

## 质量意识要入脑入心

■郭旭壮

多年来,日立家用电器公司在全球始终保持较高的市场占有率,其一直推行的“双零管理”理念是制胜的主要原因。即以降低成本为目的的“零库存管理”和以提高产品质量为目的的“零缺陷管理”。

在日立家用电器公司,员工从入厂起必须接受质量意识培训教育,帮助员工树立“百分之一的次品对顾客来说就是百分之百的次品”的观念。在这样的企业文化感染下,员工在生产过程中层层把关、点点控制,每一个细节、每一步操作都精益求精。

质量是产品的生命,也是企业的生命。企业想要生产优质产品,需要增强员工的质量意识教育。质量意识弱的员工会对严格的质量管理要求产生反感,进而直接影响产品质量;质量意识强的员工会主动接受质量监督与管理,自觉规范操作。只有增强员工的质量意识,企业才能生产出优质量足的产品;只有不断提高产品质量,企业才能形成品牌信誉,提升核心竞争力。

产品质量把握在每一名员工手中,“质量永远领先一步”不仅仅是挂在墙上的口号。每一名员工只有将产品质量时刻装在心中,将质量意识转化为实际工作中的信念与态度,才能为企业把好质量关,守好质量门。

## 质量需要全员参与

■张文霞

质量是企业的生命,质量意识是企业生命的灵魂。无论是产品质量、服务质量,还是工作质量,归根结底取决于制造产品、提供服务、进行管理的人的“质量”。所以,要高度重视员工的作用,充分调动员工的积极性和创造性,最大限度地保证质量。

众所周知,一种产品或者服务要具备竞争力,必须要以合适的价格,以合适的时间,以符合顾客要求的数量以及合适的质量来满足顾客的需求。由此可见,质量虽然重要,但也只是其中重要的一项而已。如何来平衡价格以及质量的关系,是企业应该着重考虑的。但不论价格如何,一定要让顾客觉得在同种价格水平上性价比是最高的,所以质

量必须要具有最高的竞争力。将这种体现在外的成本与质量的关系转化到企业内部,则要求在现有资源条件下,尽最大可能提高质量。就生产而言,就是要提高产品的一次合格率,减少浪费。对其他部门而言,则是要将各项业绩指标的成本最小化。质量不再只是某个部门或是某几个专家的事,而是和企业所有部门、所有人都息息相关。

关注效益,应该是企业经营的首要目的,质量做好了,可以降低浪费,其实也就是省出了效益;质量做好了,可以促进销售量的增加,其实也就是创造了效益。

那么在日常的生产工作中又应该如何来确保质量呢?

要严格遵守质量座右铭,即“不

接受缺陷,不制造缺陷,不传递缺陷”。它不仅只是我们的质量口号,更是我们的行动准则,它直接关系到产品质量的好坏。“不接受缺陷”是当发现进厂原料质量不合格时,在立即采取措施防止质量缺陷的同时,还应及时反馈给供应单位,从根源上杜绝问题的再发生。“不制造缺陷”要求我们要严格按标准化操作,加强个人岗位技能培训,运用防错手段减少失误,从而确保零缺陷。“不传递缺陷”要求我们把下工序当客户,坚决杜绝不合格产品流到下工序。

要互为客户,也就是将各工序间、各部门间互为服务理念贯穿到每一项工作中,质量将不再局限于生产方面,它将推而广之到企业的各个部门,正所谓质量无处不在,需要全员参与。也只有全员参与了质量,并在原有基础上持续改进,缩短目标和现实之间的差距,才能有效提升质量,让我们企业的产品在同等价格水平上达到性价比最高,从而真正实现质量强企的目标。

学习了李晓波董事长在公司纪念建厂80周年座谈会上上的讲话,我深受鼓舞。

光阴似箭,回顾太钢80年的艰辛历程,从建厂之初历经坎坷的西北炼钢厂到80年后集多项荣誉于一身的大型企业集团,太钢一步一步踏过苦难走向辉煌。古语有云“一寸河山一寸血”,太钢老一辈人用心血为我们奠基,作为新一代太钢人,我们应该倍加珍惜。

不锈钢冷轧厂是太钢的重点生产厂,面对日益严峻的钢铁行业市场环境,公司及厂领导迎难而上,坚持降本增效的可持续发展理念,成功建成了两条不锈钢冷连轧生产线,使太钢一举成为拥有全球最先进的冷板连轧线企业,为太钢成为全球最具竞争力的不锈钢企业打下坚实的基础。作为不锈钢冷轧厂的一员,更应该为太钢的事业作出应有的贡献,我们始终要做到:

发扬李双良精神。把厂里的事当成自己的事,不图虚名,不务虚功,想企业所想,急企业所急,主动为企业分忧解难,以高度的事业心和责任感为太钢的事业增砖添瓦。

加深自身学习。科技在不断进步,技术在不断更新,当然钢铁行业也不例外。随着新技术的不断发展,新钢种的不增多,这就要求我们要与时俱进,不断更新自身的职业素质和技术水平,提高工作效率,生产出成材率高、质量好、品质优的不锈钢产品。

增强团队精神。一个力量再强的企业,如果没有好的团队合作精神,面临危机时,就如一盘散沙,一攻便破。我们应该团结一致,精诚协作,在公司、厂以及各级领导的指导下,加强团结合作,高效执行,在企业面对困难时,咬紧牙关,共渡难关。

坚持实施降本增效的举措。在企业效益好的时候,我们要坚持降本增效举措;在企业效益不好时,我们更应该坚持降本增效举措,遵循规律,珍惜资源,从自身做起,从细节做起,保证每块钢板的高合格率和低能耗,杜绝铺张浪费。

不是时光的轮回  
亦不是旅途的重复  
再度进入这片天空  
我们唯能感受到  
是新颖的主题思想  
放射出进步的光芒  
规程应该镀成金色  
成为心中的圣经

谁愿意让恶名远扬  
谁愿意被曝光蒙羞  
不是时光的轮回  
亦不是旅途的重复  
再度进入这片天空  
我们有了更高境界  
增强责任把好关口  
认真履职打造精品

## 2014之“质量月”

■董敬伟

制度也将促成规范  
约束人们的行为  
追究的条律出台  
堵住莽汉们的去路  
严惩的大棒举起  
刹住责任者的轻率  
有了规矩何愁方圆  
谁愿意做受惩之人

严格要求一丝不苟  
让心中的红线绷紧  
对缺陷的容忍成零  
使质量的追求永恒  
在不间断的努力中  
我们用辛勤的汗水  
赢取那座金色奖杯

镜画

潘文军摄



## 迎接每一个挑战

■逸明

太钢的八十年,是风雨兼程的八十年,是艰苦创业的八十年,是磕绊攀爬的八十年。“峥嵘岁月欺人事,浩荡乾坤入客愁。”遥忆当年,创业之初,那是何等的艰难:人才的缺失、设备的匮乏、技术的不足、市场的待开发……一道道鸿沟挡在面前。“为了公司的事业,为了公司的前途,洒点血、流点汗,又算得了什么呢?”就这样,凭着对公司的忠心、对事业的痴心、对工作的责任心、对战胜困难的必胜心,太钢人硬是填平了前行路上的一道道沟坎,和公司一起走向一个又一个新天地。

八十年风雨成过去,八十年征程岁月留心底。作为新一代太钢人,我们没有经历公司创业的艰辛,可我们有幸目睹公司的再次腾飞。

时日不待,历史永存。世上没有停滞不前的脚步,唯有攀登不尽的高峰。太钢人不能自满,必须以创新发展为硬道理,担当好

自己的岗位责任,所有职工团结奋进、创造价值,把太钢打造成世界不锈钢行业的航母,继续保持全球不锈钢企业的领导者地位。

作为一名营销员,我深刻认识到,营销的道路上不可避免会出现很多绊脚石,无数次的碰壁、数不尽的无功而返、接二连三的客户抱怨,似乎已成了常态。但我们绝不能因此气馁,把这些都归咎于客观原因。事在人为,一代代太钢的前辈们在不论多么艰苦的条件下都能攻坚克难,开拓进取,我们面对现在的考验,也应该发扬“团结奋进、艰苦奋斗”的优良传统,以“咬定青山不放松”的毅力和“不破楼兰终不还”的决心迎接每一个挑战。

大浪淘沙方显英雄本色,作为太钢的青年职工,只要我们能市场的浪潮中脱身而出,太钢的未来将会迈上一个新的台阶。

团结一心 共创美好未来

■解丰宇