

# 联美公司：拧紧消防“安全阀” 打出安全“组合拳”

近日，联美公司打出“走出去+请进来”组合拳，动员组织员工开展消防安全警示教育、消防应急疏散演练、消防隐患排查大检查等活动，切实筑牢消防安全“铁篱笆”。

## 念好“紧箍咒”，开展日常警示教育

消防安全教育只有“进行时”，没有“完成时”。联美公司常态化开展日常消防安全教育，充分利用宣传栏、电子屏和企业微信平台等，发布消防常识，通过安全培训、生产例会、工地宣讲、警示教育等形式，切实提高干部员工的安全意识和防范意识，引导员工由“要我安全”到“我要安全”的理念转变。

“警示教育片中的每一起案件都触目惊心，天津港‘8·12’特别重大火灾爆炸事

故、北京市喜隆多购物广场‘10·11’火灾事故，烈火无情吞噬着建筑、财物和生命，我们应当时刻保持警惕，预防安全事故发生。”德化许厝第三项目部安全员潘方斌观看警示教育片后说。

11月以来，该公司各项目部累计播放消防安全警示视频65次，张贴海报横幅78条，并结合消防技巧、防火常识、自救方法等方面，为全体员工量身定制了生动直观的消防手册，累计发放600余份，引导广大员工关注、关心消防安全，强化自救自救能力。

## 上好“实践课”，开展消防疏散演练

“10层企业文化展厅突发火灾，请全体员工立即有序撤离！”11月22日下午，总指挥一声令下，联美公司总部大楼消防演练

正式拉开帷幕。警报瞬间响彻整栋楼，各员工迅速响应，在工作人员的引导下，用湿毛巾捂住口鼻，弯腰前行，有条不紊地向安全区域疏散。本次疏散演练共123人参与，整个疏散过程紧张有序，仅耗时10分钟，高效达成预期效果。

与此同时，联美公司还邀请了消防救援大队讲解员为员工讲解消防安全知识，并示范灭火器的正确使用方法。“这个消防防毒面具该怎么使用”“大家使用灭火器的时候，要记住‘提拔握压’”……讲解员一边解答问题，一边指导该公司员工体验了穿戴消防服、佩戴防毒面具等，使员工们“全方位、零距离”学习消防、体验消防、感受消防，极大提升了员工在紧急情况下的自我保护意识与应对能力。

## 织密“防护网”，开展安全隐患排查

联美公司有效结合安全生产治本攻坚三年行动，认真开展消防安全隐患排查工作，权属各单位重点对消防设施、设备运行情况、安全出口畅通情况等进行全面覆盖实地摸排，并做到立整立改。针对薄弱环节，该公司紧盯电动自行车停放、充电管理，及时发现并劝阻、搬离违规停放、充电的电动自行车，畅通消防“生命通道”。

由点带面，为扩大消防安全宣传范围，该公司各房地产公司开展“消防安全知识进社区”活动。通过向小区业主讲解消防安全知识、帮助沿街店铺排查安全隐患等，保障其生命财产安全，为业主们创造安全的生活环境。（阙文亮）

## 简讯

### 石化设计院成功延续国家工程咨询单位甲级资信证书

本报讯 11月28日，中国工程咨询协会正式公布2024年符合甲级资信评价标准工程咨询单位名单，石化设计院名列其中。8月初，该公司根据中国工程协会资质实施要求，准备材料，提交申报，最终顺利通过审查，完成了甲级资信延续换证工作，业务范围涉及石化、化工、医药。（林薇）

### 泉惠石化工业区热电联产二期工程节能报告顺利通过评审

本报讯 11月26日，《泉惠石化工业区热电联产二期工程节能报告》评审会在福州召开。

会议上，评审专家认真分析了二期工程项目能源利用状况、节能措施、能源管理等内容，在优化用能管理、提高能源利用效率、降低能源消耗和污染物排放等方面深入探讨沟通，确定有效节能措施，最终报告顺利通过评审。（詹成榜）

### 平海湾海上风电场项目报告顺利通过评审

本报讯 11月28日，三川风电《莆田平海湾海上风电场F区项目海域使用论证及海缆注册备案评估质量控制服务技术报告》专家评审会在上海召开。与会专家和各单位代表认真听取了编制单位关于“报告”的内容介绍，并对报告质量控制情况进行质询。经与会人员深入讨论，会议一致认为该“报告”符合相关要求，专家组同意通过评审。（郑杨）

### 福建煤电坎市发运站提前32天完成年度发运任务

本报讯 截至11月28日，福建煤电公司坎市发运站完成全年发运任务的108%，提前32天完成全年发运目标任务。（林玉梅）



▲ 近日，龙安热电公司运行管理部针对一、二期标识牌开展了“查缺补漏”行动。各专业运行人员对现场阀门、标示牌进行严格的检查，共汇总现场存在的问题132处，并制定了下一步的整改优化方案。（陈一杰 摄）



## 图片新闻



▲ 近年来，古雷化学公司成功举办苯酐团队金牌班组劳动竞赛活动，推动生产管理取得成效，产品热稳定色度由原50#降低至35#且长时间维持稳定，固酐月优品率由最低的69.38%提到100%，苯酐各班组成员的综合素质和工作技能不断提升。（张芯婉 摄）

▲ 近日，鸿山热电公司燃料运行专业开展理论与实操相结合的船舶防溢油应急培训，旨在提升燃料运行专业人员应对船舶溢油事故的应急处理能力。（黄晓惊 摄）

## 冲刺四季度 打好收官战

### 建材控股主营商混业务销量突破性增长

面对复杂多变的市场环境，建材控股公司坚定“提销量、保份额”的销售策略，秉持以“客户为中心”的经营理念，提升产品质量和服务水平。在过去的一个月中，该公司积极应对市场变化，通过精准市场调研和分析，准确把握建筑市场对混凝土的需求趋势。11月，该公司主营业务商品混凝土产销量突破新高，环比涨幅13.47%，年累销量同比涨幅5.41%。

在产品质量方面，建材控股公司始终坚守品质至上的原则，不断加强生产过程中的质量控制，确保每一批混凝土产品都符合国家标准和客户需求。同时，该公司还建立了完善的售后服务体系，及时响应客户的反馈和投诉，为客户

提供全方位、高效率的服务支持。

在营销推广方面，建材控股公司充分利用各种营销渠道，加强品牌宣传和推广，提高品牌知名度和美誉度。通过一系列有针对性的营销手段，该公司成功获得大量潜在客户的关注和订单，为销量的提升奠定了坚实的基础。截至目前，在手合同订单较往年大幅度增长，同比涨幅7.21%，为全年乃至明年销量打下基础。

在成本控制方面，建材控股公司强化生产过程控制，提高生产控制水平，精心做好设备维护，保障设备完好运行。通过优化生产配合比设计，充分发挥集中采购的规模效益，着力提升人员效率

指标，全面且高效地落实降本增效举措，有效降低了生产成本，为实现盈利目标提供了有力保障。

在公司上下共同努力下，11月份混凝土销量实现了突破性增长。这一成绩的取得，不仅彰显了建材控股公司的市场竞争力和经营能力，更为“冲刺四季度，打好收官战”目标注入了新动力。

建材控股公司将继续秉持以“客户为中心”的经营理念，坚定“提销量、保份额”的销售策略，不断优化产品和服务，提升品牌影响力，加强成本控制和风险管理，为客户提供更优质、更高效的建筑材料和服务，确保企业的稳健发展。（丘学林）