

大国工匠 锻造山东质量 ③

工匠精神，山东制造的内生动力

□ 本报记者 李文明 蔡明亮
本报通讯员 王代路

2015年5月，国务院印发《中国制造2025》，部署全面推进实施制造强国战略。山东是工业制造大省，如何打造山东制造2025，从而在新的工业浪潮中赢得新发展？“山东制造参与市场竞争特别是国际竞争，必须走以质取胜的道路，必须着力培育质量竞争新优势。实现这一目标的根本动力，就是李克强总理在政府工作报告中指出的，要弘扬工匠精神，培育千千万万个坚守在制造业第一线的能工巧匠。”省质监局局长张宁波表示。

先进技术转化成产品的基石

《中国制造2025》提出，坚持把质量作为建设制造强国的生命线，走以质取胜的发展道路。

在长达30多年的基础设施建设高速增长时期，我国的工程机械行业实现了跨越式发展，仅以挖掘机为例，最高年份销售量高达24万台。然而，我国数百家工程机械企业生产的各类工程机械使用的高端液压件都来自日本和德国，而这个零部件所产生的利润占到了整个工程机械的70%。

为了打破国外液压件企业对中国工程机械产业的压制，山东常林机械集团把世界高端液压件技术领军人物聚集起来，自主研发出了达到国际先进水平的高端液压件产品。“高端液压件是成熟的技术，我国之所以生产不出来，是因为高端液压件的生产是一项系统工程，既要有高端的铸造和较高的技术和资金投入，更要有——精益求精、一丝不苟精神的一线操作人员。”董事长张义华介绍。

为了确保高端技术的落地，常林以精益生产为主线，实施素质工程，全面提高员工的科技文化综合素质。制定了集团短期、中期、长期培训计划，培养“工匠”型人才。开展了全员在职培训、“金蓝领”培训、参观学习、出国考察、帮扶培训等多方面培训教育。制订了《工程师、技师带徒学习制度》，在集团内部开展导师带徒、拜师学习活动。

这些措施使常林集团一线员工技术水平

不断提升。在常林集团中川液压车间，技术主管告诉记者，液压件各个部件的精密程度是液压件动能高低的关键。以液压件中的阀孔和各类连杆的圆柱度为例，在国内众多企业做的精密程度只能达到一个丝的水平，常林集团员工经过数千次的试验，将圆柱度提高到2微米，精密程度提高了5倍。也正是这种工匠精神，使得常林集团打破了高端液压件对中国工程机械的封锁。

正是看到了质量对山东制造转型升级的重要作用，质监部门按照推进质量品牌“万千百十”行动计划，今年将结合“大国工匠”精神宣传塑造，首期选择500家大型骨干企业，省市县（区）三级按地域划分全面推进质量培训和标准、计量、认证、质量提升工作，提升企业劳动者素质。同时，我省开展的省长质量奖、山东省质量管理奖等都把坚持开展对职工的质量知识、技能培训，不断提高劳动者的素质，列为这些奖项评选的必要条件。

由制造到智造，离不开工匠的创造

技术工人是制造业的脊梁。

记者调查获悉，制造业的一线岗位，工匠缺口，技术不精湛、精品意识淡化、工序流程不严谨、求数量不问质量，导致整体制造水平不高，这是山东制造大而不强的重要表现和隐忧。

在外人眼中，中国制造曾是价廉质低的代名词。但济南二机床却颠覆了这一概念。冲压技术是汽车制造的首道工艺。大型伺服冲压技术是代表当今国际先进水平的技术，之前，只有日本、德国少数企业掌握。济南二机床发力此项技术，2012年研制成功国内首台25000kN大型伺服压力机，这标志着他们在大型快速冲压线、多工位机械压力机、伺服冲压线等所有冲压技术领域，实现了与国际先进水平的全面接轨和同步发展。因此，济南二机床接连拿下福特汽车9条生产线的订单。

济南二机床集团有限公司质量管理部经理兼部长张军健介绍，为了保证产品质量和活力，他们十分重视工人的技术改革、技术创新，每半年就要征集一次技术革新项目，目前，每年职工申报的技术创新项目约300

余项，企业想尽办法用各种手段激励职工创新进步。

“只有整个企业具备了工匠精神，才能各个工种、各个工序涌现出各种具备工匠精神的员工，有了这些员工，才能保证我们的制造走向智造和创造”。省质监局标准化处处长郭大雷说，企业从全过程到全部从业人员，严格执行标准，精益求精，才能保证质量的可靠性，才能让山东乃至中国制造业成为高质量的象征。

为推动山东制造“走出去”，质监部门围绕装备制造、现代农业、城乡协调发展、生态文明等八大领域，开展了“标准化+”行动，确定626项“山东标准”建设任务。积极开展“万项企业标准”自我声明公开、“千项地方标准”管理提升、“百项先进标准”引领、“十项国际标准”示范工程，以标准升级带动山东制造转型升级。

从提品质到树品牌，需要匠才引领

很多人认为工匠精神意味着机械重复的工作模式，其实工匠精神有着更深刻的内涵。它代表着一个企业的气质，耐心、专注、坚持、严谨、一丝不苟、精益求精等一系列优异的品质。“工匠不一定都能成为企业家，但成功的企业家身上必须具备工匠精神”。海尔张瑞敏砸冰箱足以说明，只有具备工匠精神的企业，产品质量才能得到保证，品牌创建、市场开拓才会取得成效。

每个发展壮大的群体都有一个领头羊，即是说企业在培养工匠的同时，也需要培养匠才。全国劳模许振超就是一位带领一个团队屡创世界纪录的匠才。

2002年，青岛港港机公司开业，青岛港西进政策迈出重要一步。此时，中国沿海港口纷纷崛起，市场竞争非常激烈。如果码头装卸效率低，船舶经常滞港，就没有船舶愿意来停靠。如何提高桥吊装卸效率？许振超想到了从桥吊启动之初的5秒里“抠”时间。经过钻研革新，这个时间最终缩短为3.5秒。“尽管1.5秒时间不算长，但积累起来就会产生巨大的经济效益，1000箱的船，2000箱的船，可能就提前半个小时甚至一个小时结束作业。”许振超说。

2003年4月27日夜，国际巨轮“地中海

法米娅”轮靠港，需装卸3400个集装箱。青岛港8台桥吊一字排开，吊起8个集装箱几乎同时轻轻落下船来。鏖战6小时27分钟，桥吊队创出了单船效率每小时339自然箱的世界纪录，打破了由香港现代货柜码头创造的每小时作业336自然箱的纪录，创出了“振超效率”。

“树我当典型不是树我个人，是树当代港口工人形象，树当代产业工人形象。大家把我树为典型，我就是个‘旗手’，但我举旗不能自顾自往前走，不管后面有没有人跟。”许振超说。

济南锅炉集团总经理刘丰怀说，培养工匠精神不能停留在口号上，要付诸行动。企业家应该在制度上做好设计，通过物质奖励和精神鼓励等手段，培养一批专业、专心、专注的专家和技术工人，扎根基层，扎根专业领域，深耕细作，精益求精，同样培养出匠才，引领企业走向品牌之路。

获得济南贡献超二十亿的一等功臣济南二机床的赵元龙说，他在的班组年轻职工多，作为师傅，赵元龙毫无保留地教授他们技能和经验，使年轻职工逐渐成长为骨干，在青年比武中，一、二三名都是他的徒弟。

100多年来，德国人一直十分争气地让自己销售到世界各地的产品比当地货的口碑要好。20世纪50年代，德国进一步实施“以质量推动品牌建设，以品牌助推产品出口”的质量政策，使德国制造业在战后迅速崛起，在全球确立了“德国品牌、质量一流”的国家形象。德国产品能够获得全世界的高度认可，靠的就是工匠精神的传承和弘扬。

“山东是制造业大省，要在新的工业革命中崛起，就必须大力弘扬工匠精神。”张宁波说，工匠精神是在劳动创造、生产工艺、生产流程的每一个环节、每一个细节上追求高品质、高质量、高效率的具体体现，尤其是立志百年的企业、全力走向国际化的企业，更需要培养一大批懂技术、会创新、敢担当，视质量如生命，追求卓越、敢于超越、创造完美的一线产业工人。

专注、创新、提升、发展这是很多知名企业的成功之道，这也是工匠精神的核心体现。追求山东制造更上一层楼，更需要培育越来越多的具备工匠精神的产业工人，为人类社会生产高质量的产品，为企业打造金字品牌。

【专家点睛】

消费者为何青睐外国品牌

中国品牌促进会理事长 刘平均

针对我国产能过剩，大量产品积压，中国消费者却大量购买国外商品的现象，中国品牌促进会理事长刘平均解释原因有三。

首先，长期以来，我国假冒伪劣屡禁不止，消费者对国产品牌失去了信任感。

第二，我国的品牌建设滞后，其中有多次惨痛教训。上世纪80年代，10年中评了6000多个国家金奖、银奖、省优优优，受不正之风的影响，消费者反映强烈，国家经委下令停止了系列评选活动。国家层面的评选没有了，社会上出现了五花八门的乱评比的公司，花钱买牌子，钱多发金牌的乱评比机构达到2000多个，误导了消费，扰乱了市场秩序。为了正本清源，2001年，国务院批准评选中国名牌和世界名牌，但这次品牌建设的生命力只有8年，以2008年三鹿奶粉恶性质量事件告终。

自从国家相关部门2008年明令取消中国名牌评选7年来，社会上的乱评比、花钱买牌子的现象屡屡出现，市场消费需要正能量来引导。

总结两次品牌评选的教训，主要原因是评选缺少客观数据，有失科学、公正性。

第三，我国企业和市场需要正能量品牌导向。在联合国统计的440种重要工业产品中，我国有281种产品产量居全球第一，但是在Interbrand发布的全球最佳品牌百强榜中，我国只有华为、联想两家企业入围，分别为第88位和第100位。而发达国家20%的强势品牌占据了80%的市场份额。

造成这种尴尬局面的原因是，我国中小型企业小而散，大型国有企业，由于管理体制、机制与美欧不同，很难实现强强联合。2015年4月，美国两家资产规模都在150亿美元左右的企业卡夫和亨氏合并，重组后的新企业集团在美国食品饮料行业位居第三，全球位居第五，拥有价值10亿美元以上的品牌10个、5亿到10亿美元的品牌8个，都是国际知名品牌。2015年全球最佳品牌100强当中，美国拥有54个，美国依靠强强联合，走出了垄断国际品牌经济的成功之路。

同时，我国缺少自主创新核心技术。德国依靠持续创新，走出了德国制造百年不衰的成功之路。德国西门子公司拥有2万人的研发队伍，每年发明专利在2000项左右、实用技术创新专利5000项左右。德国正是依靠自主创新的核心技术占领世界制造业和品牌建设的制高点，百强榜中有10个，居世界第二位。

□ 责任编辑 杨辉

古贝春·酒好匠人酿



古贝春集团有限公司始建于1952年，是一家集产、学、研为一体的全国纯粮食酒重点生产厂家。企业先后被授予全国五一劳动奖状、中国白酒工业百强企业、全国守合同重信用企业、全国质量效益型先进企业、全国低度浓香型白酒著名企业、全国青年文明号、全国工业旅游示范点、国家AAA级旅游景区等荣誉称号。

古贝春的白酒生产目前已形成浓香、酱香、兼香齐全，古贝春、古贝元、国蕴三大主导品牌，高、中、低档兼备的产品格局。古贝春牌被认定为中华老字号、中国白酒十大著名品牌，古贝春酒被国家商务部公示为第六届中国名酒。

周晓峰，研究生学历、高级政工师、高级经济师。1986年任武城县商业局副局长、商业大楼总经理。1996年1月任古贝春集团党委书记兼总经理，1999年11月企业改制后任山东古贝春有限公司董事长、总经理。荣获中国发展民族产业十大功勋企业家、全国内贸部劳动模范、全国轻工行业劳动模范、中国工业经济年度十大新闻人物、山东省优秀企业家、山东省财经风云人物等称号。为五一劳动奖章获得者，并当选山东省第九届、十届人大代表，2008年当选第十一届全国人大代表。

1996年初，周晓峰调任古贝春集团总公司任党委书记兼总经理，面对企业累计亏损7980万元，停产半年濒临破产的现状，从管理入手，大胆改革使企业重新焕发生机，当年即扭亏为盈，实现销售收入3872万元。在此期间，古贝春公司通过与名优厂家开展积极广泛的技术合作，成功地开发出了五星级古贝春，弥补了当时山东省无高档白酒的空白。产品质量的提高带动了经济效益的飞跃，连续16年来主要经济效益始终保持着每年30%的速度递增。

2003年企业跻身国家统计局工交司等部门评定的“中国白酒工业百强企业”。产品先后荣获“全国浓香型白酒质量评比低度酒第一名、高度酒第二名”、“中国驰名商标”、“联合国千年金奖”、“中国白酒工业十大区域优势品牌”、“中国历史文化名酒”、“中华老字号”等荣誉称号。

吴兆征，公司总工程师、董事会成员、高级工程师、高级技师、中国白酒大师、国家级高级白酒品酒师、全国白酒标准化技术委员会委员、中国白酒技术委员会委员、中国芝麻香标准委员会委员、中国白酒169计划成员、山东省劳动模范、山东省优秀共产党员、山东省首席技师、德州市第十四次党代会议代表。

自1981年起，吴兆征一直从事白酒的品评、酒体设计、技术研发及技术创新管理工作，曾先后荣获“中国食品安全工程技术先进个人”、“山东省劳动模范”、“山东省首席技师”、“德州市首届十佳科技工作者”、“山东省科普先进个人”等荣誉称号，并记二等功一次。先后发表论文10多篇，主持的“38度浓香型古贝春酒的研制开发”项目曾获得“中国轻工科技进步三等奖”。主持的“物联网技术在酿酒生产过程中温湿度测控的研究与应用”项目获得“中国酒业科技二等奖”和“山东省轻工行业科技进步一等奖”及“山东省计算机应用优秀成果奖”，“GCMS技术在白酒生产中的应用”和“国蕴酒生产技术研究”等5个项目获得山东省轻工行业科技进步奖，主持开发的“优质白酒



周晓峰

原料生产产业化”项目荣获“山东省技术市场金桥奖”。先后在山东省各部门立项技术创新项目14项。30年的积累使得吴兆征在白酒的酒体设计及品评方面有着独到的见解，堪称山东浓香型白酒酒体设计第一人。



吴兆征



赵殿臣

赵殿臣，大专学历，九三学社社员，德州市人大代表，现任古贝春集团有限公司董事会成员、执行总经理，高级工程师、国家级白酒评委、中国白酒工艺大师、山东省有突出贡献的中青年专家、山东省院士工作站、山东省工程技术研究中心、省级企业中心等多个科研平台。在他的带领下古贝春实现跨越式发展，从一个濒临倒闭的县级小厂走向了全国知名的白酒企业，如今的古贝春正在向着“十三五”规划中“一城、一园、一基地”的宏伟蓝图迈进。

面对白酒行业深度调整期，作为一位经历数十年风雨的酒业老兵，赵殿臣面对新形势展现了变革的勇气和定力，他



杜新勇

杜新勇，公司副总经理，专职从事白酒酿造、勾兑工作。其主持开发的古贝春系列产品被授予“山东省十大创新品牌”、“苏鲁豫皖风格金奖”等。先后荣获“国家级白酒评委”、“山东省首席技师”、“第七届德州市青年科技奖”、“德州市五一劳动奖章”等称号。