新、体验创新、服务创新……创新带给红星美凯龙这样的实力,被消费者“抢抢抢”,被权威投行推荐“买买买”,破个世界纪录你还会惊讶吗?