

2014年企业文化主题绘画

— 改革篇作品选 (三) —

亲兄弟明算账



图1 在太钢的预算表上,有两个最重要的指标,一个是盈利,另外一个则是降本增效。严峻的市场形势,让盘活资源、物尽其用、降低成本显得尤为重要。这不,“算账”成了加工厂超细粉作业区职工李保明最近说的最多的词儿,前不久,他就在一台小电表里算出了一笔大账。

图2 加工厂与兄弟单位炼铁厂相邻,临界上有个电表本属于炼铁厂,但两家单位为了就近取电,就共用一个供电线路,而这个内部的电费就一直由加工厂来买单。



图3 “它在我们总的成本里头,一吨就占7块钱的成本,一天的产量基本上每个小时在150吨,那么24小时产量算下来,基本上每天光这一块儿就将近两万多元,必须分开算!”李保明默默思考着。

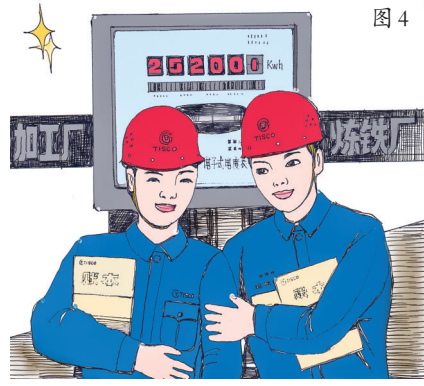


图4 今年以来,公司开始推行二级单位成本单独核算,降本增效不但分解到每名职工头上,还和他们的收入直接挂钩。一个电表带来的变化虽然不起眼,但这正是太钢推行内部市场化改革的最真实写照。
周金海作品

当好太钢故事的传播大使

让「闪光点」在画笔下更加夺目

讲好太钢故事、传播好太钢声音,是公司企业文化建设的重大任务。把发生在我们身边的感人故事和感动人物传扬开来,引导全员自觉践行企业核心价值观,是公司企业文化建设的显著特征,也是公司企业文化生命力之所在。企业文化主题绘画创作活动应运而生,成为推动企业文化落地结果的生动而形象的载体和手法。

公司连续三年组织开展的“感动太钢人物”评选宣传活动,以及多年坚持开展的“我们身边的闪光点”宣传教育活动,推出了一大批道德模范和优秀群体。让更多的人了解这些感动人物和团队的故事,是企业文化建设的重要目标。今年6月份,以“延续感动,温暖前行”为主题的“感动太钢人物”系列绘画作品创作正式启动。活动得到了广大业余绘画爱好者的积极响应。尖山铁矿刘建强、复合材料厂马瑞宝、新闻中心边震、不锈钢管公司刘江、炼铁厂周金海、房地产开发公司薄东莎、物流中心王彤和东山矿白存万等绘画骨干认真学习先进模范人物的事迹,挖掘和捕捉事迹中的闪光点,用手中的画笔生动形象地描绘了“感动太钢人物”的先进事迹。2013年“感动太钢人物”系列画专版在《太钢日报》刊登后,引起了不小的反响。其中不锈钢管公司刘江创作的《不离不弃,钢铁脊梁》,生动刻画了“2013感动太钢人物”之一的尖山铁矿鲁铁柱的感人故事,作品在《山西工人报》发表,更是在社会上产生了良好影响,有力地推动了公司感动人物事迹的广泛传播。

2014年是公司市场化改革的开局之年。各单位积极推进市场化改革,层层传递压力,激发全员活力,涌现出了一批勇于改革、开拓创新、挖掘潜力、降本增效的典型事迹。为了广泛传播这些发生在我们身边的鲜活事例,更好地展示公司职工的改革创新精神和主人翁精神风貌,引导全员为公司发展多作贡献,公司基层绘画爱好者创作了改革主题的典型系列绘画作品。在他们的努力下,陆续创作了《亲兄弟明算账》《不锈钢冷轧厂技术服务延伸至用户操作台》《“变革”激活满盘棋:从一个能源监测表说起》《“下次我们还来”》《焦化厂依靠市场机制激发降本活力》《经营主角就应该这样当》等一批系列绘画作品,为引导全公司干部职工主动适应钢铁行业的新常态勇敢迎接更加严峻的新挑战尽了一份心力。

“下次我们还来”

图1 今年4月,一个外地客户给不锈钢线材厂打来电话,要订300吨特殊钢材的合同,而且4天后就要提货。如果按照正常程序,再根据客户要求的产品精度,每天只能完成20多吨,干完300吨至少也得半个月。怎么办?如果不敢接手,那客户就会另寻他处。

图2 “我们每天四处跑市场,就是为了发展更多的客户,如果让已经找上门的客户空手而去,岂不是太可惜了?”不锈钢线材厂迅速召开紧急会议,集结核心生产力量,决心克服一切困难,务必在4天之内保质保量满足客户需求。

图3 军令如山。承接任务的加热作业区主管立即组织大家行动起来:切割台不符合要求,紧急组织人力修改;原有的两个切割台不够用,迅速组织力量完善改建了六个,让生产效率翻了三倍。

图4 人员不够,厂里协调抽调精兵强将齐上阵;上工序单位送来的坏料还散发着二三百度的红色气浪,职工们顾不上高温的灼烤,戴好防护用品继续迎着高温操作。

图5 在超负荷状态下,不锈钢线材厂的生产没有受到丝毫影响,客户的特殊钢材合同也紧张有序进入生产程序:凉温、切割、除渣、打包称重。4天后,300吨高精度特殊产品整齐地装上客户的运输车。

图6 客户由衷地被太钢高质量、高效率的生产组织能力所震撼,不禁连声赞叹道:“不愧是大型企业,下次我们还来!”

薄东莎作品

