

省部级主要领导干部学习贯彻十八届四中全会精神全面推进依法治国专题研讨班2月2日在中央党校开班。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在开班式上发表重要讲话。本报今日四版刊登新华社相关报道,望各单位认真学习贯彻。

苦练内功 向成本要效益
——四论认真贯彻落实公司“两会”精神
本报评论员

公司党委中心组进行集中学习 传达学习贯彻全省“两会”精神 讨论关于落实党风廉政建设“两个责任”的《实施意见》

本报讯 2月3日,公司党委在公司主楼二楼会议室组织中心组集中学习,传达学习贯彻省十二届人大四次会议、省政协十一届三次会议精神和省委书记王儒林的重要讲话精神,讨论太钢党委《关于落实党风廉政建设党委主体责任的实施意见(试行)》和《关于落实党风廉政建设纪委监督责任的实施意见(试行)》。

公司党委书记杨海贵主持集中学习讨论,公司党委中心组成员参加。

大家认为,备受全省人民关注的省“两会”是全省政治生活中的一件大事,对于正处于重要历史关头的山西具有特殊重要的意义。“两会”是一次高举旗帜、民主团结的大会,鼓舞干劲、催人奋进的大会,求真务实、风清气正的大会,对于进一步开创“深入学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神,净化政治生态,实现弊革风清,重塑山西形象,促进富民强省”新局面,激励全省广大干部群众攻坚克难、奋力前进具有重大意义。

大家认为,大会对全省改革发展作出的全面部署,充分体现了中央深化改革的总要求及新常态的战略思想,全面贯彻了党的十八大及十八届三中、四中全会和习近平总书记系列重要讲话精神,体现了中央、省委经济工作会议和省委十届六

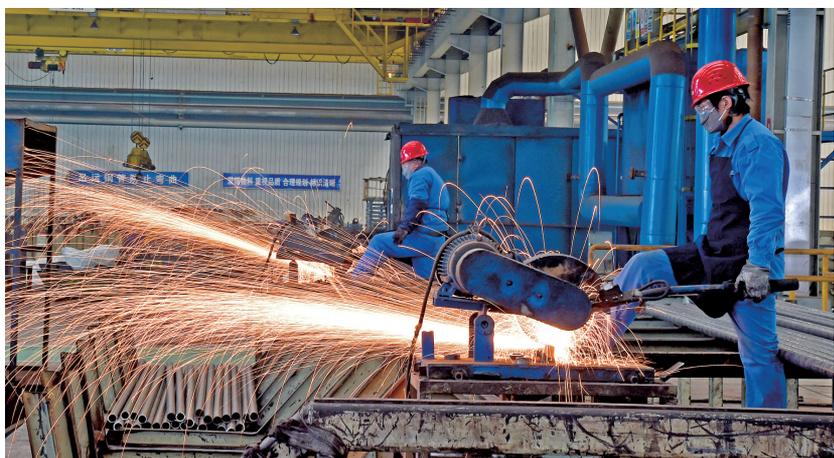
次全会要求。公司上下要以学习贯彻全省“两会”精神为指导,扎实推进公司改革发展稳定各项工作,特别是要以深化改革为统领,以价值经营为主线,突出抓好品种质量、改革创新、对标挖潜、降本增效、依法治企、转型发展、安全环保、队伍建设、职工生活等各项重点工作,动员全公司干部职工以良好的精神状态,勇于担当,主动进取,奋发作为,为开创“弊革风清、富民强省”的新局面贡献力量。

与会人员还讨论了太钢党委《关于落实党风廉政建设党委主体责任的实施意见(试行)》和《关于落实党风廉政建设纪委监督责任的实施意见(试行)》。

杨海贵指出,两个《实施意见》(试行)明确了党委主体责任和纪委监督责任的基本内涵、主要内容、工作方式和工作流程,是推动全公司进一步加强党风廉政建设的重要制度保障。要准确把握党委主体责任和纪委监督责任的基本内涵,把党委主体责任和纪委监督责任落实到每个领导班子成员的工作职责中;公司领导班子成员要严格落实“一岗双责”,认真抓好职责范围内的党风廉政建设,进一步推动党委主体责任和纪委监督责任的制度化和规范化。

(本报记者)

日前,不锈钢管公司以“提高成材率,降低废品率,降低金属损耗”为宗旨,加大产品过程控制,全力推进产品质量再提升。图为该公司职工正在进行钢管锯切作业。
王旭宏 摄 吕茹 文



十 里 巡 检 路

■记者 陈涛

在东山矿,只要提到管状带式输送机,大家都会不由自主地介绍,“这是亚洲第一长、国内最先进的节能环保型输送机”。然而又有多少人知道,为了维护好这条东山矿人引以为傲的冶金石灰输送线,巡检工们要付出多少汗水与艰辛。

4.4公里的管状带式输送机架设在群山之中,就像一条长龙沿着山势蜿蜒起伏。一天早上,管带机作业区职工曹建岭像往常一样,拿起对讲机,提着工具,爬上30多米高的输送机,开始了一天的巡检。“这台管状带式输送机是东山矿生产保命的生命线,每天矿上生

产3000多吨冶金石灰要通过它送到山下,巡检时要格外地认真仔细。”曹建岭对着跟他一起巡检的记者说道。就在这时,旁边一根机架上“嗤、嗤、嗤”的

声响引起了曹建岭的警觉,他蹲下身,细心观察一个机架上的12个工作托辊。反复核实比对后,他找到了问题托辊,把位置标注在机架上。用对讲机通知作业区后,他紧绷的神情才放松下来。

每次巡检,曹建岭都要走上4个小时9公里的路,检查38000个工作托辊,这考验的是体力,更是眼力和听力。零下18℃的野外,透骨的寒风把曹建岭的耳朵冻得通红,脸刮得生疼,厚实的棉大衣也被吹透了。但天气再冷他也不戴棉帽和耳罩,就是为了能更清楚地听到工作托辊的声响,“长时间盯着托辊看,眼睛特别干、特别涩,有时还掉眼泪。”曹建岭说。这时他就会停下脚步往远看,休息一会儿眼睛。输送机头尾的高度相差160米,刚才还冷得直打哆嗦,走过一段长长的台阶后已经是一身汗了。曹建岭告诉记者,这是巡检路上最难熬的时候,明明身上有汗,就是不能脱衣服,感冒了就得耽误工作。

(下转第三版)

记者 矿山行

开发海外战略用户 扩大海外市场份额

主持人:记者 芦文晓

嘉宾:公司特级劳模、营销部海外业务部经理 俞光

【关键词】逆势而上

2014年,是公司发展史上极不寻常、很不平凡的一年。这一年,太钢迎来了八十年华诞,全体太钢人传承历史,开拓创新,面对异常复杂严峻的市场形势,取得了难能可贵的经营业绩。

——摘自集团公司十七届四次职代会《行政工作报告》

记者:目前,钢铁行业经济增速放缓、结构优化升级,钢材消费进入峰值平台区,已经成为钢铁行业经济的一个新常态。去年,公司营销人员积极想办法,逆势而上,产品出口取得的不俗业绩,成为公司经营中的一大亮点,其原因何在?

俞光:去年,在海外市场上,公司产品主要销往欧洲、北美、韩国和台湾四大地区。这些地区经济相对比较发达,市场比较成熟,对产品的品牌和性能要求比较高,尤其是高端领域市场对产品有很高的要求。太钢作为国内不锈钢行业的排头兵,很早就开始开拓国际市场。

这几年,太钢的不锈钢产品品质在逐步提高,成为了国内的知名品牌,而且在国际上不锈钢销售也有了成熟的经验,不锈钢产品也得到了这些地区消费者的广泛认可。所以,去年,虽然整个钢铁行业不景气,但我们仅在这四个地区,不锈钢的销量就占到了全公司不锈钢出口量的百分之八十以上。

【关键词】战略用户 借船出海

2015年,将是本世纪以来公司遇到挑战和考验最多、经营发展最为艰难的一年。我们所处的环境正在发生着复杂而深刻的变化,公司已经到了生存发展的历史关口。

——摘自集团公司十七届四次职代会《行政工作报告》

记者:今年,公司要求完善海外公司不锈钢销售业务托管机制,用好成熟销售渠道,开发海外战略用户,扩大海外市场份额。我们营销人员准备采取什么办法完成今年的出口任务呢? (下转第二版)

