

编者按:

一季度,在钢铁行业困难持续加剧、诸多企业面临生死抉择的严峻形势下,型材厂逆势而上,成为为数不多的完成预算目标的单位之一。千难万难,攻坚克难就不难。型材人横下一条心,靠着主动出击寻找市场、痛下决心提升质量、千方百计赢得用户、精打细算降本增效的系列“组合拳”,硬是杀出了一条血路,闯出了一片新天地。在打赢生存保卫战、全力全速全面构建公司新常态下竞争力的新形势下,型材厂的做法给我们深刻的启示。本报从今天起,陆续刊登来自型材厂的系列报道,敬请关注。

价值驱动:主动出击找市场

——型材厂求变图强系列报道之一

■记者 石鹰 张晓鹏

时值初夏,记者走进型材厂,探究这个老厂焕发青春活力的缘由。

在型材厂的办公楼前,一棵海棠树枝繁叶茂,粉红色的花苞绽放。记忆里,这棵树一直顽强地生长在这里,默默见证着型材人艰辛的奋斗历程。

型材厂于2005年由当时的初轧厂与锻钢厂合并成立,是公司工艺技术逐步升级、新老装备并存的一个突出典型。今天的型材厂,既有1958年初轧厂建厂时投产的1000毫米可逆式初轧机,也有上世纪90年代投产的1000吨小快锻机,更有前几年建成投产的世界最大、最先进的1800吨径锻机。

2008年,公司决策上马型材1800吨径锻机,这在当时还是国内的第一套,目的在于优化品种结构、拓展品种范围,形成圆钢、方钢、扁钢、锻材系列特种钢材,满足高端装备制造需要,加快我国高端装备制造业的国产化进程。

然而,生不逢时。新装备一投产,困难便接踵而来。全球经济危机爆发,钢铁行业形势急转直下。突如其来的变化,让型材人有些措手不及。在型材厂,常规产品订单迅速减少,用户要求越来越高,质量异议开始攀升。更为严峻的是,新装备投产不久,国内钢厂又先后引进了6台同等规模的径锻机,特别是还针对型材厂投产的径锻机进行了改进,从而形成了明显的后发优势。

受市场与同行的双重挤压,这几年当中,型材厂的日子日益艰难。

出路何在?

型材人反复思索。面对愈发严峻的市场形势,型材厂意识到不能再等下去了。看看那些同行争相上马的同类型装备,坐等外部市场好转无疑是坐以待毙;寄希望于公司再加大投入,用装备优势弥补竞争劣势,显然不切实际。立足自身,下决心走出去,杀出一条血路,或许会有一线生机。

要生存下去,就不能盲干蛮干,要创造价值。而创造价值,必须靠有竞争力的品种才行。型材人明白,有竞争力的品种要到市场和客户那里去寻找。这就首先要吃透市场,对接客户,将市场和客户需求作为品种结构优化升级的最重要标尺。

(下转第二版)

本报讯5月13日,不锈钢股份公司在自动化公司四楼会议室召开型材厂生产经营经验专题讨论会。公司领导张志方、柴志勇、高建兵,公司相关副总级领导,制造与质量管理部、计财部、营销部、技术中心等部门负责人,各炼钢、轧钢厂主要负责人及相关人员参加会议。

会上,型材厂汇报了今年以来生产经营情况与具体做法。面对激烈的市场竞争,型材厂坚持明晰产品定位,优化品种结构;强化技术营销,主动对接市场;用心服务用户,实现双赢共赢;强化产销研联动,全速响应市场;全员精打细算,深挖内部潜力;从严强化管理,激发全员动力,1~4月份超额完成了公司下达的预算目标。

与会公司领导,制造与质量管理部、计财部、营销部、技术中心以及相关生产厂结合型材厂的经验做法,畅谈了体会与感受。大家普遍感到,面对困难和问题,型材厂坚持价值驱动,以市场为导向,以客户为中心,积极主动,勇于担当,严格管理,加强协同,真诚服务客户、赢得客户,经验方法难能可贵,值得借鉴和推广。

不锈钢股份公司总经理张志方充分肯定了型材厂的经验做法以及生产、营销、技术等相关部门和单位为型材厂进步成长发挥的积极作用。针对认真总结推广型材厂经验,做好当前工作,张志方提出以下要求:一是要坚定不移地转变思想观念。转变思想观念,关键在领导干部的思想认识要到位,面对困难和挑战要敢想敢为,以上率下,层层发动,充分发挥带动和示范作用,攻坚克难,推动工作。二是要持之以恒抓落实,各单位、各部门要像型材厂那样,对于正确的思路和措施,对于看准了的事情,要不畏艰难,坚守定力,决不半途而废,要以领导干部的定力带动团队的定力,下决心攻坚克难,以“不达目的誓不罢休”的精神全力以赴加以推进和落实。三是要满腔热情促协同。各系统、各单位、各部门要带着对工作和事业的情感,以真诚的态度和人格的魅力,开展无障碍沟通协调,调动各方的积极性和主动性,形成工作上的强大合力,确保公司在市场竞争中立于不败之地。



■通讯员 张永贤 报道

矿业分公司强化措施落地增效益

本报讯 今年以来,矿业分公司主动适应铁矿石市场竞争新常态,勇于担当,创新作为,加速推进“砍成本、增效益、应对危机”目标措施落地,生产经营难中有进。

以利润为中心,全面优化生产组织方式。运用价值链分析法和ABC成本法重新梳理生产各个环节,砍掉非增值环节,确保原料、辅料、能源成本在预算基础上再下降;推行能源价值管理,提高能源利用效率,降低能源成本;强化采矿管理与技术创新,降低采矿成本;提高入磨矿石品位,降低选矿成本;通过功能性承包降低钢球、衬板、药剂等消耗。同时盘活资金,加强生产现场管理,通过销售无效库存、通用备件共同储备等措施降低库存。

创新思维,全面激发挖潜创效活力。在满足集团公司钢铁主业生产需求的同时,积极开拓外部市场,实现产销平衡。切实加强采购管理,实行厂家直接采购模式,中间商采购须实行单独审批,同时利用先进网络平台和模式,保证采购价格不高于市场价格。

精打细算,竭力降低各类费用。盘活机旁库存,持续推进修旧利废,改定期检修为状态维修;减少外委设备检修费用,提高自检项目比例;科学筹划检修时间,加大备件修旧力度;努力实现直接入库、减少物流环节,降低倒搬费用;实行全产业链管理,减少资金占用,降低贷款规模;降低存货,减少资金占用。



二季度以来,冷轧硅钢厂按照精益生产要求,加大物流监督力度,制定现场物流管理实施办法,严格按作业计划落实当班生产计划执行率,使现场物流运转井然有序,生产效率明显提升。图为该厂产品吊运现场。 王旭宏 摄

在拓展市场的“深度”与“广度”上下功夫

【感言】有幸荣膺公司特级劳模,内心非常高兴与激动。这份荣誉既是对我工作的肯定,更是一种激励。当前,钢铁市场低迷,作为一名营销人员,我们要振奋精神,在品种结构、市场开拓、经济效益上下功夫,扭转出口的不利局面;积极贯彻公司提出的“品种质量是决胜市场的利器”理念,努力开发技术难度高的产品,体现太钢产品在工艺、技术、装备上的优势。同时,我们将依据公司的业务发展计划,从营销人

员的自身素质、业务能力上下功夫,勇于拓展新兴市场和敏感区域,在市场的“深度”与“广度”上投入更多的精力,确保销售目标的顺利完成。

【风采】韩奕用国际化的思维应对多变的国际市场,创新出口商务模式,积极推进境外公司托管业务,使欧美公司出口销售均实现大幅增长,成为区域半径的销售“旗舰”;积极推行新线产能海外市场开拓,实现硅钢和特厚板批量出口海外市场,出口业绩节节提升,不锈钢和碳钢出口销量双双再创历史最好水平。她还转变思维,打造低成本、风险可控的出口物流保障体系,为物流环节注入新的活力,使得物流成本较上年明显降低,提升了出口产品的综合竞争力。



韩奕,女,44岁,营销部部长助理,今年获公司特级劳模称号。

