

东山矿从细节入手推进5S提升

本报讯（通讯员 崔改丽）今年，东山矿持续推进5S工作，以基础工作精细化来促进现场管理提升。

竖窑作业区在学习贯彻东山矿职代会精神的基础上，深入领会两级公司及东山矿5S工作重点，认真部署2017年各项工作，将精细化管理纳入5S工作全过程，通过细节变化提升现场管理水平。

首先，完善细化管理体系，通过对标找差距，吸收借鉴其他作业区的管理新思路、新方法，逐步完善自己的体系，补漏洞和短板，形成有效的闭环管理。系统化实施各项管理标准，细化5S责任区划分、清扫标准、管理和评价办法，逐级制定年度、季度、月度工作和培训计划，实行5S工作日清月结，并通过问题库跟踪任务完成情况。同时，配套开展岗位练兵、竞赛评比、层级上岗检查、班组评价等活动，使5S工作逐步实现精细化管理。

其次，抓细节，提升现场管理，发挥5S管理对其他专业管理的推进作用，对现场发现的跑冒滴漏、设备隐患、人员行为等问题，透过现象找本质，由表及里发现问题，并针对性地制定专项整治措施，为六源治理和检修现场管理起到了很大的推进作用。从细节入手，给每一台设备、每一个区域、每一个手机接听点都编了号，专人负责，定期维护检查，并建立数据库，实现现场管理无死角，定置无盲区。同时逐步完善“一区一图一标准”，推进可视化管理，实现视觉显示信息标准化。

该作业区将5S管理作为最基础工作来抓，并做细做实，本质化地解决了现场问题，且有效可控，从根本上打下了坚实基础，将各项管理工作推上了新台阶。



小创新赢得大效益

——记身边的工匠达人葛玉明

通讯员 郭年珍

葛玉明是能源动力总厂精带作业区制氢班的班长，多年的班组管理经验，使他养成了留心身边事的工作习惯。每天的巡检、检修、维护等工作中，总是在有意无意中排除一个个影响设备安全运行的故障点。虽不是什么大“工匠”式的人物，但却也在工作中努力践行着工匠精神。

工匠精神就是真正用心把工作做好

制氢区域空压机每到春夏之际打开卷闸门通风运行时，一团一团的柳絮总会被空压机进风口吸进去，然后集聚的柳絮就会牢牢地缠绕在空压机内空气滤网上，从而导致空压机散不出热，会因温度升高而自动停机。每月两次的清理对葛玉明来说不算什么大事，但频繁的启停设备和清理、更换空气滤芯，让他有了为空压机加扇通风窗的想法。

于是他自己找来了绿色的纱窗，根据空压机两侧进口大小裁好尺寸，在格栅内加装一层纱窗用螺丝固定后，果然有了好的效果。空压机格栅处虽然每天也会

聚集柳絮，但即使是在设备运行中也只需用小刷子轻轻一扫，柳絮就会扫下来，避免了要停机处理空压机空气滤芯的繁琐程序，不仅为空压机空气滤芯增加了保护屏障，而且减少了设备停机频率，也节省了更换空气滤芯的费用。他用行动诠释，工匠精神就是真正用心把工作做好。

工匠精神就是把每件小事做到精益求精

制氢设备投入运行以来，制氢车间操作盘上有两个事故按钮，日常操作和记录数据时，非常容易误碰。葛玉明看在眼里，想在心上，从废钢堆里拣了两块薄钢片，自己下料、自己裁剪，用螺丝固定在操作盘上，为了避免锋利的护罩边划伤岗位人员的手，又把塑料管剪开套在两个事故按钮的边上，既实用又美观，还有效保证了设备和系统的安全运行。在他看来，工匠精神就是把每件小事做到精益求精。

工匠精神就是能带领好一个集体

作为一名党员班长，葛玉明

成为党支部的“选育树”重点培育对象，一方面发挥党员班长的优势，在班组中开展TPM自主管理，每月组织班组人员申报TPM改善提案和5S改善提案，踏实的工作在群众中树立了威信，另一方面结合岗位实际开展班组自主培训，让人人参与TPM单点课程培训、每周三轮值安全员活动、应知应会抽考培训、组织开展应急演练等，认真落实公司“0123”安全理念，他自己和班组每一个成员都有一本厚厚的学习笔记。在提升班组人员处理突发事件能力的同时，也凝聚了班组的力量。他带领的团队多次被评为公司和厂“先进班组”，他用事实证明，发扬工匠精神就是能带领好一个集体。

古今中外手工艺的匠人们从来不多求快，只在小的细节上深思熟虑、仔细斟酌。葛玉明如同匠人一般，在自己平凡的岗位上孜孜不倦，精益求精，以责履职的责任心和端正严谨的工作态度，与班组成员一道努力实现能源介质的安全保供。

采购部采购计划实现精准管理

本报讯（通讯员 乔鸿义）围绕如何完成今年降本增效指标，采购部严格采购计划管理，从计划源头做起，对使用单位提报的计划实行精准管理，从多方面采取措施，确保全年指标的完成。

该部加强采购计划审核，审核月采购计划费用指标是否超标，分析原因，掌握情况，并逐月跟踪各单位指标完成情况，加强过程控制。同时，规范采购计划要素，包括图纸、规格型号、执行标准等关键要素。加强计划申报管理，计划员增加深入现场频次，参与计划的收集、申报，把工况需求落实准确。对通用类、电

气类资材产品，开展专业厂商围绕产品基本选型参数的业务交流，实现计划提报靶向精准。加强计划与库存管理结合，盘活资材积压库存，通过信息共享平台，在各使用单位提报计划后，审核库存产品是否可利用，对可利用资材进行出库利用。通过对二级单位的计划评价考核，确保当期库存不形成新的积压。加强计划跟踪管理，每月对计划执行情况进行分析，落实原因，提高保供水平。加强计划基础管理，规范资材物料编码管理，制定新的物料编码编制规则，通过采取这些措施，促进计划管理水平的提升。

面对市场新信息、新机遇，营销部碳钢板材部多种途径宣传推介太钢热轧卷板新产品。图为营销人员在北京波纹管行业标准审定会上，利用行业平台向参会重点企业及行业专家推介太钢产品。

营销部 提供

一则寓言故事的深思

通讯员 贾燕钧

有一个国家有两个好木匠。有一天国王出了一道题，想让他们决出胜负来。国王要求两位木匠各雕一只老鼠，看谁雕得逼真。第一位木匠的老鼠做得栩栩如生，令国王赞不绝口。而第二位木匠做的只有老鼠的神态，没有老鼠的形貌。当国王正要宣布第一位木匠胜出的时候，第二位木匠不服，提出要找一只猫来鉴定谁的更像。当找来一只猫的时候，这只猫毫不犹豫地扑向了第二只老鼠。于是“全国第一”的称号给了第二个木匠，国王问他，用什么办法让猫认为他的更像老鼠？他答道，我是用鱼骨雕刻的老鼠。

营销分析：从刻鼠的木匠分析，我们要很清楚自己产品的对象是谁，要非常清晰地了解太钢产品面对的对象是谁，客户想要的是什么。如那只猫，他无法判断木匠的手艺是好是坏，但却可以肯定哪个木匠手里的东西是自己喜欢并且想要的；对于营销来说，如果能真正了解客户需求并提供有效的产品和服务，还有什么做不到的呢！看看乔布斯的哲学：“做正确的事”。成功的人并不一定是技术做得最好的人，往往是最了解顾客需求的人。因为只有逻辑做事才能更符合事物本身的规律。做营销也是如此，我们必须贴近客户的需求，用客户的视角观察

并用客户的行为方式去推广产品，迎合客户的心理需求，这或许才是营销的精髓。

营销感悟：其实做人也好，推广产品也罢，市场专员均需要划分目标客户和潜在客户，针对目标客户重拳出击，了解其内在的需求，更多的时候从客户角度出发，这样才有机会把控营销，做好市场。



网络排查

峨口铁矿自动化室以“提高效率是企业发展的永恒的主题”为指引，对照岗位责任制，本着精细化的工作态度，以“及时、高效”为工作目标，用实际行动保障生产系统稳定运行。图为该室技术人员正对枢纽网络通讯站进行检查维护。

赵冬梅 摄