

2014 年企业文化主题绘画

——改革篇作品选(二)

焦化厂依靠市场机制激发降本活力

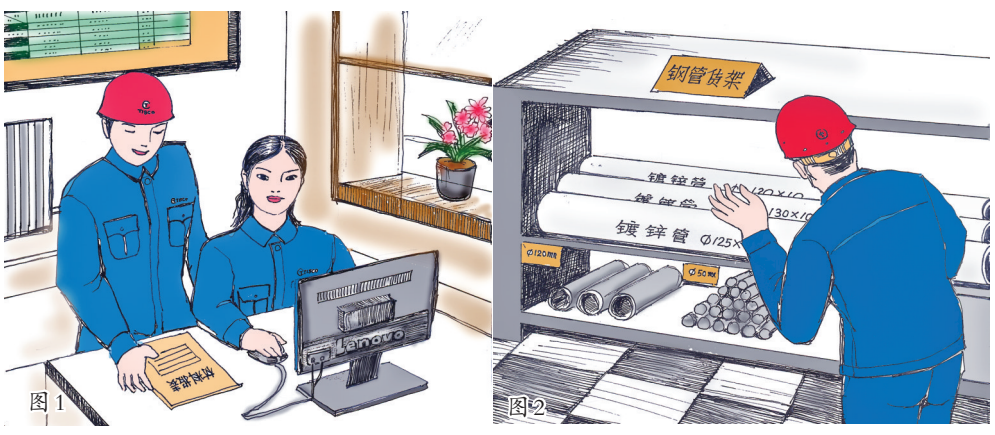


图1 年初,焦化厂发生了这样一件事:化产作业区向厂里提报80米长的镀锌管材料调拨计划,按照惯例,由厂设备能源科对材料用途和数量进行核实,然后进行无偿调拨。
图2 然而,这一次却不同了。接到调拨计划的设备能源科首先通过电子台账查看全厂各个作业区的库存情况,发现在运焦作业区恰好有以前项目改造剩余下来的镀锌管,型号规格与化产作业区要调拨的正好相同。



图3 于是,设备能源科组织运焦作业区按照调拨价格,将镀锌管“卖”给了化产作业区,相应的价款也随即划拨到运焦作业区,作为运焦作业区的降成本绩效。
图4 这一可喜的变化,得益于焦化厂推行的修旧利废价值内部市场化改革机制。面对设备运行大量增加而修理预算费没有增加的挑战,该厂以内部市场化改革为切入点,多措并举,挖掘潜力,整合资源,精打细算,当月的降本指标就超预算目标36.85%。

周金海作品

丰富的文化内涵和独特的文化魅力在不断传承、塑造和创新中造就。日新月异发展着的太钢,为广大业余绘画爱好者提供了取之不尽的创作源泉。

从2012年起,“太钢人画太钢”企业文化主题创作平台正式启动。连续几年开展的企业文化主题绘画创作活动,吸引了大批来自基层的绘画爱好者参与到了企业文化建设中。他们用手中的画笔诠释着公司企业文化的理念,为公司企业文化建设注入了新活力。

企业文化主题绘画活动紧紧围绕公司中心工作展开,为建设精品基地、绿色钢城、和谐家园贡献了力量。近年来,公司先后组织开展了“强化责任意识、促进基础管理”“绿色发展”“严格规程执行、严肃责任追究”“纪念厂庆80周年”“感动太钢人物”“市场化改革案例”等企业文化主题绘画活动。在绘画爱好者灵巧而智慧的画笔下,高大雄壮的设备、宽敞明亮的厂房、清洁美丽的厂区大道、走向世界的精品……栩栩如生,跃然纸上。一大批反映公司厂容厂貌、安全生产、品种质量、设备操作、绿色发展、先进人物、文体生活、社区建设的优秀绘画作品相继问世,生动展示了公司改革发展的新风貌和新气象。其中新闻中心边震创作的《高炉远眺》、房地产开发公司薄东莎创作的《高炉晓日》、东山矿白存万创作的《公共自行车进太钢》、炼铁厂周金海创作的《不合格产品不出厂》、自动化公司雷毅军创作的《美丽的太钢——我的家》、炼铁厂刘效伟创作的《炼铁一角》、不锈钢管公司刘江创作的《200T 拉拔机》、尖山铁矿刘建强创作的《整装待发》、物流中心刘伟创作的《公众开放日》等多幅绘画作品入选《2013太钢社会责任报告》,创新了公司报告的设计元素,展示了员工独特的风采,体现了太钢切实履行社会责任的发展理念,受到业内一致好评,为公司赢得了认可和尊重。

为有源头活水来

用手中的画笔为凝心聚力鼓与呼

经营主角就应该这样当

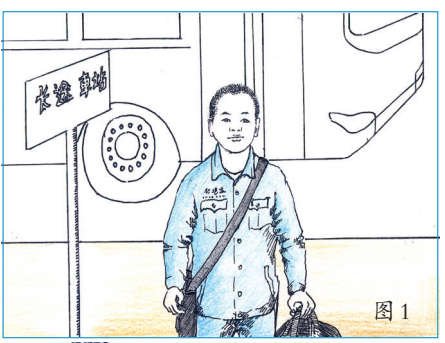


图1

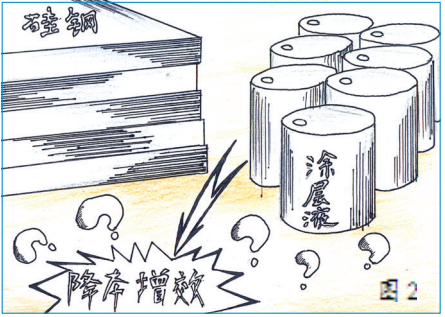


图2



图3

图1 公司市场化改革号召全员要转变固有的思维方式,努力成为以价值创造为中心的经营主角。作为设备物资采购部的一名普通采购员,彭艳忠也一直在想,我怎样才能成为经营主角呢?怎样才能为公司降成本增效益作贡献呢?

图2 冷轧硅钢所用涂层液是影响硅钢质量的关键性化工材料,也是设备物资采购部列入降本攻关的重点项目之一。“要成为经营主角,就要承担重任”,彭艳忠主动请缨接手了涂层液采购降本工作。

图3 从领到任务书的那一刻起,彭艳忠就把全部精力投入了进去。他通过翻阅大量技术资料,不厌其烦地请教有关专家,学习和分析冷轧产品表面涂层的使用性能及用户的评价意见,了解涂层产品的成分成本构成及主要原材料的价格趋势。

图4 同时,他还一次次深入硅钢生产现场,跟踪和分析材料消耗相关数据,详细对比产品的实际使用性能与材料使用消耗的关系,与研发团队积极配合,优化并形成了新的材料采购方案。

图5 方案形成后,他又多次奔波,千方百计与供货商沟通交流。功夫不负有心人,最终得到了供货商的理解和认可,双方达成了新的采购合同。

图6 彭艳忠把每一分钱都用在刀刃上,用最小的代价为公司采购来了质量优、价格低、性价比高的冷轧硅钢用涂层液,真正成为了改革发展的经营主角。

李斌作品

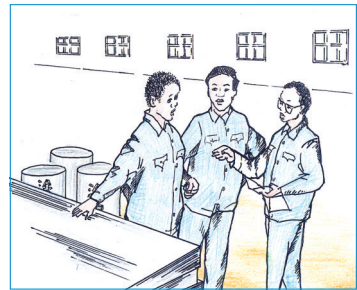


图4



图5



图6