



安全生产一百分

■于菲菲

来到太钢,安全是我们上的第一堂培训课,“安全第一”是我们牢记在心的口号。但是由于种种原因,安全事故却没能完全避免。

据资料显示,在有人为责任的事故中,90%以上是责任人心存侥幸,安全措施未做到位而造成的。的确,在企业的安全生产实践中正是一些人有了“及格就行”的思想,才导致了事故的发生,轻则设备受损,重则人身伤亡,如果每个人能够树立“只要满分”的思想,100%严格按操作规程办事;检查到位,不漏过一个细节;措施到位,不漏过一个疑点,许许多多的事故都是可以避免的。

安全工作只有满分,没有及格。比如一项工作的十项措施我们做了八项,就不能说安全工作做好了,因为往往剩下的两项就有可能成为我们安全工作的隐患,就是发生事故的原因。

安全责任重于泰山。要做到克服麻痹侥幸心理,确保自身安全,除了内在的驱动外,还要靠规章制度来约束。安全生产责任制、各种安全操作规程、岗位安全责任制等规章制度对杜绝侥幸心理,及时制约人的不安全行为有着不可替代的作用。安全生产责任制是一个企业各项安全生产制度的核心,也是最基本的职业安全健康管理制。真正落实安全生产责任制,不断强化全体员工的安全意识,才能时刻牢记经验教训,时刻保障安全生产。

安全管理是一门科学,也是一门艺术,这里面的学问既广又深,而且具有鲜明的行业特征和时代特色,也具有一定的规律性。安全管理工作必须常抓不懈、警钟长鸣,不可断断续续、时紧时松,这样才能有效避免安全事故的发生。

“质量是企业生命,安全是职工生命”“眼里容不得沙子,安全容不得马虎”等等这些安全标语,在诸多生产企业里随处可见,但安全生产形势依然严峻,事故隐患依然存在,什么原因?归结起来,仍是安全生产没有入脑入心,说到底,就是没有动真格的。

现如今人们更多地认为安全是制度、是刚性的条例,人人都害怕在安全上出问题,都能意识到安全是个大问题,搞不好会有事故,但很多人又没有把安全融入自己的生活,把安全变成自己的习惯、变成自己的始终遵循。如果把制度变成员工的行为规范,变成员工

安全工作需要动真格的

■程云

的工作习惯,那么安全事故就能最大限度地避免。

“隐患险于明火,防范胜于救灾”,安全工作任重道远,我们必须充分认识到安全生产的重要性、长期性、艰巨性和复杂性,居安思危,警钟长鸣。一个人的生命是宝贵而短暂的,大家都应该珍惜自己的生命,远离事故。防患所忽,让我们从我做起,从我们身边的每一件小事做起,高扬安全旗帜,珍惜人身安全。让安全这个永恒的主题深深地烙在我们每一名职工的脑海中,让我们的每一天、每一时都防患于未然,平平安安!

时光荏苒,岁月如梭,转眼间参加工作已经十余年了,作为太钢职工,过往岁月留给我更多的是美好回忆;面对将来,道路虽艰辛却充满期待。

我是2001年参加工作的,记得刚到尖山铁矿的第一天,劳资科长语重心长地对我们这些新来的职工说:“尖山铁矿经历了投产、试车、扩建,老一辈倾注了心血和汗水,也见证了它的成长。你们是幸运的一代,你们的努力和拼搏,将会使矿山的明天更加辉煌。”当时对尖山铁矿一无所知,随着工作的经历、时间的流逝,渐渐地对这个矿山有了深厚的感情。

刚上班时,总觉得自己很难融入工作,不仅感觉这身宽松崭新的工作衣与工人师傅们油光发亮的工装格格不入;而且他们熟练精湛的操作技能更是让我望尘莫及。记得我的师傅个头不高,却知识丰富,尤其是工程制图水平更为突出,在现场边用游标卡尺对照备件比划边画草图,然后回到办公室,不大功夫,使用图纸绘制成形,一张工整、标准、可以让机械加工师傅们一目了然的备件实物图跃然纸上。师傅过目不忘的记忆力、高超的三维观察能力、准确直观的绘制水平,以及劳逸结合的完美结合,让我至今对他佩服不已。

慢慢地我开始向师傅学习,并且给自己定位,几年来,我虽然没完全学到师傅过人的本事,但是学会了严于律己、宽以待人的处事方法;也学会了立足岗位、脚踏实地的工作方式。我渐渐地爱上了“司炉工”这个岗位,深知虽然自己能力有限,但努力向前、追逐希望的目标始终如一,从未被困难打倒。每当穿着这身天蓝色的工装走上工作岗位时,我都会感到百倍精神、无比自豪,它是那么熟悉与亲切。现在,虽然钢铁行业面临着前所未有的困境与挑战,但是丝毫动摇不了大家努力工作的信心。

“我的企业我的家”,太钢给我营造了一个温馨的家,同时也赐予了我出人头地的机会。我坚信,有努力才有进步;有付出才有收获,我的一生将与它紧紧相随。



企业如家

■白玉林



缘起太钢蓝,应对新常态

■赵冬梅

一贯不喜欢蓝色,因为朝八晚六的工作,一年之中除了礼拜节假日,绝大多数时间都是穿着太钢蓝,买时装时也总是刻意排斥“蓝色”。一日亲戚婚宴,表妹看着我:“你这条裤子怎么像工作裤呀?”我自然出口否认。整理衣橱,居然发觉我的衣服大多走向“蓝色”系列,蓝白花的丝巾、浅蓝色的线衣、湖蓝色的哈伦裤、海蓝色的斜挎包……连头发上的配饰也以蓝色居多,不知道从何时,蓝色已经潜移默化到我的“喜好”中。回想选购衣服的情景,似乎对蓝色有一种说不出的情有独钟。

回首工作历程,来到太钢参加工作已经整整20个年头了。这20年来,我一直沉浸在作为太钢人的自豪中,把企业的事情当作自己的事,李双良精神、一流的经营管理理念、一流的产品生产线、宏伟的企业发展愿景一直贯穿在我工作当中,我的收入也呈增长趋势,全家享受着良好企业效益带来的优越感和高品质生活。现如今,我国经济进入新常态,钢铁行业面临着从未有过的严峻形势,产能严重过剩、市场需求不旺、竞争异常激烈、环保压力、成本压力……诸多困难,举步维艰,生死存亡的考验就在眼前。

特约评论员文章《新常态下的太钢路在何方》刊发后,似乎有一道曙光射进了我的心房,我把这篇文章打印下来,揣在口袋里,随时细细领会其中的精髓。评论员文章写得平实,也很实在,对新常态作了真正意义上的解读,也给我们当前如何应对新常态指明了方向。新常态下要坚守产品质量这个法宝,新常态要有新作为,新常态下必须积极行动,新常态下必须万众一心、攻坚克难。

学习特约评论员文章后,在此谈谈我个人的浅显认识。在岗位尽职,尽职必尽责,是我们每一名职工的天职。我们必须树立必胜的坚定信念,尽自己的心力,践行“用户至上、质量兴企”核心价值观,扎扎实实、认认真真,做好身边事、分内事、平常事、简单事;把握企业创造的每一次培训学习机会,持续“充电”、完善自我,提高个人业务素质、工作能力和工作质量,也为搏击市场铸造强有力的产品质量奠定基础。

团结就是力量,坚持就是胜利。只要我们每一名太钢人都能做到从现在做起,从自己做起,沉下心,扑下身子,丢掉浮躁,抖擞精神,内强素质、外塑形象,我们必将筑造成坚不可摧的钢铁长城,决战市场、对抗严寒,应对新常态,迎战新常态。



呵护 薄东莎 作



省长讲话精神是我们前行的动力

■智喜来

李小鹏省长来太钢蹲点调研,给逆境中拼搏的太钢人带来了新的动力和活力,十里钢城为之振奋。

目前,尽管公司面临着前所未有的困难,但作为营销部门,我们必须坚持战略自信、文化自信、队伍自信、能力自信,既要坚定信心,不被困难所吓倒,更要坚决摒弃无所作为、坐等机会的思维惯性和惰性,要勇于担当,迎难而上,埋头苦干,充分认识新常态,积极适应新常态,努力构建新常态下的营销竞争力。

构建新常态下的营销竞争力,领导干部是关键。领导干部必须

带头找思路、找方法、找措施,通过自己的实际行动调动全体员工的积极性;要经得起困难的考验,以应有的担当精神,自我加压,不留退路;要按照“三严三实”要求,切实转变工作作风,扑下身子到现场、到市场、到用户中去,到职工群众中去,带领自己的团队,坚决完成各项目标任务。

构建新常态下的营销竞争力,共产党员是先锋。全体党员都要创先争优,要讲党性、重品行、作表率,共产党员在工作中要有争先意识,勤于学习,勇于实践,敢于担当,加强自身技能提升,发挥旗帜作用,带动周围员工投入到攻坚克难之中。

构建新常态下的营销竞争力,员工是主力。全体员工要有危机意识和责任意识,更要有强烈的攻坚意识。要进一步提高执行力,实现精细化,与整个营销团队同舟共济,共渡难关。逆境中,困难和压力就是新常态,要清醒地审视困难,更要想办法克服困难,用钉钉子的精神扎实解决工作中的各种难题。

构建新常态下的营销竞争力,李小鹏省长的重要讲话精神是动力。要认真学习李小鹏省长的重要讲话精神,提振信心、鼓足干劲、攻坚克难,为全速构建新常态下的营销竞争力、打赢生存保卫战作出营销人应有的贡献!