



建筑行业“师徒带教”制这一优良传统在上海建工集团总承包部得到传承。从2012年5月4日起,上海建工集团总承包部实施“关键岗位师徒带教”制10年来,已有5批共111名青年分别接受20多位名师为期2年的“传帮带”,有力促进了总承包部关键岗位青年人才、特别是青年项目总经理、项目总工程师、项目总经济师、项目安全督察员等的培育、选拔与使用,为实现总承包部持续发展提供有力的人才资源保障。在6月25日举行的“关键岗位师徒带教第5期23名学员结业暨第6期23名学员签约仪式”上,上海建工集团副总经济师、总承包部党委书记、总经理张锦彬再次强调“关键岗位师徒带教”是建设学习型企业、加快培养高端专业人才的重要平台,要把这一加快育人成才的品牌越办越好,办出特色,办出更大成效,成为企业高质量发展的硬核力量。

上海建工集团总承包部作为上海建工集团总承包业务的主要实施单位,10年前,随着总承包业务的发展,高端专业人才紧缺的矛盾较突出,出现了断层,直接影响了总承包部事业的发展。为此,该总承包部党政领导班子经过反复研究,决定实施“关键岗位师徒带教”制度,通过“传帮带”,加快紧缺人才培育、选拔与使用。

为确保“关键岗位师徒带教”工作取得实效,增强带教师傅的责任心和受教学员的紧迫感,上海建工集团总承包部成立了以建工集团副总经济师、总承包部党委书记、总经理张锦彬任组长,分管领导及相关部门负责人为成员的“关键岗位人员师徒带教工作”领导小组。每2年隆重举行一次老学员结业暨新学员签约仪式,给老学员颁发结业证书,新学员与带教师傅签约、向带教师傅颁发聘书、学员向带教师傅敬茶等。2年一批(次)的师徒《培养带教协议书》明确了各自的权利和义务。其具体做法是:以本职工作岗位为基础,实施岗位带教制度,由总承包部具有丰富项目管理、经营管理、技术管理和安全管理经验,同时具有较深的专业理论知识,并且在业主中、建工集团内或建设行业内具有一定知名度的“老法师”,以师徒关系的形式将其独特的管理工作经验、优良的职业道德作风,以言传身教的方式,对口传授给具有一定管理基础的青年。通过岗位带教制度,逐步提高带教学员的职业操守、综合管理水平和工作能力,调动他们的积极性、创造性,从而提升总承包部的整体管理水平。

在此前每批次的师徒带教中,上海建工集团总承包部精心组织项目管理实务系列培训,授课内容涉及“施工总承包管理理论与实践”“合同管理与合同谈判”“工程设计与施工总承包管理”“工程设计与施工总承包管理”等。学员们济济一堂,普遍反映这些授课“理论结合实际,深入浅出,触类旁通,受益匪浅”。还组织学员前往嘉兴南湖、井冈山、延安、遵义等红色基地参观学习,追寻红色记忆,增强党性修养,亲身体验,深切感受红军先辈们不屈不挠的革命斗志和革命精神。此外,总承包部注重发挥师徒的主观能动性。在每批学员接受20次左右的集中培训课程后,要求每个学员提交一份结合本职工作实际的体会文章,并参与1次献计献策/献言活动,作为对受教学员考核的一个内容;每个季度要求结合师徒带教实际,提交一份记录;还要求学员第1年提交一份3000字左右的书面小结,第2年提交1篇理论结合实际的文章。总承包部一方面要求每个带教师傅给自己的受教学员写评语,同时将这些小结汇编成册,发给每个带教师傅和受教学员阅读,起到了相互启发、相互借鉴、相互提高的作用。

上海建工集团总承包部坚持名师带徒制和开展实务系列培训活动,以好中选优、业内公认为标准,努力打造一批“业主赞赏、同行尊敬、业绩过硬、业务精湛”的领军人物和品牌团队,已收到明显的成效。带教的学员不但学习导师的本领,而且传承导师做人处事的品格,提高自身的综合素质。其中有3名首期学员成长为第五期、第六期学员的导师,不少学员挑起了重点工程建设的项目总经理、项目总工程师、项目总经济师、项目安全督察员等重担,还有3人走上总承包部的领导岗位,更多的学员在项目管理、技术、安全、商务、财务等业务条线中发挥着表率作用。

(通讯员 章华平)



# 建筑行业“系统性数字化”转型正当时

□记者 方佩岚

“建筑行业数字化转型正在向系统性数字化迈进,其价值体现在重塑企业的掌控力与拓展力,使企业具有更强的核心竞争力。”日前,广联达科技股份有限公司(以下简称广联达)董事、总裁袁正刚在接受本报记者专访时表示,数字建筑正逐步迈入系统性数字化的新阶段,帮助企业做强“两力”、提升企业发展韧性成为其显著特征。

**存误区、处低位,建筑企业数字化建设遇瓶颈**

当前,建筑企业的数字化程度整体还处于低位,与此同时,部分企业对数字化建设还存在误区,如更关注数据展示而忽略数据生成、融合、分析的重要性,急于求成、想快速成功,以及主次颠倒、不平衡发展等。另外,目前传统分割的、碎片化的数字化建设已经不能满足现阶段建筑企业全面的数字化转型需求。过去由于企业各部门之间的业务分块和各组织间的层级割裂,散点式建设的数字化系统未能形成有效连接,导致数据不通、资源不通、业务不通、管理不通,协同化智能决策受阻,无法形成整体价值最优。以上误区和难点都亟须开展系统性的数字化建设。

系统性数字化转型已形成“箭在弦上”的态势,对提升企业掌控力与拓展力,增强企业发展韧性,抵御不确定性风险都具有重要意义。

在新发展格局下,建筑企业系统性数字化转型是生存与发展的必然选择。一方面,通过数据驱动管理与决策,提升企业对“人、财、事、物、情”的掌控力,促进项目成功;另一方面,通过数据驱动创新变革,增强企业对“价值链、供应链和产业链接”的拓展力,推动企业数字化发展。

**“数据+连接+算法”,系统性数字化来破局**

袁正刚告诉记者,系统性数字化是以“数据+连接+算法”为核心,以一体化平台为支撑,通过打造以“BIM+智慧工地一体化、项企一体化、业财一体化”等为代表的重点数字化场景,推动全方位、全链条、全要素的数字化,提升企业的掌控力与拓展力,促进企业规模化高质量发展。

其中,“数据、连接、算法”是系统性数字化的三个核心本质,也是系统性数字化要重点做好的三个方面。

数据已经成为产业发展新的生产要素。通过对数据加工形成有价值的信息,继而形成对客观规律的认识,服务于智慧决策。因此,获取及时、准确、全面的数据是数字化转型的基础。

连接即把各部门、各层级、各主体进行连接,让数据在约定的协议下在各节点进行高效传输,能打破信息孤岛、解决信息不对称问题,实现组织之间的信息透明、高效沟通。通过数字化连接建立起组织间的合作关系,让系统统筹判断成为可能,是数字化转型的重要支撑。

算法代表着用系统的方描述解决问题的策略机制,是数字化转型从流程驱动向数据驱动转变的关键。利用“数据+算法”可发现价值、提升认知能力,拓展对产业变革洞见能力,基于数据驱动的算法是数字化转型的核心。

系统性数字化利用物联网、大数据、人

工智能等技术,建立起“人、机、料、法、环”等全要素数据资源体系,实现“集团、企业、项目、岗位”之间全方位连接,推动企业全链条智能化协同,能够解决传统数字化面临的难题,是建筑企业数字化转型破局之道。

袁正刚还表示,系统性数字化建设包括3个层面内容。一是数字化本身的系统性,就是抓住数据、连接、算法3个核心。二是企业内部的系统性。坚持将数字化作为“一把手工程”,打通企业各部门、各业务条线间的数字化连接,战略先行、久久为功。三是企业与产业链合作企业之间的系统性。建筑企业与产业链上下游企业建立合作伙伴关系,发挥各自优势,打造共生型合作伙伴生态系统。

**全生命周期赋能,系统性数字化推进正当时**

“系统性数字化的提出,是逐步演进的过程。”袁正刚表示,广联达于2016年在行业内首次提出“数字建筑”概念,利用BIM和云计算、大数据、物联网、移动互联网、人工智能、区块链等信息技术,实现建筑的全过程、全要素、全参与方的数字化、在线化、智能化,从而引领产业转型升级。广联达“数字建筑”概念提出之初,就立足于提供系统性的解决方案。

据了解,自提出“数字建筑”以来,广联达围绕建筑全生命周期提供数字化解决方案,业务领域已经涵盖数字建设方、数字设计、数字造价、数字施工、数字供采、数字城市、数字金融、数字高校等。与此同时,广联达与华为等知名软硬件企业建立了紧密合作关系,并助力建筑业头部

企业建设数字化系统。近年来,广联达打造了多个建筑行业数字化转型的样板工程,更加精准的解决企业数字化转型的“痛点”和“难点”。

“数字建筑”观念成为共识,融合发展的生态圈逐步形成,样板工程实现标杆指路、业务领域全周期覆盖,在这样的基础上,提出系统性数字化正当其时。”袁正刚表示。

“系统性数字化重塑企业掌控力与拓展力”是广联达基于业务、服务客户与深度思考,概括来说就是:系统性数字化在一体化平台支撑下,建设一体化的数字业务体系,重塑企业掌控力与拓展力。其中,通过一体化的数字建筑平台,沉淀企业核心能力,以“平台+组件”的模式,赋能企业高效开展生产经营与管理。

重点打造3项一体化数字化管理体系,提升企业掌控力。即通过构建“BIM+智慧工地一体化”的项目现场管理体系,构建“项企一体化”的项目集约化管理体系,构建“业财一体化”的业务财务管理体系,实现工程生产线、技术线、商务线的高效协同,让每个工程项目成功。

重点打造3项一体化数字化协同系统,提升企业拓展力。即通过构建“设计施工一体化”全过程支撑体系,构建“供应链一体化”资源配置体系,开展“投建营一体”全产业链管理应用,助力企业实现业务开拓创新。

系统性数字化将通过以上重点场景的应用提升企业“两力”,构筑企业在新发展格局下的竞争新优势,助力企业实现规模化高质量发展。

提升素质,推进安全文化落地。规范

员工行为标准是确保安全文化落地的关键。坚持以班组建设为切入点,从文化引领、流程规范、行为标准等方面,努力打造“一流职业素养、一流业务技能、一流工作

队伍。同时,积极借鉴“人人都是班组长”管理模式、“6S”管理模式,推选懂安全、讲安全的班组长到党员安全员、群监员和青安岗等安全管理岗位上,探索试行从业务保安到党管安全,提升业务能力和综合素质。

(通讯员 陈慧)

## 中煤洗选多举措推动安全文化建设落地生根

安全文化是实现安全生产的灵魂。一直以来,中煤洗选公司坚持统筹发展与安全,立足区域化运维管理实际,从“人、机、环、管”多维度推动安全文化建设落地生根,全力筑牢安全生产防线。

理念先行,营造安全文化氛围。该公司始终坚持以理念渗透为出发点,以文化熏陶为支撑点,运用宣传栏、电子屏、海报等宣传阵地和新媒体进行广泛宣传。在所属运维选煤厂打造了安全文化长廊,创建安全体验馆、建立实操培训基地,创新推行“动慢体

验+电子课堂+实操训练”培训模式,加强理念宣灌入脑、入耳、入心。班前、班后会安全宣誓、集体安全确认、安全事故案例动漫、VR事故体验、心智反体验等活动不间断,引导将安全理念内化于心、外化于行。在落实自选形式上“因厂施策”“因人施教”,通过专题+实操、上讲台+亮身份、警示+反体

验、以考促学+对标交流等形式,营造自主安全管理“软环境”。

层次鲜明,创新安全活动载体。聚焦安全生产、重点难点任务,注重将传统节

日、主题活动、知识竞赛、劳动竞赛进行“内涵延伸”,创新“亲情助安”“安全我来说”“安全漫画”等群众性安全管理形式,深化“零点行动”“党员安全示范岗”“干部上讲台”等品牌活动。同时,发挥青年思维活跃特点,紧密结合青年安全生产示范岗创建,围绕“安全生产、青年当先”主题,岗“六个一”活动与现场安全生产做到同落实、同检查、同考核,发挥“前沿哨兵”作用,为安全生产夯实基础保障。

提升素质,推进安全文化落地。规范

员工行为标准是确保安全文化落地的关键。坚持以班组建设为切入点,从文化引

领、流程规范、行为标准等方面,努力打造“一流职业素养、一流业务技能、一流工作

队伍。同时,积极借鉴“人人都是班组长”管理模式、“6S”管理模式,推选懂安全、讲安全的班组长到党员安全员、群监员和青安岗等安全管理岗位上,探索试行从业务保安到党管安全,提升业务能力和综合素质。

(通讯员 陈慧)

## 2022中国建博会(广州)将于7月8日开幕

中国对外贸易中心集团有限公司、中国建筑装饰协会主办,中国林产工业协会、全国工商联家具装饰业商会支持的2022中国建博会(广州)将于7月8日盛大开幕。本届展会以“建筑理想家,服务新格局”为主题,超过1200家企业参展,展览面积35万平方米,继续稳居家居建博会全球第一展。

**一、助力稳定产业链供应链畅通国内大循环**

广州市和全国疫情防控形势持续向好,广州会展业即将大规模有序重启。目前,全国正处于稳经济大盘的关键时期,会展业作为实体经济产业链供应链价值链的枢纽节点,在深度融合产业与市场、生产与消费、国际与国内方面起着基础性、战略性作用。

作为会展业的“国家队”,中国建博会(广州)是家居建博会全球第一展,是行业“冠军企业首秀平台”“行业招商第一平台”“创新思想首发平台”,以行业“设计生态圈”助力家居建博会实现高质量发展。本届展会,展出题材涵盖大家居建博会全产业链,来自全国22个省(市/自治区)的超过1200家品牌企业参展,几乎汇集了各个细分领域的头部企业;行业组织、权威媒体和品牌企业等,将在展览期间举办各类高端会议论坛活动80场;目前,观众预先登记踊跃,预计将迎来来自全国31个省(市/自治区)的超过20万家经销商、加盟商、设计师、家装公司、公装公司、房地产商、家居卖场和建筑装饰施工单位到展会参观、洽谈,完整触达产业链供应链的前中后端的受众群体。

种种迹象表明,今年的中国建博会(广州),又将是疫情之后广州市乃至全国规模最大的线下展会,并将是继2020、2021年之后,连续第三年成为广州市乃至全国会展业年度重启和推动行业复工复产、复苏复市的风向标,成为我国会展业高效统筹疫情防控和稳定行业产业链供应链、畅通国内大循环的典范。

本届展会将从四个方面对宏观层面国家、产业和地区的发展作出贡献:一是助力重点企业稳定生产,以点带链推动更大规模的复产;二是助力重点行业稳定运行。大家居建博会全产业链涉及制造、建筑、消费、流通等领域,在国民经济中占有一定的比例,行业的稳定有助于整体经济的稳定运行。三是助力保障重点区域产业链畅通循环。四是助力提升人民生活水平。

**二、展会品质“稳中有进”**

(一)展出规模与展出题材基本稳定

虽然疫情对本届展会产生了一定影响,但并未触及展会的主体。本届展会展出面积35万平方米,继续稳居家居建博会全球第一展;展出题材继续保持涵盖大家居建博会全产业链,1200多家参展企业,几乎囊括了大家居建博会全细分

品类的头部品牌企业。众多参展企业将在中国建博会(广州)这一“冠军企业首秀平台”进行年度“首秀”。

(二)四大主题展区焕新升级

为充分发挥全产业链的聚合优势,2022中国建博会(广州)焕新升级定制、智能、系统、设计四大主题展区,着重提升各大主题展区的品质与内涵,为大家居建博会提供招商加盟、时尚发布、设计引领、贸易成交、异业合作、行业交流等良好渠道。

本届展会,定制主题展区以“中国定制尽在中国建博会”为定位,以“定制美好家”为主题,凭借在国内乃至全球同类型展会中最大的展区规模、最全的展出品牌、最多的参展头部企业、最强的可看性,广泛受到行业认可;智能主题展区以“进军家装及公装渠道最佳平台”为定位,以“智慧理想家”为主题,联动智能家居六大品类,多措并举推动展区迭代升级,倾情展示最潮的智能生活方式;系统主题展区以“中国门窗趋势引领平台”为定位,以“门窗优选家”为主题,聚焦行业环保节能、跨界融合、转型升级、设计驱动四大趋势,全产业链展示“大门窗”行业;设计主题展以“以原创设计诠释品质生活”为定位,以“设计私享家”为主题,继续沿用D区保利世贸博览馆,囊括行业内顶尖高定品牌,展出品类覆盖高端定制上下游。

(三)定制主题展区四大升级

“中国定制尽在中国建博会”是行业对中国建博会定制展区的美誉。2022年,中国建博会(广州)重磅策划“定制两极”工程:“α”智能整装馆与“π”定制美学馆。“α”智能整装馆位于广交会展馆A区1.2馆,汇聚了40家企业,将多品类、全业态、多角度地呈现定制家居与科技交互的智能居住场景,从“全业态场景”“跨界大玩家”“智绘新生活”三个角度诠释智能科技的“未来整家”的新生家居形态。“π”定制美学馆位于广交会展馆B区11.2馆,携手16家以品质、设计等见长的龙头企业,着眼于“品质生活”,从“时代鲜行者”“质感新主义”“潮流风尚派”三大维度寻觅定制的可能,探索家居美学新路径。

本届展会还将原来的木门馆全新升级为门墙柜定制馆,反映行业不断扩张的情况下,木门领域正在从单品向多品类发展的行业趋势。展会还紧扣行业发展趋势,创新开辟了阳台定制展区,以“阳台梦想+”为主题,将阳台与客厅、厨卫等多空间进行融合,并提出“卫阳整装”新概念,共同探索阳台生活空间发展的新趋势。

**三、设计引领“稳中有进”**

(一)系列论坛和沙龙

中国建博会(广州)持续打造行业“设计生态圈”,有目标有重点地打造行业前端设计概念展示、中期设计作品商业转化

和应用,后端设计作品展示以及设计思想行业交流的设计生态闭环。本届展会将举办近30场设计特展、设计论坛和沙龙,多维度展现家居建博会的设计之美,推动设计思潮的传播,广邀设计大师分享设计理念与创新思潮。包括:INTERNI建筑设计论坛·新建筑:构想和实践;INTERNI室内设计论坛·诗意之境;设计千人计划2022-2023·菁英说;设计师荣誉管理及品牌建设讲座;“家·装·设计”首届协会住宅设计;2022家居选品设计趋势洞察;元宇宙的色彩策略主题论坛;2022 CCSA 中国家居风尚大典暨高定TOP10+颁奖礼;2022第八届中国定制家居设计年会;“白盒子”广深交流论坛等。

(二)“不止‘原创’”设计馆

本届展会将再度携手知名设计师姚君,打造“不止‘原创’”设计馆,以“不止‘原创’万物生”为主题,以“点物赋灵,化地成境”为布展理念,形成“万物灵”供应链创新体验区与“天地境”品牌主题馆两个区域。其中,“万物灵”供应链体验区运用“点物赋灵”的概念,将材料供应链品牌统一整合展示;“天地境”品牌主题馆将汇聚顶尖高端家具品牌,打造一场东方传统文化与西方现代审美相融合视觉盛宴。“不止‘原创’”设计馆将打造一个具有引领性的家居美学原创空间,为行业生动呈现“设计生态圈”的行业前端设计概念。

(三)第二届「设计中国」展

秉承促进跨行业交流、推动定制新思潮的理念,展会继续携手知名设计师吴文粒,策划举办第二届「设计中国」展暨产业创新论坛。第二届「设计中国」展以“设计觉醒·思潮当道”为主题,结合故宫文化IP、紫禁城故事、传统造美学、创新设计产品和作品、专业论坛活动内容,从两条主线出发打造一场传统建筑的文化展示与国潮设计的视觉盛宴。

(四)“虚实之间”主题展

为聚焦建筑界、设计界、艺术界在可持续发展课题上的探索,本届展会与《INTERNI设计时代》再度合作,推出中国建博会(广州)INTERNI可持续设计“虚实之间”主题展。主题展分为三大板块:国际经典建筑、当代艺术装置和年轻新锐力量,将从不同角度共同折射出可持续发展的思想潮流和新生图景。

**四、多渠道赋能“稳中有进”**

(一)卖场·联盟

针对参展企业的招揽经销商和加盟商的需求,本届展会全新推出“卖场·联盟”行动,邀请大家居建博会近20家知名卖场组织经销商和加盟商到展会参观,构筑一个会展平台+卖场+品牌企业+经销商和加盟商的生态聚合,助力参展企业与卖场、经销商和加盟商之间的对接。

(二)设计·师说

针对行业的设计和设计师方面的需求,本届展会推出“设计·师说”系列活动,携手设计行业、知名设计师,开设覆盖全年的城市设计论坛、装企系列研讨会、走进设计机构等设计活动,在展会期间举办30场设计特展、设计论坛和沙龙,用优秀设计思想、理念推动产业升级,促进跨行业交流互融。

(三)房地产·商说

精装房是行业大势,针对行业开拓房地产渠道的需求,本届展会策划“房地产·商说”系列活动,组织房地产商走进企业考察交流,策划展会期间高峰论坛与集采对接活动,展期还将组织优质房地产开发商的采购、成本、设计、物业等相关负责人,走进参展企业,为参展企业嫁接优质房地产资源。

(四)赋能·云展

本届展会积极拥抱线上线下融合办展的行业大势,实行“赋能·云展”行动:举办了60多场线上论坛、沙龙和直播,累计线上参与达430.6万人次;建博会官方小程序上已有1100家企业进驻本届“赋能·云展”,浏览量已突破1404万人次,通过行动构建线上云展平台,致力于打造大家居建博会行业全域流量平台,实现线上商城、品牌直播、线上招商等多种功能,破局展会对展商的服务边界,以数字化服务为参展企业增效赋能。

(五)“行业·咖说”和“远见·智库”

针对行业新思想、新商业模式,本届展会携手行业知名专家、企业家和行业媒体主编等,通过“行业·咖说”系列活动,全年不间断地推出系列高端会议论坛,为大家居建博会行业的高质量发展建言献策;展会还策划“远见·智库”系列活动,以深度调研的方式沉淀行业数据,以行家观点、大咖智慧,设计风潮为输出内容,为行业拨开迷雾,探寻重组生产要素的新方法。

**五、优化强化疫情防控措施,坚持绿色办展理念**

本届展会将在进一步提升现场服务质量的同时,按照政府有关部门的最新要求,进一步优化、强化疫情防控措施,完善现场防疫工作,致力于为每一名与会者提供一个健康、安全、祥和的参展环境。

本届展会将继续贯彻“绿色办展”理念,打造节能健康型展会,展会将延续“静音展会”管理,为展商和观众营造安静舒适的洽商环境;将持续倡导观众入场登记无纸化流程,为观众参观和洽谈提供更多便利;将继续倡导绿色展位搭建,减少搭建垃圾和资源浪费。

志不求易者成,事不避难者进。作为会展业的“国家队”,2022中国建博会(广州)将以大家居建博会全球第一展的展出规模,以更高的展会品质,更人性化的服务,为行业奉献一场安全、高质量、收获满满的行业盛会!

(记者 顾今)