

■记者 薛华 报道

本报讯 为大力推动省机械冶金建材系统职工创新工作室建设,5月27日,省机冶建工会组织观摩交流团来我公司参观交流。公司工会主席王继光热情接待了观摩团成员。

观摩团先后到炼钢二厂郭晓兵创新工作室和聂景峰创新工作室、不锈钢热轧厂连瑞钢创新工作室及2250mm热轧生产线、不锈钢冷轧生产线进行了参观交流。

公司职工创新工作室开展较早,经过多年的推进和发展,目前已增至28个,基本实现了主线单位全覆盖、创新领域多样化。其中,郭晓兵创新工作室和牛国栋创新工作室被命名为“国家级技能大师工作室”,牛国栋创新工作室同时还是“全国示范

性劳模创新工作室”,连瑞钢创新工作室为“全国机械冶金建材系统职工创新工作室”。郭晓兵创新工作室成员吕涛今年获得了全国五一劳动奖章。

在去年刚刚创建的炼钢二厂聂景峰工作室,观摩团成员被这里别具一格的办公环境所吸引,当了解到这里的一草一木、一桌一凳全是由创新室成员自己设计和制作时,由衷地发出了赞叹。一位观摩团成员感叹道,太钢的职工创新工作室,很具有创新精神,时时处处体现了职工的智慧 and 创造力,对我们很有启发。

观摩团有关人员表示,太钢的创新工作室走在了全省的前列,值得各单位认真学习和借鉴,回去后他们将把太钢的经验进行推广,让创新工作室在机冶建系统遍地开花。

冷轧硅钢厂:让用户需求进班组

■记者 张晓鹏 报道

本报讯 公司“两会”指出,要“强化客户至上理念,增强全员营销、技术营销、服务营销能力,敏锐发现市场,敏捷满足用户”。如何让全员准确识别和把握用户真实的需求,并把用户需求转化为生产线全员全过程可操作的具体行动,今年以来,冷轧硅钢厂从实际出发,进行了有益探索,取得了初步成效。

今年年初,冷轧硅钢厂将准确识别用户需求作为一项重点工作来抓,为此,该厂结合硅钢产品的特点,专门抽调两名计算机专业的年轻职工对公司原有的产销平台进行了挖掘和完善,并专门成立了技术服务办公室,对平台上的内容进行管理。

在这个平台上,技术服务办公室把从市场和用户那里直接获取的,以及间接获取的来自营销部有关用户需求的信息按照用户、用途、牌号、特殊需求整理分类、上传,技术质量科

再将用户的这些个性化需求,分工序提出具体的工艺控制要点。最后,也是最为关键的,以上所有的信息,要让作业区、班组人员实现全流程的共享。这样,用户的真正需求便一五一十地传递至班组,清楚地知道了用户的真正需求,班组操作人员干活时便可有可无的放矢、得心应手。

用户需求信息平台的搭建,让用户需求无障碍地快捷通行,各工序按照转化后的具体指标控制值和要求,组织安排生产,解决了长期以来存在的用户需求信息不对称、用户需求信息与具体生产操作“两张皮”的老大难问题,效果迅速显现。

某牌号硅钢的涂层表面合格率低,是长期困扰厂里的一个难题。过去厂里想了不少办法:一个工序一个工序地检查、一卷一卷地盯,一次次的试验分析,结果总不尽如人意。反复分析后发现,原来,用户需求信息在传递的过程中出现了偏差,甚至一些重要信息被漏掉了。在一些环节,用户的需求并没有得到响应。

用户需求信息平台的建立,让这一问题迎刃而解。“通过这个信息平台,我们对用户的需求一目了然,经过集体研究,我们创造性地采用了一种新方法,

使该牌号硅钢涂层表面的合格率一下子就提高了将近一倍。”冷轧硅钢厂退火二作业区一线职工孟宪华兴奋地说。

“现在,硅钢市场竞争日益激烈,用户的需求十分繁杂。满足用户日益个性化的需求成为今后的必然。在这种情况下,每一名职工的生产操作行为都对能否满足用户需求有着直接的影响。从这个意义上说,用户需求信息平台的运行,无疑是在全员与用户之间架起了一座快捷沟通的桥梁。”冷轧硅钢厂总工张文康这样说。

“让用户的需求进班组、入人心,班组职工在产品描述的一字一句中洞悉用户对产品的真正需求,了解用户在产品的使用中最想得到的效果,从而使职工每一步的操作都站到用户的角度想问题,精雕细刻,提高质量,这是我们一直要走的路。”冷轧硅钢厂厂长张润国说。

编后<<<

全员营销不是人人都去跑市场、搞营销,而是要让自己每一项工作都始终围绕用户需求开展,这才是真正意义上的全员营销。建立用户需求信息平台,让用户需求进班组,冷轧硅钢厂让“用户至上”核心价值观落地生根结果的生动实践,值得各单位学习借鉴。

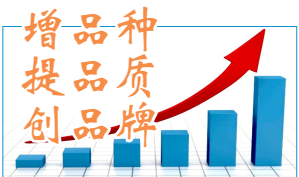
“两学一做”学习教育进行时

■特约记者 郭红梅 报道

本报讯 近日,能源动力总厂在全体党员中深入推进“两学一做”学习教育,进一步引导全体党员尽责至善,凝心聚力,为圆满完成各项生产经营任务提供坚强组织保证。

该厂以党支部为基本单位,以“三会一课”等为基本形式,以落实党员教育管理制度为基本依托,坚持“学为基础”“做是关键”等六项基本原则,分层级对党员干部需要解决的重点问题进行学习讨论。紧密结合公司“危机·信心·行动”大讨论、“弘扬工匠精神、争当能工巧匠”等主题活动,重点开展四项工作推进学习教育。一是开展“党员先锋行”主题实践活动。结合党员“争优”行动和“三个转化”实践活动,推进特色党支部和党员先锋岗创建活动,引导广大党员树立“我是党员我先行、我是党员我带头、我是党员我奉献”的意识,争当推动总厂发展的先锋。二是开展“夯基础强堡垒”创优活动。进一步健全党员档案、理顺党员组织关系、严格党费收缴标准,修改完善党建工作日常打分考核评价制度。三是开展“改作风见行动”整治活动。全面推进“六权治本”,从政治上保证企业廉洁发展。大力弘扬“马上就办、真抓实干”优良作风,解决不作为、不会为、不善为的问题,推进全面从严治党压力向基层传导。四是开展好专题组织生活会和民主评议。通过广泛征求意见,深入查找自身问题,严肃认真开展批评和自我批评,做到立说立行、真整真改。

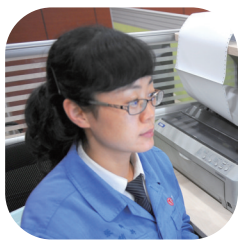
能动总厂围绕四个重点推进“两学一做”



我心目中的工匠精神

力求每一次服务都尽善尽美

营销部碳钢板材部综合员 张烨



在钢铁业遭遇“寒冬”的今天,重提“工匠精神”是我们生存和发展的必经之道。作为长期专注于不锈钢生产的特殊钢企业,我们亟须大力弘扬精益求精的“工匠精神”,在“做精”和

“精做”上下功夫,巩固和发掘公司的品种质量优势。要坚定“质量兴企”的价值追求不动摇,在增品种、提品质、创品牌上下大力气,将工匠精神融入到生产的每一个环节,打造出一流的产品,满足需求、引领消费。

作为营销人员,工匠精神体现在每一次的走访和为用户服务过程中。要提高用户满意度并使太钢产品深入人心,就必须大力弘扬一丝不苟、注重细节、精益求精的工匠精神,创新营销模式,注重服务用户的每一个细节,力求每一次服务都尽善尽美,把效率提到最高,把服务做到最好。

工匠精神重在“犟”

焦化厂南化产作业区技术员 张鹏飞



太钢经过几十年的风雨洗礼,已经发展成为世界著名的不锈钢企业。作为太钢大家庭中的一员,每个人都会因这个“家”而骄傲!当前,公司面临着严峻的市场形势,怎样才能加快实现提质增效、转型升级呢?关键是发扬工匠精神!

作为一名作业区的技术人员,工匠精神重在“犟”,对自己“犟”,对产品“犟”。在工作中要脚踏实地,不急不躁、不推诿不扯皮,以数据为支撑点,管控好每一个环节,才能保证产品质量。还要在提升产品质量中追求极致,一丝不苟、专注,不贪“眼前利”,不断优化生产工艺,实现品质的持续提升。

只有大力弘扬工匠精神,不断优化品种质量,持续提升客户满意度,才能实现“百年太钢梦”。

尽责至善是我们永远的追求

东山矿采矿作业区铲装班班长 梁晓俊



东山矿倡导工匠精神由来已久,人人都以敬业履职、技能娴熟为荣。

我认为发扬“工匠精神”,第一是要有责任感,每一项工作都应该尽职尽责去干好。第二是要有严谨的态度,干活一丝不苟、认认真真。拿我们

铲车司机做土挡来说,别看这是粗活,就是简单铲些土,堆个土堆的事,可也有很多角度、弧度等技术环节。只有认真严谨做好每一个细微环节,才能保证土挡质量。我们班修筑的下矿公路土挡,几年没被雨水破坏,就是我们从细节上力求严谨标准的结果。第三,也是最重要的一条就是精益求精。一件事已经干得很好了,能不能精益求精,干得更完美一些呢?尽责至善是我们永远的追求,这也是我一直以来苦练技术的原因。当然,我也因此得到了回报——多次获得矿山标兵、技术比武冠军、岗位技术能手等光荣称号。