

太钢核心价值观

以人为本 用户至上

质量兴企 全面开放 不断创新

## 公司领导为高温岗位职工送清凉



图为高祥明在炼钢一厂慰问炉前高温岗位职工。白治斌 摄

本报讯(记者 陈岩 陈强 薛华)7月23日是农历二十四节气中的“大暑”。当天,公司领导深入生产一线,看望慰问高温岗位职工,送去公司党政的关怀,向大家致以亲切问候和崇高敬意。

太钢集团党委书记、董事长、总经理高祥明, 党委书记、副总经理柴志勇, 公司工会主席曹志福来到焦化厂炼焦作业区AOD炉前和炼钢一厂不锈钢冶炼作业区,看望慰问高温岗位职工,并送去慰问品。高祥明代表公司党政向奋战在一线的广大职工表示衷心感谢。他说,太钢取得的每一分成绩都离不开全体干部职工的共同努力,尤其是一线职工的辛勤劳动。太钢拥有一支信念坚定、忠诚担当、勤勉敬业的

职工队伍,这是公司最为宝贵的财富。希望大家进一步发扬奋斗精神、劳模精神、工匠精神,立足岗位,精细操作,不断为公司高质量发展贡献力量。高祥明指出,以人为本,特别是以奋斗者为本是公司企业文化的重要内容。让每一名职工都能安全、健康、快乐工作是公司最大的心愿。今年,雨水多,湿度大,高温持续时间长,防暑降温工作任务重。希望各单位认真做好防暑降温工作,关心爱护每一名岗位职工,千方百计为一线职工创造更好的生产、生活条件,让广大职工健康、愉快地投入工作,确保安全、高效生产。一线职工要保重身体,注意休息,把维护自身安全和他人安全放在首位,以充沛的精力健

康工作,安全工作。

太钢集团专职党委副书记、副董事长韩瑞平, 党委书记、纪委书记高铁, 党委书记、太钢副总总经理谢力来到炼钢二厂冶炼二作业区、不锈钢线材厂高速线材生产现场和热连轧2250精整作业区罩式炉现场,看望慰问工作在高温一线的职工,并将慰问品送到他们手中。韩瑞平感谢广大职工为公司发展作出的贡献。他说,当前正值盛夏时节,一线职工战高温、斗酷暑,不畏艰难,精心操作,为公司生产经营建设作出了重要贡献,取得了可喜成绩,希望广大职工再接再厉,团结一致,用非常之力,下恒久之功,做好下半年工作,全面完成今年各项目标任务。韩瑞平还要求各单位做好防暑降温 and 后勤保障工作,为职工创造良好的工作环境。

太钢集团党委书记、副董事长张志方, 党委书记、太钢副总总经理高建兵来到炼铁厂高炉作业现场、能源动力总厂动力作业区、加工厂渣场不锈钢渣热焖处理线,看望慰问高温岗位职工,为他们送上慰问品。张志方感谢一线职工的辛勤付出。他说,烈日炎炎,热浪滚滚,一线职工不惧高温,坚守岗位,精心操作,充分体现了太钢人不怕困难、艰苦奋斗的优秀品质和敢打硬仗、能打胜仗的优良作风,希望大家再接再厉,以更加饱满的精神状态完成好全年生产任务。张志方还要求各单位加强管理,确保防暑降温措施落实到位,保障安全生产。

高温岗位职工感谢公司领导的关心,表示一定牢记嘱托,不辱使命,按照公司高质量发展要求,全力做好本职工作,全面完成各项目标任务,为公司交上一份满意答卷。

公司相关副总级领导及相关专业部门负责人分别参加上述活动。

本报讯 7月19日,第五届中国企业传媒与品牌传播年会在贵阳举行。太钢荣获“融媒体语境下最具品牌传播力企业”,全国共有31家企业获此殊荣。

此次大会聚焦“融媒体语境下的企业文化与品牌传播创新”主题,来自全国各行业的360家企业的460多位代表及专家学者,共同探讨在新兴媒介技术推动下,企业文化与品牌传播的新方式、新策略。会上,太钢集团专职党委副书记、副董事长韩瑞平作了题为《准确把握媒体融合发展趋势,扩大太钢品牌传播力和影响力》的经验交流,得到与会代表的广泛关注和一致好评。

互联网技术和新媒体的快速发展,对依托传统媒体推进企业品牌传播带来了新变化和新挑战。太钢因时而进,因势而新,主动适应媒体融合新趋势和公众接受信息的新方式,坚持流程再造,构建起由报纸、电视等传统媒体和“两微一端一报”等新媒体组成的融媒体传播方阵;坚持借力传播,依托影响力广泛的中央及省市媒体进行传播,实现资源价值利用和传播最大化,扩大太钢品牌效应;坚持用户牵引,与用户一同讲述太钢品牌故事,传递品牌声音,延伸品牌传播触角;坚持内容为王,积极创作既有品质又符合公众新习惯的作品,增强品牌的传播吸引力;坚持公众参与,积极探索公众参与互动的方式和途径,不断求新求变求突破,提升品牌传播生命力。

(本报记者)

太钢荣获「融媒体语境下最具品牌传播力企业」

## 我的奋斗幸福观

——记太原市时代新人获得者、物流中心首席机车技师魏江

本报记者 申文丽

在物流中心,见到登上太原市6月“时代新人榜”的机车司机魏江,记者不禁问:能当选时代新人到底意味着什么?魏江想了想,拿出了自己的荣誉证书。

证书上这样写道:魏江同志,经推荐,您荣登2018年6月“时代新人榜”,感谢您为时代新人代言,您的奋斗为我们作出了榜样。

得知同学荣登“时代新人榜”,同为物流中心机车司机的牛荣鹏向记者透露了魏江的秘密:上学时,魏江就是个火车迷,他热衷收集各种火车的资料和模型。

电影中的蒸汽机车,一路鸣笛,拖着长长的白色蒸汽,是人

们踏上征程,奔向梦想的象征。魏江也是这样一个追梦人,他从小喜欢火车,酷爱看电影《铁道游击队》,梦想着长大后当一名威风的火车司机。从技校机务专业毕业后,魏江走进太钢成为一名蒸汽机车司机,终于梦想成真。

兴趣是最好的老师。工作后,魏江谦虚求教,潜心钻研技术,在师傅们的传、帮、带下很快熟练掌握了操作要领。然而,真正接触到蒸汽机车,承担起太钢运送原料物资的重任,魏江才逐渐认识到,当好一名机车司机,不仅仅是能开好车那么简单。

一次,驾驶的机车突然半路停车,情急之下,魏江只得向调度汇报。他清楚地记得,来处理故

障的师傅到现场观察了一下,指导他动了几个部位,车就动了起来。这件事对魏江的触动很大。

从那时起,魏江将业余时间都放在了学习上,认真研究蒸汽机车容易出现的故障点和判断方法。“也不知道从哪儿来的动力,有时看起来,经常到凌晨一两点。”魏江回忆着。

2000年,公司决定将蒸汽机车逐步替换成内燃机车。新型机车需要全新的知识。魏江像当年一样,又从头开始学习内燃机车的理论和操作知识。“刚开始觉得很难,因为是两种不同动力驱动的车型,构造差别很大。不过学着学着,就有了兴趣。”魏江说。

(下转第三版)



上半年,通过调整品种结构,型材厂重点品种轧制车轴、轧制纯铁、快锻铁路用钢的产销量大幅增长,效益显著提升。图为职工吊运快锻产品。王旭宏 摄 程峰文