

■记者 张晓鹏 报道

本报讯 5月18日,公司在主楼会议室召开2015年质量、环境、职业健康安全、能源管理四体系联合外审首次会议,接受北京国金恒信管理体系认证有限公司为期5天的外审现场审核。不锈钢股份公司总经理张志方,副总经理高建兵、谢力,公司相关部门负责人参加会议。

近年来,太钢高度重视管理体系建设工作,持续改进管理体系,对生产经营指标、资源配置、职能分配、运行控制等方面作出了及时、合理的调整,为全力应对行业严峻形势起到了积极作用。此前,公司已进行一体化体系管理评审的内部审核工作,为迎接外审作了充分准备。

张志方对专家的到来和指导表示感谢,他说,一体化体系管理评审工作是对企业内部管理运行机制的重要体检,太钢将以此次评审为契机,通过完善体系建设来真正实现科学管理,推动企业管理迈上新台阶。希望专家帮助太钢及时发现质量、安全、环保、能源管理等方面的不足,提出改进意见,助力太钢在困境中逆势发展。

北京国金恒信公司审核组组长王刚就此次审核的目的、依据及计划安排进行了简要说明。他说,审核组成员将实事求是地开展审核工作,全力查找体系运行中需要改进的环节,挖掘企业内在潜力,使各项工作更加系统化、科学化。

■记者 谢妮 报道

本报讯 今年以来,教培中心通过精心打造一批精品培训项目,为公司发展助力。

今年公司培训项目有113个,其中14个项目被列为精品培训项目,这些项目来自各操作室、党建室、工程室、企管室,内容包括目标管理、企业文化、战略管理、品牌管理等。为保证精品培训项目取得实效,教培中心专设了精品培训项目考评工作组,加大了项目的跟踪、考评和监督力度。在打造精品培训项目的过程中,考评组对该项目的培训方案进行了完整性、针对性、科学性、可行性的评估,对培训策划、内训师的选聘、培训内容的确定和过程管理等各环节存在的问题和改进方向的要求进行了研究与分析,同时组织了两次以“精品培训项目实施工作中期总结分析及实施规范要求”为主题的专题培训,班级培训达到100余个,占到了全部培训班级的五分之一,起到了以点带面的作用。

对培训的质量和效果,教培中心通过书面调查、召开座谈会、个别了解等形式进行客观分析与评价,同时还对培训后的职工在实际工作中运用的效果进行跟踪,对效果不明显或没有达到预期目标的,则要对项目负责人进行绩效考核。目前,从跟踪检查情况看,14个精品培训项目都达到了预期效果,经过培训后的职工都能把所学到的知识运用到实际工作中。

精品培训项目为公司发展助力

## 综合利用公司全方位提质降本拓市场

■首席记者 宋维东 报道

本报讯 记者从综合利用公司获悉,4月份,加气砼产品月度销量创历史最高水平,储存产品也得以消化;标砖和商品粉煤灰销量也在向好。综合利用公司正在不景气的建材市场里逐步迎来自己的“牛市”。

每年的一二月是传统淡季,建材企业把主要精力放在生产和储存上,以迎接开春建筑市场的启动。今年羊年春节比往年晚近一个月,这让综合利用公司的“开门季”也就顺延到了4月。

打开市场大门的关键在于质量和成本。4月份,质量的稳定、成本的降低和有机会的市场在综合利用公司实现了共振。以20万m<sup>3</sup>加气砼生产线为例,3月28日恢复生产后改变了以往外协承包的模式,对管理人员和管理模式进行调整,强化日常管控,成品合格率由2014年全年平均95.4%提高到今年4月份的99%以上,为拓展市场奠定了基础。质量提升的同时,该公司生产成本也大幅降低。4月,30万m<sup>3</sup>加气砼生产线成本同比下降7.1%,比去年全年平均成本下降19.1%,比今年的成本目标值下降12.5%;20万m<sup>3</sup>加气砼生产线成本同比下降6.8%,比去年全年平均成本下降22.6%,比今年的成本目标值降低14.3%;标砖生产线成本比去年全年平均成本下降31.8%,比今年的成本目标值降低26.9%。

综合利用公司经理王洪兴表示,降本还是要从源头、工艺、节能和人工等方面纵深推进。抓住大宗产品价格下降时机,逐步取消中间商

环节,尽力砍掉所有影响采购成本的不必要因素。优化外采原料配比,通过科技攻关,减少外采原料掺量,生产废料全部回收利用,实现废料零排放和二次利用;为产品设定成本标准值,如果超过标准值就要仔细分析,制定措施整改;大设备错峰运行,充分利用谷时时段生产;减少蒸养周转时间和蒸汽消耗,不忽视细微处的点滴举动;优化岗位人员配置,激发工作活力,取消部分外协岗位,缩小检修外协规模,实现人力成本优化。

目前,建材市场依然处于供大于求的局面。综合利用公司营销部部长陈静说:“虽然市场使用量在减少,但生存下来的企业都在以自己最大能力组织生产,整个市场的规模缩减程度并不大。作为地方性和季节性材料,加气砼和标砖等产品销售就要紧跟市场节奏走”。

面对激烈的市场竞争,综合利用公司一直以来将忠诚的客户视为宝贵的市场资源,将强有力的技术服务作为拓市场的利器。建材市场是一个双向选择的平台,为了让更多客户了解自己的产品,该公司营销人员自觉增强主动服务意识,每天都冲锋在市场最前沿,敏锐捕捉市场信息,不厌其烦地与客户沟通交流,了解客户真实需求,分析供需现状,预测市场趋势,尽可能多地寻找商机。同时,努力寻求与实力雄厚、诚信经营的客户合作,稳扎稳打,保障企业的平稳运行。

4月的开门红,验证了一系列措施的成效,也为该公司面对接下来的旺季提供了巨大信心,“只要我们发挥优势,把提质降本的措施继续实施好,即使市场竞争再激烈,都会找到最好的位置。”王洪兴说。

## 炼钢二厂 开展全面对标打造竞争优势

■记者 张晓鹏 报道

本报讯 二季度以来,炼钢二厂开始在全厂范围内启动全面、全员、全方位的对标工作。通过全面、系统对标,深入查找自身存在的差距和不足,并制定相应措施,狠抓落实,提升竞争力。

多年来,炼钢二厂结合公司对标思路,把对标赶超作为提升竞争力的重要工作方法,通过坚持不懈的努力,有力促进了各项工作的提升。4月份,炼钢二厂下发了今年的总体对标方案,对标内容、对象、人员等进行了具体安排,内容涉及信息、管理、工艺、技术、设备等7大类33个方面,总体对标范围也比往年有所扩大。

对标内容上,在业务对标的基础上增加了管理对标,围绕这两条对标主线,突出技术创新和管理创新,实现技术指标和管理水平上台阶;对标对象上,只要有值得借鉴学习的优秀经验和做法,对标企业不分大小、规模,都可以进行对标学习,本着这个原则将对标对象重新定位,在与大型、先进企业对标的基础上,增加了与新兴小型、民营企业的对标工作;对标人员上,为了让职工亲身体会对标成果,充分调动职工的工作积极性,炼钢二厂推动对标进科室、到岗位,让更多一线的技术人员和操作人员走出去,深入学习和了解兄弟企业的先进做法,以便更好地服务基层具体工作。



日前,不锈钢管公司组织员工开展“新常态下的太钢路在何方”主题大讨论,激发全员在新常态下的责任意识和危机意识,要求全员创新创效,精细工作,进一步提升产品质量,满足用户需求。图为职工正在测量坯料出钢温度。 刘君 摄 吕茹 文

## 知己知彼 百战不殆

【感言】在与国内同行先进的企业对标后,我们认真分析了自身的优势和不足,针对市场需求的变化,确定了以“特”定位、以“质”取胜的发展思路,并梳理生产流程,作了一些产品调整。型材厂主要有轧材、快锻、径锻三条生产线。轧材生产线生产能力强,产品定位于专业化和差异化,主要是要配合公司铁路用钢专用线的投用,着力打造铁路用钢、高等级电渣板材、优质锻造用坯等拳头产品。快锻生产线产品定位于专业化和成品化,形成以大轴重轴类用钢、军工钢及核电用钢为主的系列产品,同时巩固扩大高端锻造用钢等重点产品的市场份额。径锻生产线产品定位于专业化和高端化,充分发挥装备组合优势,打造大口径管坯钢、特殊钢、特种不锈钢等拳头产品,形成战略品种、重点品种和增量品种相组合的台阶式品种系列。此外,我们还将用好XLHY(型材龙虎鹰)项目团队,加大产品的研发和生产过程控制,同时,还要加强质量管理,从严考核,让每一名职工认识到,要用质量赢得市场。没有市场,工厂就没有存在的必要;没有工厂,也就没有员工。面对激烈的市场竞争,我们只有知己知彼,内抓质量,外闯市场,才能百战不殆,打赢生存保卫战。



郭光宇,男,48岁,型材厂厂长、党委书记,今年荣获公司特级劳模称号。

【风采】2014年,郭光宇带领团队按照以“特”定位、以“质”取胜的发展思路,找准市场切入点,加快型材产品结构调整,车轴钢产量稳中有升,不锈钢产量较上年提高15%。快锻工序产量超设计能力,锻造铁路用钢产量大幅度提高,径锻工序不锈钢产量提高12%,销售收入比上年提高19%,重点品种铬不锈钢产品实现批量生产;全年开发新高端用户10余家;完成年度预算139%,降本增效取得历史性突破;组建14个型材龙虎鹰项目,针对质量改善、新产品开发、工艺优化及设备改造等关键环节开展科技攻关,全年产品异议率下降42.9%。

