

■风行者

和“歼十”一同飞入蓝天

——追记歼-10之父宋文骢

□ 本报综合报道

3月22日,中国工程院院士、自然科学研究员、歼-7C飞机总设计师、歼-10飞机总设计师、中航工业成都飞机设计研究所首席专家、原副所长兼总设计师宋文骢因病医治无效,不幸于当日13时10分在北京301医院逝世,享年86岁。宋老辞世距离1998年3月23日歼十首飞18年纪念日仅差一天。

歼-10“18岁生日”前夕,老人走了

宋文骢逝世后,引发全国各界深切的怀念。3月23日,成都武侯祠大街89号院,哀乐阵阵。临时设立的哀悼厅里,摆放着中航工业成都飞机设计研究所首席科学家宋文骢院士的遗像。陆续有人走进来,鞠躬,献花。

中航工业副总工程师杨伟声音低沉,眼睛布有血丝。3月23日,歼-10战机“18岁生日”,原本,这是一年中他最骄傲的日子,然而今年,心中却多了哀悼与失落——那位相识31载,于他而言,亦师亦友的老人,不在了。

作为宋文骢最亲近的学生,同时也被宋文骢认为是自己“接班人”的杨伟,在宋文骢生病的日子里,一直在医院陪着老人直到最后。“老头走的时候,很安详,包括他在人世的最后时光。”杨伟亲切地称宋文骢“老头”。

3月21日晚上,老头病情突然加重,去世时很平静,没有留下只言片语。23日,在接受华西都市报采访时,杨伟告诉记者,“老头”有两个生日,一个是歼十首飞的日子,一个是他的生日,今年却一个都没过上,“不过,他去了离翱翔的飞机最近的地方。”

参研五款战机,曾当选感动中国十大人物

来自中航工业集团资料,1930年,宋文骢出生于昆明,新中国成立后曾主持过云南军区情报处的谍报组和侦察组工作,1954年宋文骢跨进哈尔滨军事工程学院的大门,从此为我国的航空工业奋战了50年,先后参加过东风113号机、歼-7、歼-8、歼-9、歼-10飞机等多个飞机型号的研制,担任过两个国家重点型号歼-7C和歼-10飞机的总设计师,取得

了一系列创造性的重大成果。

其中,第三代战斗机——歼-10的研制成功是我国航空武器装备发展史上的一个重要的里程碑,不仅实现了中国航空工业的跨越式发展、对我军武器装备现代化具有重大意义,还标志着我国成为世界上少数能够自行研制并大量列装第三代喷气式歼击机的国家。

1970年,宋文骢带领同志们着手某新型歼击机的气动布局研究三个月后,第一套带鸭翼的高、低速模型风洞试验就开始进行。高速试验风洞安装在山洞里,试验现场气温很低,寒气逼人,环境十分艰苦,但为了取得精确的气动数据,设计论证方案的可行性,宋文骢亲自进驻现场,实行三班倒,边试验,边画曲线,边分析,边修改。最终,这些研究成果都用在歼-10上。

1998年3月23日,被称为“骨气机”的歼-10终于完成了首飞。

2006年,歼-10战斗机形成了战斗力,并在2009年国庆阅兵中大显身手,让世界瞩目。随着歼-10飞机的研制定型和装备部队,中国形成了一整套具有自主知识产权的第三代战斗机设计技术,并为后来歼-20等国产四代机的研制打下了坚实基础。

2010年2月10日,宋文骢当选“感动中国”十大人物之一。



歼-10,中国航空工业的飞跃

“在歼-10这个项目中,老爷子投入了全部的热情和激情,更准确地说,应该是他的生命。”3月22日,歼-10试飞员张景亭接受媒体采访时表示。作为歼-10试飞员张景亭曾和宋文骢在一起共事多年,在他的心目中,宋文骢的形象定格在上世纪90年代。“始终觉得他是70岁,看到他就能感受到90年代热火朝天的精神。”

作为歼-10总设计师,宋文骢的功绩不仅仅在歼-10这个项目中,而是创造了一种精神,锻炼了一

支队伍。“在后期的很多型号,包括‘枭龙’、歼-20以及中航工业集团公司其他重大型号的骨干人员都是在歼-10研制过程中锻炼出来的。”张景亭说,歼-10中的很多做法都带到了其他型号研制中,都有歼-10的影子。“也就是说不仅是一个型号的成功,而是中国航空工业的飞跃。”

在中航工业很多企业的车间内,都有“我为型号做贡献,型号培养我成长”和“祖国是不会忘记为祖国做过贡献的人”这两幅标语。很多当年参与歼-10项目研发的技术员回忆说,这两句话是当年研制歼-10项目的口号,后来成了很多型号研制的口号。

■红绿灯

产品做不好,何敢称品牌?

□ 何晓亮

如何称呼100%中国人的汽车企业,一直都是个有趣的话题。因为有合资的存在,人们往往更在意企业的所有权以及主导权,于是“自主品牌”最终成为公认。虽然近年来一些机构试图推广“中国品牌”的称呼,但民族自豪感强烈的群众,眼睛是雪亮的:合资出的东西,好意思叫中国品牌?

自主,自主,自己当家做主。实在找不到比它更贴切的词了。但现在我更想讨论的,是自主后面的那两字:品牌。

自主品牌,有品牌吗?没有,一个也没有。

中国人混淆品牌与名牌的历史,跟混淆营销与销售一样悠久。直到今天,大部分的企业依然寄望借助大规模的传播投放,实现销量的上涨和知名度的提高,以为如此便是做品牌了。

他们确也做到了,现在的自主品牌已经无人不知、无人不晓,但,有一个会让消费者瞬间就能联想到“好”吗?

我找不到。实际上在几乎所有的中国普通消费者眼中,不管你是叫比亚迪、东风,还是吉利、长安,本质上没有,也看不出什么区别,就像一群廉

色、长相五花八门,但都关在一座名叫“劣质便宜货”的羊圈里的羊。

毫不客气地说,如果不做出一些改变,那么在很长的时间里,中国汽车行业都很难做出一个品牌。因为他们并没有真正把产品——这一品牌的唯一载体做好。因而,尽管羊圈里从不乏努力上进者,拼命想要把自己摘出来,但几番挣扎尝试之后,终究还是不能摆脱束缚。

产品之所以重要性,在于它是消费者评判企业的唯一途径(公共关系、社会责任之类,与它相比不过锦上添花的东西)。随着供给侧改革成为我国社会经济发展的新要求,产品的意义也变得尤为重要。

所谓供给侧改革,是经济转型升级的组成部分。在这一过程中,品牌是主要抓手,而产品是品牌的唯一支撑。

从这个层面上来看,自主品牌差的不是半星半点。最近有条新闻:某大型国有车企这几年销量大增,但质量屡遭投诉。在自主品牌近年大有起色(主要靠SUV)的背景下,这条新闻看似普通,实则很有意义,那就是大部分自主品牌,现在连发展品

牌的资格都还没有。

当然,有一些有追求的企业,对什么是品牌有着明确的认识。但在品牌的传播和打造方面,却没有脱离窠臼,依然在花大价钱向消费者喊着品质、科技、服务……殊不知在外资、合资的环伺下,他们根本不会相信你们会比干了一百年的外国人更好。铺天盖地的烧钱推广,不如直接搞价格战。

之所以如此,主要在于我国市场经济的前三十年,生产制造是企业的主要命题,产量、价格是企业关注的主要方面,质量是评判企业的主要标准,从我出发,自说自话是宣传公关的主要特色。在人们消费水平及要求大幅提高的今天,这种模式已经不再适用。

只有一种东西会让消费者改变看法,那就是一件满足他们自己都没发觉的需求,改变他们生活方式的产品。乔布斯从没见过他们为研发投入多少巨资、有几位院士、有多少博士工作站,也没在各大媒体上刊登过为国争光、全球首创、世界领先之类的软文,也没有把自己包装成××教父,传播什么××思维,他只做了一件事:把一部完美的手机产品送到你面前,然后改变世界。

云南五条出境铁路“咽喉”贯通

近日,昆明铁路枢纽扩能改造读书铺至昆明站间线路、道岔拨接完毕,标志着云南“中越、中老、中缅、中印”五条出境铁路进出昆明的“咽喉”贯通,这将为云南建成面向南亚东南亚辐射中心提供强大的运力支撑。

此前,读书铺至昆明站间是双线客货混跑,来自滇西、滇南方向(中越、中老、中缅、中印国内段)及成昆铁路的列车需要排队等候进出昆明,制约了云南铁路的快进快出和大能力运输。

当日凌晨,昆明铁路局昆明铁路枢纽建设指挥部组织1800多名建设者和8台大号捣固机械挑灯夜战,经过3小时的集中会战,五条出境铁路“咽喉”全面贯通。此次“咽喉”贯通,进出昆明的列车变成了客货分线四线运行,就是把之前的“两车道”变成“四车道”,运行时间和运输能力大幅提升。

昆明铁路枢纽扩能改造2009年开工建设,旨在把云南“八出省、五出境”铁路网进出昆明“咽喉”和“肠道”打通,完善云南铁路枢纽和节点,把昆明建成面向南亚东南亚的国家区域性枢纽。



图为施工人员在切割需要接驳的线路钢轨,火花飞溅。张伟明摄影报道

■广而告之

新系统应用提升报修服务质量

国网巴林右旗供电公司调控中心配网指挥班全面调试PMS2.0配网抢修管控模块的运行,全面提升公司生产管理信息化水平,促使生产精益化管理再上新台阶。PMS2.0系统是统一、高效、集约的运维检修管理信息化平台,可实现对操作层、管理层、决策层业务能力的全面覆盖,为运维一体化和检修专业化提供有力的支撑。

该公司配网指挥中心和各供电所生产班均安装了谷歌浏览器和图形客户端,为了故障报修单业务流畅,配网指挥人员与各供电所选出技术骨干人事共同学习讨论PMS2.0系统95598故障报修工单接单派单工作流程。

PMS2.0接单95598故障报修工单工作任务艰巨、责任重大,座席人员将全力做好报修工单接单工作。(格日勒 焦希春)

“小铁鞋”保大安全

近日,朔州工务段在轨道车安全系统中推广安装“小铁鞋”报警装置,有效消除了轨道车在未撤除铁鞋时启动运行的严重安全隐患,起到“小铁鞋”保大安全的作用。该报警装置由自轮运转车间主任赵智刚组

织车间技术人员研制。(富立彬)

冬训注重内练素质 外强技能

为了全面提高今年冬训业务技能学习质量,3月14日,国网蒙东电力科右前旗供电公司开展了以“内练素质、外强技能”为目标的冬季系列培训学习,冬季培训旨在利用冬季生产作业较少,便于集中学习培训内容的黄金时段,进一步提高员工综合素质和岗位技能水平。(吴庆杰)

“红绿灯”卡警示职工守护安全

近日,太原铁路局湖东车辆段的17个车间不仅每个岗位上多了张醒目的“红绿灯”卡片,还将宣传页发到职工家中,用语通俗易懂,上口好记。让“家庭政委”督促亲人,使守护安全的理念扎根心坎,营造出人人想安全、人人保安全的良好氛围。(李培 薛振宇)

打造安全文化新“亮点”

近日,国网科左后旗供电公司于3月10日开通了安全宣教微信群,通过建立微信群的方式,在日常工作、学习、生活的过程中,随时记录和传递视频、语音、图片、感悟、短信、问候、温馨提示、合理建议、反违章

纪实、标准化工作流程、小故事等和安全相关的健康内容。(何林 张守东)

90后售票5万多张无差错受表彰

近日,太原铁路局太原车务段对2015年度各工种优秀代表进行表彰。吕梁站90后史琪售票55821张无差错荣登榜上。她平时苦练售票技能,还虚心向本地职工学习当地方言,做到服务好每一个旅客,受到职工及旅客的好评。(张超)

扎赉特旗供电公司:营销工作又有新目标

从2016年3月4日召开的扎赉特旗供电公司营销工作会议中了解到,该公司今年的营销工作新目标是:售电量预计目标4.1亿千瓦时,综合线损目标8.4%,低压线损目标5.66%,采集成功率目标99.85%。优质服务投诉数量压降50%。今年的营销工作要从“严细实”入手,努力开创营销工作新局面。(陈月霞 郭健)

侯马电务段 强化客运机车车载设备的安检

近日,太原铁路局侯马电务段通过对回库客运机

车Lkj主机、信号主机、LAIS设备、TAX箱等车载设备及机车外挂设备的检测,以及机车出入库数据的分析,加大对回库客运机车的安检力度,保证出库客运机车100%合格。(白鹏)

开展服务礼仪培训提升窗口服务形象

为了更好地提升服务窗口人员的综合素质,强化服务人员的基本服务技能,内练素质,外练形象,打造阳光心态,增强服务意识。近日,国网巴林右旗供电公司举办了窗口人员优质服务礼仪培训班,公司聘请了赤峰学院专业老师主讲,服务窗口人员30余人参加了培训。

在培训中,老师首先强调了营业窗口人员的礼仪服务理念,对服务窗口人员的坐姿、站姿、手势及与客户如何沟通交流等内容进行训练,并在现场采取了多种模拟演示和互动,课堂气氛活跃,整个培训现场学习气氛浓厚。

通过此次培训,窗口培训人员都觉得很收获颇丰,并表示将礼仪运用到生活和工作中,为广大客户提供更优质的服务,促进公司和谐健康发展。(宋晓芳 杜军福)

扎赉特旗供电公司:促“一标双控”有效落地

近期,为促进“一标双控”风险管控模式有效落

东风雷诺科雷嘉上市

科技日报讯(记者王月菊)日前,雷诺品牌之夜暨东风雷诺科雷嘉上市发布会,在充满工业艺术气息的北京79罐盛大启幕。此次东风雷诺首款国产车型科雷嘉共推出5款车型。

诞生于雷诺CMF专业SUV四驱平台,科雷嘉全系采用高于欧洲原版的四轮独立悬架,由对标雷诺日产联盟标杆工厂的东风雷诺武汉工厂倾情打造。全LED大灯搭配造型独特的C型LED日间行车灯,同级领先的超大可开启全景天窗,18英寸钻石切割动感铝合金轮毂,7英寸TFT彩色数字仪表盘,D型运动方向盘和运动型真皮座椅。据东风雷诺汽车有限公司执行副总裁胡信东透露,目前科雷嘉已经接到全国订单达5200余辆。年底东风雷诺还将推出一款D级SUV,届时东风雷诺将实现对SUV市场B、C、D级的全面覆盖。



地,强化安全管理,分享本质安全化建设成果,加强各平行车间交流学习,本质安全化建设兑标宣贯组一行八人来到扎赉特旗供电公司,为该公司各班组、生产班组共计92人分享了一场精彩绝伦、别开生面的兑标宣贯理论课。(张宏利 王健)

“班事”公开让职工工作热情高涨

今年以来,湖东车辆段大新运用车间坚持每月将奖金分配、处罚事由、工作考核、职工考勤等事务上墙公开,让职工对关系到自己切身利益的“班事”心知肚明,得奖高兴,被罚服气,有效激发广大职工的工作热情。(武振国)

扎赉特旗供电公司:把好新年安全第一关

近期,国网扎赉特旗供电公司组织全公司运维、检修、变电、供电所、站30名员工,在五楼会议室参加兴安供电公司开展的《安规》抽考,从严从实加强公司员工安全意识、责任意识和风险管控能力,全面提高《安规》的理解力和执行力,把好新年安全第一关。(相韶华)