



中科院广州化学有限公司

综合办公室主编

主 编：吕智健

副主编：沈敏敏

执行编辑：张容丽

投稿邮箱：xuanchuan@gic.ac.cn

电话：020-85231230



广化公司通讯

2024年第7期（总第262期）

二〇二四年七月

（年中总结专刊）

中科院广州化学有限公司

使命

成为世界一流绿色化学产品制造商，检验检测及认证的行业领跑者

愿景

成为具有核心竞争力的国际化科技公司

核心价值观

以人为本、追求卓越

企业精神

协同、创新、进取、求精

经营理念

不断提升核心竞争力和盈利能力





目 录

头版头条 广州化学举办党纪知识竞赛

工作思考 深化营销改革，迎接市场挑战
展激情强担当，提实力促发展
科学布局 稳中求进

每月记事 中科检测完成国家海洋环境监测委托任务

**青年焦点
访谈** 工程结算之难及新思路
成长与奋斗
迎难而上，砥砺前行

广州化学举办党纪知识竞赛

7月12日，为深入落实党纪学习教育的要求，切实增强广大党员学习贯彻《中国共产党纪律处分条例》（《条例》）的自觉性，中科院广州化学有限公司（广州化学）党委举办党纪知识竞赛（知识竞赛）。广州化学党员代表、入党积极分子、发展对象等参加。

此次共有12人组成4支队伍参加知识竞赛，知识竞赛内容紧贴新修订的《中国共产党纪律处分条例》和正在开展的党纪学习教育等内容，并结合了一些身边的典型案例，分为必答题、抢答题、判断题、风险题4个环节。知识竞赛的氛围既紧张又热烈，在各个环节，选手们分秒必争，积极把握每一次答题机会，各参赛选手精彩的回答不时赢得观众的阵阵掌声，把现场气氛一次次推向了高潮。经过激烈的角逐，化灌公司小组获得第一名、本部小组获得第二名、中科检测小组获得第三名、研究生小组获得第四名。广州化学党委副书记（主持工作）、副董事长（主持工作）叶峥为获奖队伍颁奖。

通过此次知识竞赛，进一步提升了广州化学全体党员学习《条例》的意识，有力推动了全体党员将党的纪律内化于心、外化于行。广州化学党委将持续扎实开展好党纪学习教育，引导广大党员切实做到学纪、知纪、明纪、守纪，为广州化学的高质量发展提供强有力的政治保障。

党委办公室 臧丹



深化营销改革，迎接市场挑战

公司自 2021 年实行营销体系改革，转瞬已三年，期间对制度规范化、营销精细化以及跨部门联动等方面进行了深入的效能提升和强化。跨入 2024 年，市场风云突变，内需低迷，出口下滑。国内外市场大环境，充满了不确定性，“卷”成为了主题字。营销中心作为前线部队，明显地感受到了市场的强力冲击。

如何让危机变成机遇，是公司及营销中心直面的难题和机会。结合公司的战略部署，营销中心及时调整，围绕“全面预算”，在深化精准营销的基础之上，着重在人才梯队建设、文化渲染、战略产品布局以及风控体系搭建等方面进行了深水区探索，取得了一定的成效。

1、全面预算

结合公司全面预算管理要求，营销中心深入施行“营销指标”和“个人年度目标”管理。年初由各业务团队在深入探讨的前提下，围绕环境变化、既存板块、新开拓计划以及需要的资源和支持等维度，结合市场实际制定出符合公司战略要求的团队营销指标，并从定量、定性、团队合作、人才培养与自我提升等四大角度由团队到个人，层层落实好个人年度目标。以数字达成和过程双重管理为宗旨，通过月、周例会等工具，量化监管，质化提升，强化了执行力，提高了效率。

2、人才梯队建设

企业经营管理体系中，人才始终是企业发展的原生动力，也是经营落实的最根本主体。为了更好地培养人才以及提升对客户服务质量，营销中心搭建了培训体系。员工入职后，结合人员特质、能力经验以及教育背景等，因地制宜制定培养方案，并以培训课程强化营销本领。从产品专业知识，到商务礼仪，再到沟通技巧，以及高阶层的思维方式等，因人而异逐层级执行不同的培养策略。在营销中心，除了自然的筛选，我们尝试施行“一人带一人”制度，即以前辈带领后辈的模式，快速提升新人的战斗力。

创新

专业

激情

坚持

3、文化渲染

文化建设是一个长期的过程，如何使员工以更好的身心去面对工作和生活，是企业经营者必须考虑的问题。营销中心施行“上班时严肃认真，下班后轻松愉悦”的方针，随着人员的不断交替，优秀习惯的不断蔓延，整体的氛围也在不断地向着这个目标靠拢。改变习惯和改变思维方式都不是一蹴而就的事情，好习惯可以使工作高效，而思维方式决定了工作效率的上限。营销中心坚持以文化渲染的方式，不断精进，力求全体员工以更饱满的精神去面对日常的市场挑战。

4、战略产品布局

人无远虑，必有近忧，企业经营同样如此。经过多年的发展，公司部分产品已经进入红海深水区。面对市场化竞争，唯有不断加强内控，关注细节，节省成本，方可从容应战。近年发展较为迅速的有机硅新材料也面临同样的困境，2024年上半年我们凝练市场共性需求，配合科创中心研发了双淋双硅新品。同时，结合有机硅市场的特性，在衍生物范畴寻找可以打开市场的切入点。我们通过加强联动，与中科检测共享资源，与科研院所等单位进行技术、产品联动，布局在防腐等项目上的未来；面对国内市场的激烈竞争，营销中心尝试通过外资外贸公司探索相关产品出口的可能性。

5、风控体系搭建

市场竞争加剧的潜在隐患之一就是收款的风险。过去几年，营销中心一直坚持并强调风险管理的重要性，以科学的方法评估和管理业务风险。从客户接触的初期即与客户共享风险防控理念，从而以合作伙伴的姿态更加安全高效地推进业务的开展。在经营环境相对艰难的2024年上半年，营销中心保证了收款的安全性，确保了公司流动性的稳定。

只争朝夕，不负韶华，我们都是追梦人！

凡事贵在坚持，营销中心将继续贯彻现代企业营销管理思维，在公司党委和领导班子的大力支持带领下，保持进步的步伐，为公司的高质量发展贡献应有的力量。

营销中心 车光文

创新

专业

激情

坚持

展激情强担当，提实力促发展

光阴似箭，时间如梭。转眼间 2024 年已经过去大半年了，回顾一下上半年我们公司各个业务口均有相关的项目在施工，比如基坑桩基类项目有：中海亚运城 E 地块基坑工程（二标段），中海亚运城 C3 地块基坑工程，中海上涌地块基坑桩基工程。抢险加固类的项目有：荔湾湖电缆隧道抢险堵漏（已完工），恒基变电站基坑涌水堵漏（已完工），白云夏茂基坑基底涌水堵漏注浆（正在施工）。结构堵漏加固类的项目有：中旅阿那亚九龙湖改造加固项目，中海广佛项目结构堵漏年度标。针对以上具体的项目，结合技术部参与的部分，谈谈自己的几点工作感悟：

1、敢于创新，敢于接受挑战

亚运城 E 地块（二标段）基坑北侧，紧临代建地铁 11 号线，基坑支护锚索会进入地铁保护影响范围，按照相关政府要求，锚索必须采用可回收锚索。可回收锚索公司之前从来没有做过，按照常规想法，采购市场上可回收锚索直接施工就可以了，但考虑到市场上锚索普遍回收率不高、价格贵的情况，公司决定制作我们自己的可回收锚索，提高锚索回收率、节约成本。这个决定很具有挑战性，因为业主工期要求很紧，新做可回收锚索的话，既要考虑技术的可行性，又要考虑经济，生产供给情况。最后我们还是通过理论研究阶段、后勤试验阶段、现场试验阶段、实际施工阶段，保质保量按时完成了可回收锚索的施工。通过这个事情，让我们学习到了，工作中一定要有激情，要有颗敢想敢做的心，要勇于创新，勇于接受挑战，再难的事情，只要你迈出了第一步，接下来的工作其实并没有想象的那么“难”。



可回收锚索拉力稳如泰山（现场图）

2、善于发现自然规律，利用自然规律

恒基变电站基坑涌水堵漏工程，目前已经顺利抢险成功。这个项目主要是基坑底开挖接原工程桩的施工，由于砂层很厚，紧邻珠江边，基底反复涌水，无法进行接桩施工，基坑外围灌浆效果不好。后来发现基坑内涌水水位跟相邻珠江水位有很大关系，回来后细细研究了每月每天珠江水位潮汐情况，发现了基坑堵漏在珠江低潮水位时成功的几率很大。把握自然规律，利用每天低潮位两个小时进行堵漏施工，根据自然规律合理安全工作计划，最终基坑顺利开挖，完成了相应的后续工程，得到了业主的高度好评。这个事情让我们深刻感受到，一定要尊重自然规律，要多思考。每个项目所处的情况都不一样，要吃透背后的自然规律，利用自然规律做事，对我们遇到其他类似抢险堵漏工程也会有很大的帮助。

3、提升专业知识、做好技术服务工作

我们公司是施工单位，而且业务种类众多。提升多样化专业知识，做好技术服务工作更加是我们技术员工必备的一项技能，比如中海广佛项目结构堵漏年度标工程，前期要编制总结我们公司40年多年来防渗堵漏工作，包括参与的行业标准、工法课题，所有的材料及工程相关的专利，还有成功的案例及施工做法等等。加班加点编制完成了化灌公司防水补漏基础资料文件，在投标前呈给业主，让业主了解到我们不仅能做这个工程，而且还会做的非常好。最后成功的拿下了防渗堵漏年度标。同样目前正在跟进的中山某政府大楼防渗堵漏项目，业主聘请我们为咨询公司，前前后后已经进行了五轮普查，委托我们出普查清单，施工做法以及相关价格咨询等，展现了业主对我们结构防渗堵漏领域的认可。因此，我们更要练好“内功”，提升专业知识，尤其在当下房地产市场不景气的情况下，服务好业主，这样我们才会有源源不断的工程项目。

总之，边工作，边感悟，边学习，边总结；静下心，多问自己几个“为什么”，沉下心来钻研。提高我们的技术水平，围绕公司的战略部署，努力加油，努力向前冲，为公司为社会的发展提供更好的技术服务。

化灌公司 蔺青涛



恒基变电站抢险堵漏（现场图）

科学布局 稳中求进

中科检测技术服务（广州）股份有限公司在 2024 年上半年顺利完成了集团各公司换届考核、组织架构调整及新业务方向布局，为公司的持续发展奠定了坚实基础。面对错综复杂的环境和检测行业激烈的竞争，公司整体保持稳定经营，积极拓展业务，在各方面均取得了一定突破。

公司在资质能力建设方面取得了显著突破，成功通过了 CMA、CNAS 及 CATL 的复评审及扩项，顺利获得了 ISO 17020 检验机构资质。在医疗器械领域，公司成功通过了国家级 CMA 资质认定。此外，公司还顺利完成了三体系认证的监督评审及其他资质备案变更等工作，为公司的业务发展提供了有力保障。

上半年，公司严格落实开源节流、降本增效措施，严控营销费用并保持转化产值总体平稳，有效提高转化效率。公司积极参与市场竞争，投标数量与中标金额呈稳步增长态势，各领域持续深化创新、稳中求进。

生态环境事业部积极挖掘高门槛、高附加值检测调查项目，拓宽服务范畴、提升服务质量、制定差异化竞争策略；与国电投、华能、华润等龙头能源央企建立战略合作关系，共同开发海上风电项目；与国家海洋环境监测中心、珠江流域管理局等国家相关管理部门合作，承接国家监测项目。

工业及消费品事业部精准聚焦于材料化学与日用产品两大核心领域，以专业高效的技术服务为核心驱动力，积极拥抱市场热点，成功孵化化妆品新原料注册备案等业绩增长点。同时，部门创新探索化学成分分析业务的高端仪器分析路径，拓宽服务范畴，提升版块服务的专业深度。

生命健康事业部深耕健康家电业务，携手省科学院认证公司，推进空气净化器性能分级认证，增强品牌影响力。参与新标准测试与国标编制，提升软实力。在民航领域，实现机载空气过滤器全机型覆盖，扩展至产品研发与验证。在医卫领域，完成佛山地铁等重大项目并积极拓展港澳市场。

能源及交通事业部上半年开拓进取、稳中求进。战略层面，紧跟国家政策导向，积极投身新能源检验检测领域，成功构建光伏项目团队。资质建设方面，顺利取得 17020 检验机构资质证书，提升技术实力和市场竞争力。领域拓展上，与盐城市高新区携手共建储能实验室，达成合作意向。业绩方面，能源业务板块表现抢眼，上半年签单量同比激增 270%。同时，管理上实施有效的节约措施，通过人员优化等手段提升运营效率，全面实现降本增效的目标。



2024 年中科检测党总支委员、经营班子及核心骨干

农业及食品安全事业部深耕农林业领域，成功中标农产品质量安全监测等多个项目。同时，部门积极调整业务结构，致力于提升非检测业务比重，通过拓展快检服务与食品安全监管项目等新型业务模式，开辟业务增长新蓝海。

生物学评价中心聚焦人员结构的精细化调整，通过灵活的小组间人员调配机制，确保了根据项目需求精准配置人力资源，显著提升了实验室的运作效率与产能。

黄埔服务中心紧密围绕集团战略核心，积极践行岗位职责，不断创新工作策略，持续提升工作效率。上半年，中心内部进行了深度优化与调整，人员结构精简近 40%，高效完成了超去年同期 30% 的任务。

研究院以技术创新为核心驱动力，成功在检测技术领域取得突破，形成多项技术专利，上半年加速推进非洲猪瘟抗体快检设备研发、同步深化液相色谱柱等高端装备与耗材的创新开发。为加速科技成果转化，与华南理工大学、公安大学等高校及科研机构建立了深度合作，共同推进产品研发及科技项目的申报与实施，携手开创检测科技新篇章。

上半年，各子/分公司面对日益激烈的市场竞争环境，严格落实开源节流、降本增效，取得了较好的成绩。嘉兴公司完成超 26000 批次年度抽检任务，全面支撑五县两区生态监测，配合环保部中央督查组完成相关应急保障任务。重庆公司积极拓展环境检测上下游，链接河湖健康评价、ESG、环境健康评价等新兴市场领域，不断增强市场竞争力。严格落实开源节流措施，通过加强资金管理，使上半年预算使用情况由去年同期的 47% 下降至 36%。此外，成都生态环境公司完成工商注册、新材料院公司积极拓展产品代理业务。湛江公司聚焦红树林修复，积极参与入海排污口排查监测及鹤地水库应急监测，保障用水安全。东莞公司利用新媒体平台创新营销模式，精准触达目标客户，助力研究院化妆品市场拓展。福建公司拓展固废鉴别、在线运维等新业务，进军司法鉴定领域，项目承接量稳步增长。山东公司全力推进海洋生态环境业务，与国家海洋局北海预报中心等构建合作桥梁，中标华能烟台公司海洋项目。

华中大区各分公司不断优化业务布局，深化河南省黄河水利委员会合作，成功落地多个项目。

2024 年上半年，中科检测在挑战与机遇并存的市场环境中，凭借卓越的资质能力、精准的市场定位和高效的执行力，实现了主营业务稳中求进。展望未来，全体干部职工将继续高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，深入贯彻高质量发展理念，构建新发展格局，落实“强协同、深融合、防风险、重实效”总体经营工作思路，不断加强能力建设、优化市场营销策略、深化事业部管理改革、提升核心竞争力，为客户提供更加优质、高效的服务。

中科检测 安伟镇 乔瀚



中科检测完成国家海洋环境监测委托任务

近日，中科院广州化学有限公司控股子公司——中科检测技术服务（广州）股份有限公司（中科检测）受国家海洋环境监测中心委托的 2024 年春季航次北部湾海域海洋环境质量监测技术服务项目顺利完成验收。

项目团队历时近 2 个月，跨越三省 415 海里海域，充分依托公司强大科研与技术优势，圆满完成 39 个点位的调查、采样与检测工作，为各地海洋环境质量监测工作提供了大量准确数据。

中科检测将以习近平生态文明思想为指引，持续提升海洋生态环境监测能力，为促进国家海洋生态环境保护高质量发展提供强大科技支撑。

中科检测 明瑞梁 乔瀚



工程结算元难及新思路

受房地房每况愈下的行情影响，近两年建筑施工企业之路也越来越艰难。2024年公司的参与大型项目明显比2023年少，公司正在实施的大部分都是一些中小型项目；虽然上半年也参与了不少较大项目的投标，但结果却不尽人意。我个人认为这和当前的建筑行情息息相关，现在很多地产公司要求金额大于1000万的投标项目必须抵房，投标项目金额越大要求抵房金额越多，并且所抵的房源大部分为劣势房源。现在商品房销售已大不如从前，施工单位手中需持有甲方用来抵工程款的商品房，所以投标时会综合考虑资金的压力而考虑抵房折扣费用，这样无形中就会提高了投标金额，降低了中标概率。

如今不仅仅投标竞争激烈，项目结算也越来越困难，结合公司项目情况，本人认为导致结算困难有以下几个因素：

1、甲方缺乏项目开发资金

这是最重要的一个因素，商品房销售困难，甲方资金回笼缓慢，结算款不能按时支付给施工单位，因为根据合同条款项目结算完要付剩余的结算款，当甲方缺钱时会想方设法拖延施工单位的结算，延长付款时间，或者强迫施工单位接受结算款抵房，甚至是结算款不多的项目抵车位等不公平条款，如果不接受结算流程将无限期搁置，这导致办理结算的流程非常困难。

2、与总包合作的项目需办理双重结算

几年前公司做的大部分项目都是与房地产开发商直接签合同，项目完工后找开发商结算收款就好，一个项目走一次结算流程即可。近几年随着公司与总包合作项目增加，结算流程变的更加复杂，首先需以总包名义和甲方办理一次结算，然后等总包单位与甲方结算完成后我司再和总包办理一次结算流程；以前一次完成的事情现在要经历两次，我司和总包的结算一般会比与甲方的结算流程要复杂，而且总包要等甲方付款后才有钱支付给分包单位。

在佛山有个加固项目和甲方的结算流程走了半年，好不容易走完了。但至今又将过半年，与总包的结算却还在走着流程，所以和总包的项目结算更困难而且时间更漫长。

3、结算甲方经办人的工作态度

项目结算的快慢与经办人的态度关系紧密，如果遇到愿意协助施工单位办事的甲方经办人，结算会很顺利，甚至不用见面，线上就可以完成结算流程。但由于行业内卷，甲方结算人员也是身经数职，所负责项目较多；况且大部分甲方结算经办人员与施工单位利益对是对立的，他们站在甲方的立场，受甲方公司资金压力的影响，是不想给施工单位过早结算的，想方设法延迟付款，所以经办人的态度也是影响结算快慢的重要因素；还有就是变更签字的数量及大小也是结算快慢的一个关键点。

项目结算的快慢直接影响到公司回款的资金压力，影响到公司的正常运转，公司需有一个新思路来解决结算的困难。本人认为，推进结算工作，必需要多部门联合发力，在工程完工后资料必需做充分，过程变更资料需项目部及时跟进配合，项目部同时也参与施工成本管理及结算对接融合，做到资料上无懈可击，行动上双双联合。另外，在建筑施工行业当中还是人情社会比较浓重，公司领导加大力度与甲方领导的沟通结算事宜，对工程结算工作也有立竿见影的效果，公司上层领导沟通好了结算思路，沟通好结算合理的附加条件，甲方经办人执行起来也极为顺利，而且还会在规定的时间内给予办理完成结算。

结算工作是份道重任，需随时随机变动而变动，联合众人力量攻坚克难的工作。我将在结算的工作岗位上脚踏实地，兢兢业业地做好我的本职工作。

化灌公司 欧阳文星

成长与奋斗

转眼间，2024年已过去一半。在这半年里，市场竞争愈发激烈，我们也迎来更大的挑战和新的机遇。半年复盘是我们审视过去、制定下半年策略的重要工具。

在半年复盘总结中，我对销售数据进行深入分析，全面评估所负责业务的情况，包括客户使用份额的变化、存在的问题和有待提高的地方。通过这次分析，我对公司产品的定位、须重点关注的客户群体以及亟需解决的问题都有了深刻的认知。

在这个过程中，我沉淀了过去工作的优秀经验，坚定了在营销工作上的新方向。首先，明确下半年的销售目标，拆分到月份，更好地跟进自己的目标达成进度；其次，针对各产品的差异性，优先匹配目标客户画像，及时调整销售策略；最后，针对重点目标客户，更深入分析顾客需求，制定更具针对性的营销方案。

这次的半年总结，也给予我一次宝贵的反思机会。在未来工作中，我将更加注重客户需求分析，关注客户需求动态变化；做好时间管理，合理高效地安排客户拜访计划，在周例会分享客户动态和最新资讯，做好部门内部信息互通共享；与领导及部门同事加强沟通交流，复盘工作中存在的问题和机会点，不断沉淀形成闭环。这不仅能准确把握市场趋势，还能为团队制定营销策略提供有力依据。

习近平总书记曾说：“犯其至难而图其致远”、“路虽远，行则将至；事虽难，做则必成”，只有向最难之处攻坚，才能追求最远大的目标。成长与奋斗，将会是我在广化贡献自己的力量、创造更出色业绩的代名词！

营销中心 黄俊兴



迎难而上，砥砺前行

随着公司组织架构调整，2024年初我开始担任工业及消费品事业部副部长，是对我综合能力的重大考验与挑战，感谢公司的信任。回首2024年上半年工作，我排除万难围绕公司中心工作与部门难点，不断积极应对各种困难。

在市场营销方面，行业竞争愈发激烈，客户需求不断变化且日益复杂多样。为了在这样的环境中立足，我们部门努力优化服务质量及提高检测效率，深入了解客户需求，精心定制个性化的解决方案，满足客户多样化的需求，从而成功维持一定的市场份额。

在团队管理方面，较大的人员流动性给工作带来了不稳定因素。部门通过加强培训，提升员工的专业素养和综合能力，加强内部沟通，营造良好的工作氛围，增强了团队成员之间的信任与协作。这些努力显著提升了团队的凝聚力和执行力，有效减少了相关风险。

在生产技术方面，我严格把控质量，精心优化流程，使得检测效率较去年同期有稳步提升，同时加强对员工的技能培训，降低了操作失误率，保证了检测结果的准确性和可靠性。

这半年的工作也存在一些不足之处。例如部分项目进度滞后、未能按时交付、影响了客户满意度和业务拓展、成本控制还有待加强、利润空间受到一定压缩等。下半年，我将针对存在的问题制定有效措施，优化流程，提高工作效率；严格把控成本，优化运营和采购协同合作，提高利润；进一步提升团队的战斗力和创新能力，力争在复杂多变的市场环境中取得更好的成绩。

中科检测 周林



检测科学 数据公正
高效便捷 服务社会

