

“三降两增”大家谈——

坚持节能理念 落实专项整治 查弱项补短板 全面推进“三降两增”工作

编者按

去年以来,复杂的国内外经济形势和严峻的疫情形势,对中国宝武生产经营各方面提出了更高的要求和挑战。为此,中国宝武对“三降两增”专项工作提出了具体要求,强调这是全集团各个业务板块、各家子公司实现全年稳增长目标的重点工作方向,要求各单位要全力以赴,常态化、体系化推进“三降两增”,全面对标找差,持续提升效率效益,建立长期持久的竞争优势,加快推动企业高质量发展。

为快速落地落实中国宝武关于推进“三降两增”重要工作的要求,营造干事创业氛围,掀起降本增效热潮,我们请部分单位干部职工员工谈一谈在立足岗位开展“三降两增”行动中的认识和实践体会。

系统性推进设备、能源降本

太钢炼铁厂设备能源室主任 李晋东

今年上半年,炼铁厂设备能源室全面坚持对标找差,以最优投入、极致效率、价值创造为目标,深化设备管理,不断推进极致能效,优化能源效率,强化能效新技术的推广、创建能效标杆单位。全面落实“一切成本皆可降”的理念,系统性推进设备、能源降本。同时将持续强化有组织排放,不断优化无组织排放控制,利用各种技术手段加强环保管控,结合国家超超低排放的相关要求,严格落实相关技术改造和参数控制,按时间节点推进。

在设备领域,将依托两大平台(智慧设备管理平台、智能远程运维平台)的全面应用,完善设备管理体系。严格按“标准统一、资源共享、专业支撑、区域负责”的原则进一步深化区域全流程负责制管理模式。聚焦推进三个一体化(操检维一体化、维护智能化、管理智慧化),以降故障(效率)、降费用(价值)、强体系为核心,继续完善操检合一管理模式。强化全员设备点检,加强对岗位点检

人员的培训及现场核查,毫不动摇地继续全面实施远程运维项目,强化故障考核体系的应用。优化烧结、高炉系统定修模式,强化翻车机机会维修。毫不动摇推进备修业务功能承包,合理控制库占,强化备件前移检验管理及备件技术约束。同时全面建立检修综合评价体系,强化费用与质量的挂钩体系。大胆推行机器人项目,减少人机接触,提高效率。系统性地落实检维修、资材采购降本。

在能源领域,以工序能耗标杆创建为契机,坚持最少的消耗,最大化的回收,在管理流程、设备功能精度、结构配置环节找到突破点,并一贯到底、落实整改。坚持“节能”是第一能源的理念,大力实施系统节能、结构节能和技术节能,不断提升能源利用效率。

在今后的工作中,炼铁厂设备能源室将坚持问题导向,对标挖潜,落实专项整治,坚决完成设备、能源系统降本指标,持续环保双A绩效保持。

“三降两增”持续发力 节能降耗落地有效

太钢万邦公司冶炼作业区炉前工 成志杰

自去年以来,面对国内外复杂的经济形势和严峻的疫情影响,我们钢铁企业也面临着极大的考验。由于市场行情持续走低,竞争日益激烈。为全力应对严峻的行业形势,在逆境中求生存,打好“三降两增”翻身仗,太钢万邦公司对“三降两增”工作作出如下部署。

一是增产增效方面。为全面落实“三降两增”工作,成立专业炉料技术攻关小组。对矿热炉炉料配比精心研究、精益求精,对产品质量做严格要求,层层把关;并对炉况做到及时调整,保证了矿热炉的顺利运行,达到稳产高效。二是在管理方面。冶炼作业区制定高标准、高要求的“一人一表”责任指标,将指标任务细化到每一位职工,并对班组制定了详细的目标要求,针对每班的产量、电耗、矿耗,其他辅料使用情况都进行排名,做到奖罚分明,极大地提高了大家的工作积极性。三是对各方面辅料及消耗品的极致管控。针对单炉的消耗品辅料如:钻杆、炮泥、钻头、氧管等都做到了记录在册,形成消耗品使用闭环管理。

在今后的工作中,我们要持续加强职工过紧日子的思想教育,继续坚持将“三降两增”工作落到实处,在每位职工心中形成一种思想信念,团结奋进,走出困境。

降本控费强管理 提质增效促发展

太钢营销中心不锈钢一部营销员 刘 瑛

面对当前严峻经营形势,中国宝武提出钢铁单元“三降两增”的战略举措,集团公司要求各单位,要全力以赴,常态化、体系化推进“三降两增”,全面对标找差,持续提升效率效益,建立宝武长期持久的竞争优势,为全面完成年度经营目标,推动高质量发展奠定坚实基础。

深入理解“三降两增”重要意义,提高政治站位。营销中心全体员工深刻认识到做好“三降两增”工作是中国宝武落实中央稳增长要求、确保全年生产经营目标实现的重要举措和重要抓手,切实增强政治判断力、政治领悟力、政治执行力,将思想和行动统一到“三降两增”专项工作要求上来,营造干事创业氛围,掀起降本增效热潮,面对当前市场严峻形势,上下同欲、砥

砺前行,积极做好应对困难的长期准备。

精准把握“三降两增”工作要求,全力以赴打好攻坚战。面对钢铁市场持续呈现“需求偏弱、价格下跌、利润下滑”的不利趋势,营销中心全体员工苦练内功,自我变革,重新审视业务的各个环节,把“三降两增”的效益体现在经营效益里,千方百计提高经营质效,拓展提质增效空间。一是持续对标找差,提升经营绩效,强化管理对标,持续推进产品对标。二是深化产品经营,实现市场引领,深化产品经营战略,提质新产品、新领域开拓,整合重大工程项目开发。三是推动改革创新,增强管理体系能力,提升服务客户水平。四是加强平台建设,优化营销渠道,建立“产品销售、利润创造、客户服务”的平台。

扎实推进“三降两增”专项行动,坚持“一总部多基地”管控模式。加快推进“总部策划+属地经营”的矩阵管理模式,自觉将“三降两增”工作总体部署和要求抓在手上、扛在肩上,确保“三降两增”目标任务完成。深化管理覆盖,推动各基地资源、价格、渠道、客户、互供料的五统一管理,实现流程效率和资源效益最优,为营销一体化管控奠定基础。增强协同创效,统筹考虑各基地产品定位、市场分工及区位优势,充分发挥各基地渠道、产品及制造能力,积极稳妥地推进多品牌战略,深化市场协同、渠道共享及服务协同,快速释放多基地制造潜力。

面对新形势新任务,营销中心全体员工增强危机感、紧迫感,牢牢树立过“紧日子”观念,不断苦练内功坚决打赢降本增效攻坚战。