本地特稿

峥嵘岁月中不能忘记的株洲之魂

——株洲工业蝶变纪实(四)

一帆

一

谈到新中国第一台航空发动机的试制成功,当年参与研制的三三一厂副总工程师罗广源激动不已。1954年4月,50发动机资料全部到厂,工厂共修理M-11发动机575台,制造各种零组件322种,占全机零件总数的55%而且有251种经过装机试车或外场使用,证明质量完全可靠。为了完成国家下达的任务,技术人员和工人师傅发扬不怕辛劳、勤俭办厂的精神,“咱们工人有力量,我要和压力赛跑”,既是工厂荡漾的豪迈歌声,也是全厂上下的行动写照。

没有宿舍,他们借住农舍,或在工坊栖身。业余时间技术人员突击学习俄语。许多工程技术人员平均每天工作12小时以上,连帮助突破分气凸轮轴加工关键的两位苏联专家,也是连续十几个昼夜紧盯生产现场。众多一线生产骨干更是“任务不完,不出工房”。

第一代航空人的日夜拼搏创造了奇迹,换来了丰收的硕果。二机部规定的试制期限为1955年9月底,但到1954年7月26日,12台发动机的零组件就全部保质保量生产出来。夜以继日奋战3天后,首批3台发动机于7月29日总装完工。罗广源老人说,当自己参与制造的发动机送到试车台时,他同大家一样都围在发动机周围用手抚摸着,喜悦之情无法用言语表达,激动得流下了兴奋的泪水。

8月16日5时39分,“航发”200小时长期运行试车考验结束。当厂长牛荫冠激动不已地汇报了试制情况后,国家鉴定委员会的成员们兴奋地同他握手致谢。在审查了有关资料和现场察看了发动机运转情况并对发动机进行分解检查后,鉴定委员会签署了鉴定意见:“国营三三一厂所制‘0’批五零号机,性能符合苏联技术要求,可保证第一次入厂定期工作之前的使用寿命为200小时,可作为空海军教练机之用,并批准工厂进行成批生产。”

当职工们得知在苏联专家帮助下,自己亲手制造的航空发动机通过了国家鉴定后,聚在一起唱啊跳啊,相互拥抱握手,道贺成功。“向毛主席他老人家报喜!”这是全厂职工的共同心愿。报喜书写道:“敬爱的毛主席:我们以万分激动的心情向您报告,我国有史以来未曾有过的五零号航空发动机,已于八月十八日在我厂按照国家计划提前十三天试制成功了!我们谨向您致以崇高的敬意!并祝身体健康。——国营三三一厂全体职工敬上 一九五四年八月二十六日”10月25日,毛主席在北京看到电报,十分高兴,在给三三一厂的嘉勉信上亲笔签名。

贺信全文如下:“第二机械工业部转国营三三一厂全体职工同志们:8月28日报告阅悉,祝贺你们试制第一批爱姆——十一型航空发动机成功的胜利。这在建立我国的飞机制造业和增强国防力量上都是一个良好的开端。希望你们继续努力,在苏联专家的指导下,进一步掌握技术和提高质量,保证完成正式的生产任务。”贺信由部里转到厂里,牛荫冠厂长吩咐厂部办公室的秘书,将贺信复制扩大,悬挂在中苏友好桥的“山鹰画刊”旁边。如今,人们经过这里,毛主席给三三一厂的嘉勉信醒目可见。

二

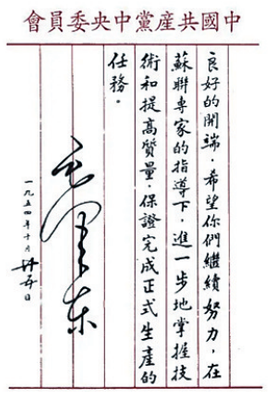
新中国成立时,我国几乎没有一个工厂能够生产铁路机车,而今天奔驰在7万多公里铁道线上的机车绝大部分是我们自己研制的。作为我国电力机车的摇篮,株洲电力机车厂已经从一个修理厂发展成今天现代化的铁路机车研制基地。参与第一台电力机车研制、株洲电力机车工厂前总工程师赵琦说:“中国虽然幅员辽阔,但新中国成立前铁路是外国投资的,机车是国外进口的,被称为‘万国牌’。

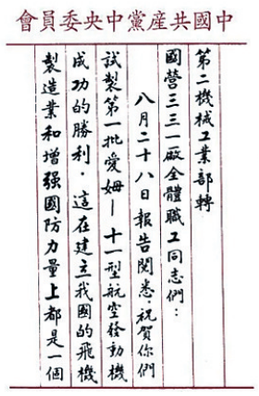
1936年,国民党政府交通部在株洲成立了机车厂,还派我们去美国学习,想造中国人自己的机车 ,但是没有造成。而新中国成立后,从修理厂建成的湖南株洲电力机车厂与湘潭电机厂等数十个单位承担了开发电力机车的任务。只用了短短一年的时间,就造出了我国第一台机车‘韶山’号。”赵老依稀记得,按照分工,株洲机车车辆工厂担任车、转向架等机械部分试制工作。1958年8月14日正式开始运作,至11月18日,工厂担任的车体、转向架等机械部分试制工作全部组装完毕,通过厂内3小时动车运行试验,各部状态良好,全部符合设计要求,当晚送往湘潭电机厂。

到达后,该厂立即开始整体组装,经过40天紧张的工作,于12月28日全部组装完工。30日,在湘潭电机厂举行隆重的庆祝大会与试车典礼。31日新车运往北京。1959年初,在铁道科学研究院环行试验线作性能试验,运行良好。新车命名为韶山型,技术型号定为6Y1(6表示六轴,Y表示引燃管整流,1表示车型系列号)。同年8月15日,宝成线的宝鸡至凤州电气化区段正式通车,1号车参加了通车典礼,正式牵引运行。

赵老说,国产韶山Ⅰ型1号车从技术考察、技术引进、产品设计、协作试制到全面性能试验完成,历时两年零五个月,同时通过设计与试制生产取得了大量的科学数据和生产经验,为发展国产牵引动力事业奠定了基础。韶山Ⅰ型电力机车从试制到批量生产历时20余年,经过三次多项目的重大技术改进,形成了批量生产能力,这是全国21个科研单位、40多家企业单位的广大干部、工程技术人员、职工群众共同努力、创新、协作的丰硕成果。

(本文原载《史志株洲》)





毛主席亲笔签名的嘉勉信

1968年3月,由株洲机车车辆工厂研制的“韶山Ⅰ型”宣告了中国电力机车韶山型时代的开始,目前,该车收藏于中国铁路博物馆。

1958年12月30日,株洲机车车辆工厂参与研制的新中国第一台电力机车竣工庆典大会在湘潭电机厂举行。

文史博览

看看古人如何处理医患关系

王济宪

现在的媒体有太多的医患话题,回头看看古代的“报道”,或许能从中得到一些启发。

古人处理医患关系为我们留下很多可借鉴和学习的东西。从医生方面来讲,古代的医生更重视自身的医德修养,提倡通儒道,存仁心。当然,不只是儒,是泛指道德。许多医生都重于扶危济困,广施义诊。

据说孙思邈到汉中行医,正值瘟疫流行,这里山高路远交通不便,缺医少药,孙思邈在这里施医舍药,救活了不少人。后人为了纪念他修建了药王庙,流传至今。

药王庙的对联:“坐虎针龙成正果,忠君爱民赴瑶台”,更体现出孙思邈的民本思想。难怪一般营医药的人家都供仰他,就是普通的市井百姓家也有供奉药王的。

在陕南不论是佛教庵庙,道家的观,儒家的孔庙都有药王孙思邈的一席之地。

许多地方特别是在农村,医生和教师是最受尊敬的人,直到现在老百姓都会自觉地还清欠药店的钱,赖谁的账也不赖医生的账,这就是对医生的尊敬,是医患关系里体现出患者的诚信。

明代有个叫万全的儿科医生,他坚守一个信念,对待患者,一视同仁。竭诚尽智,悉心诊疗。

他也要求患者信任医生,配合治疗,不要朝秦暮楚,甚至找借口刁难医生。他认为,医患之间要相互信任,密切配合才能得到更好的医疗效果。

有一次,一个和他曾有矛盾的胡姓人,来求他给自己的独生儿子看病。原来,他自觉与万全不合,就请了几个人为儿子看病,但效果不好,在万般无奈的情况下,才来求万全的。

万全不顾个人恩怨,悉心诊治,因久病缠绵,刚有好转,那胡姓患者救子心切,就换了医生。但万全不走,要等新医生开出方子,他看了以后才决定走与不走。

他掌握这病儿的病情,胡家只此独子,治病心切也在情理之中,医生的职责就是为病人治病,仅此而已。不管他如何误解,误会自己,但救治病儿重于一切。

果然,新来的医生处方不当,万全力阻服用但胡家不听,结果服药后病情急转直下,命在旦夕。无奈,胡家又去请万全,经万全悉心诊治,患儿逐渐恢复了健康。

这个例子充分说明,医患关系是多么的重要。历史上有不少名医大家,他们都十分重视医德的修养和业务功底的精湛。

医学家徐春甫就时常告诫弟子,学医就得专心致志,做到至诚至精。要修礼仪讲义德,医者为人看病是人命关天,必须要做到专于心,精于勤。

明代名医龚廷贤,是《寿世保元》一书的作者,他在书中反复强调搞好医患关系和保证医疗效果的重要性。

他认为,作为医生,存仁心,治病救人是第一要务,不能受人施治影响,不能受个人好恶、关系好坏、钱的多少影响。

作为医生,他要求患者选对医生,紧密配合,治疗过程中按医生的吩咐服药。他还把医患关系编了一首医家十要和病家十要的歌谣。

医家十要:“存仁心,通儒道,精脉理,识病原,知运气,明经络,识药性,会炮制,莫妒忌,勿重利”

病家十要:“择名医,肯服药,宜早治,绝空房,戒恼怒,息妄想,节饮食,慎起居,莫信邪,勿惜费”。

这十个方面在今天也还有参考价值。这里所说的医患关系是历史上的医患关系,那时的医是指个体经营的中医。古今虽然治疗方法、药物不同,但医患关系却是大同小异,精心施治、讲究医德是亘古不变的。

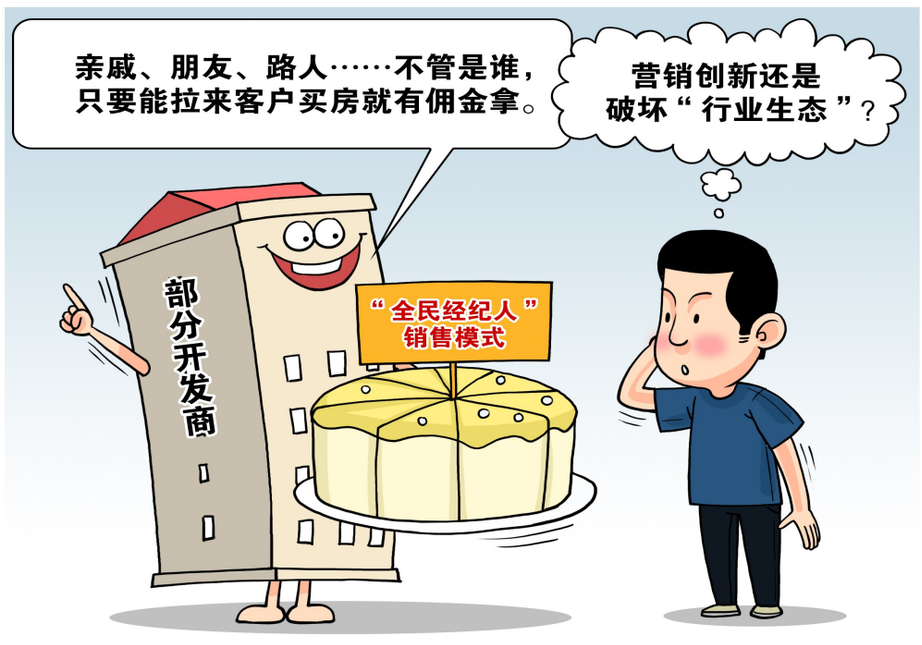
信任医生、尊重医生也是患者应该的,必须的。

房地产“全民经纪人”:

营销创新还是破坏“行业生态”?

亲戚、朋友、路人……不管是谁,只要能拉来客户买房就有佣金拿。近来,部分开发商为提升营销效果采取“全民经纪人”模式引发争议。多家大型房地产中介企业对此公开抵制,认为该模式侵害了中介利益,可能引发走私单、利益纠纷、偷漏税等乱象。

“全民经纪人”究竟属于房地产营销模式创新,还是破坏“行业生态”?“新华视点”记者进行了调查。



漫画:关注“全民经纪人” 新华社发 王威 作

“全民经纪人”抢了中介机构生意

近日,中原地产代理(深圳)有限公司、深圳链家房地产经纪有限公司等5家中介机构联合发布声明,言辞激烈地抵制开发商采取“全民经纪人”营销模式,称不接受这一模式的分销合作或类似操作行为。

所谓“全民经纪人”,是部分房企通过互联网App、小程序等方式推出的营销模式,即发动一切不特定个人介绍潜在购房者,并在成交后给介绍人支付报酬。

“如果您买这个房子,可以让朋友参加我们的‘全民经纪人’。首次登记信息时,推介人写您朋友的名字,他可以领2万元推介费,但需要到税务局交一下税。”深圳“会展湾·东城”项目营销中心销售人员说。

恒大旗下的“全民经纪人”App恒房通,目前用户数超过1000万,今年2月实现成交近10万套;碧桂园凤凰通,今年前2个月线上全民营销占销量的28.62%。

房地产商通过全民营销刺激了销售,但却引起中介机构不满。在一些中介机构看来,“全民经纪人”不仅抢了其代理生意,还破坏了行业“生态环境”,带来管理问题。

中原地产代理(深圳)有限公司董事总经理郑叔伦说:“开发商在找中介机构合作的同时,又开展‘全民经纪人’模式,是变相诱惑中介机构员工利用公司资源接私单。”

“蛋糕”之争

“全民经纪人”销售模式在房地产业不是新鲜事。此前,绿地集团在2012年就提出这一概念。随后,富力、万科等房企也看到商机,陆续推出类似模式,鼓励社会力量为开发商推荐客户。

房企推出“全民经纪人”挤压中介“蛋糕”,不少中介机构早有微词。而近来,房企对“全民经纪人”模式愈加倚重。

不少业内人士分析,在疫情等因素影响下,房地产市场销售压力激增;与此同时,移动互联网技术进步带来了获客便利。不少房企为削减成本,自建销售渠道,比如线上直播卖房,用“全民经纪人”模式获客。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉说,从线下到线上,从传统销售渠道到全民营销,所谓“全民经纪人”,其实是开发商在移动互联网技术下开展的营销创新与产业链延伸。

一位大型房地产公司高管对记者说,并没有哪条法律规定新房销售必须由中介来代理,我国2014年也取消了房地产经纪人员职业资格许可和认证。对企业来说,无论选择用自己的销售渠道还是与中介机构合作,都是依据成本收益、企业战略判断的市场行为。

记者采访了解到,中介机构代理项目一般收取1%至5%的佣金。不同房企与中介机构有不同程度的销售合作。总的来说,若项目好卖,开发商和中介机构合作的意愿较低,可能会选择自销;若项目难卖,特别是在三四线城市销售楼盘,房企则更加依赖中介机构的渠道。

对房企来说,开启“全民经纪人”模式最重要的目的是降低获客成本。以深圳“会展湾·东城”项目为例,推荐一位客户并实现成交,“全民经纪人”的佣金是2万元;而如果与中介机构合作,即便按照1%的佣金算,也要4万至6万元。

争议背后

一些业界人士认为,“全民经纪人”的兴起,一定程度上是房地产行业转型和互联网技术发展双重影响叠加的结果。

——“全民经纪人”会否引发楼市销售渠道“重构”?

中国综合开发研究院旅游与地产研究中心主任宋丁等人认为,房企减少对中介机构的依赖,通过直播、“全民经纪人”追求客户“增量”无可厚非;楼市销售渠道利益“再平衡”需要一段时间。

一位房地产业内人士表示,目前所谓“全民经纪人”模式,并不应该是职业行为。出现中介人员接私单问题,说明“全民经纪人”获得的佣金比其从机构分到的佣金更有吸引力;是否需要自律规范、引导调整,业界还要推进形成共识。

——“全民经纪人”是否存在一定法律风险?

“如果称之为‘全民卖房员’‘全民营销员’,可能更为合适。”有中介机构工作人员表示,“经纪人”概念包含了获客、居间、代理等全过程,远超“全民经纪人”的能力范围。

一家大型房企高管对记者表示,“全民经纪人”推荐客户后,房企自销团队会跟进后续流程,最后还是购房者与房企双方签订合同,理论上看,“全民经纪人”并不在购房合同中担任某种角色。

——移动互联网促房企“去通道化”,房地产经纪行业未来向何处去?

不少业界人士认为,尽管房企有减少对中介机构依赖的动力,但中介机构也有其专业优势,不过仍需在提升服务质量等方面多下功夫。

李宇嘉说,中介机构在二手房交易领域有不可替代的作用;在新房市场,尤其是一些三四线城市,从房地产项目建设开始,可能也需要具备专业知识的中介机构在项目规划、户型设计、材料选择、物业管理、片区协调等方面提供服务。同时,对于消费者来说,中介机构在防止房企“一房二卖”等问题上也能够提供一定背书作用。

“一些中介机构微信、小程序使用率很高,可以实现一定的流量转化。”李宇嘉认为,中介机构要加强专业能力建设,在与房企的博弈中体现不可替代的价值,促进行业高质量发展。

漫画:绕 新华社发 王鹏 作

据新华社深圳7月3日电