

太钢炼铁厂

「四教育」「四不走」保安全

本报讯(通讯员 曹素辉)太钢炼铁厂三烧作业区坚持落实“四教育”“四不走”的安全措施,向违章和隐患宣战,誓夺全年安全生产全面胜利。

“四教育”是:坚持有声有色、富有成效的超前教育,做到预防为主、防患未然;坚持不懈开展日常教育,严格落实每周三的安全活动制度及各种安全学习、教育、培训制度;举行有重点的阶段性教育,根据各时期重点,突出阶段中心和特点进行教育;充分利用“三违”人员学习班及“家协”“小卫士”等劝导活动,搞好对重点人物及有“三违”倾向人员的帮助教育工作。

“四不走”是:职工下班时没有质量验收不走;有隐患不处理或处理不彻底的不走;接班人员未接班或交班人员交班不清楚的不走;现场检修时岗位工人不监护的不走。



东山矿持续强化生产作业区重点区域、重点设备的安全检查和隐患排查工作,通过作业区自查和专业科室专项检查的方式,将设备问题隐患消除在萌芽状态,为平安稳定祥和地过节打下了坚实基础。图为成品作业区岗位人员开展设备隐患自查工作。

穆建宏 摄 高爱忠 文

锚定价值创造
奋力跑出发展加速度

(上接第一版)要持续推进效率提升,打造差异化综合竞争力。要通过不断的精益运营和技术创新,实现“高质量”和“高效率”的有机统一,把产品差异化和效率差异化同时做到最好,形成难以复制的差异化综合竞争力。要紧盯产线效率提升这个关键,进一步提高资产效率。同时,要不断提升资金效率、劳动效率,关注资源、能源利用效率优化和提升。

信心是干出来的,成绩是拼出来的。回望宝武的发展史,宝武就是在不断攀峰越岭、爬坡过坎中保持基业长青的。只要我们勠力同心、奋发有为、千字当头,努力提升价值创造能力,就一定能书写宝武新的更大荣光。

深化算账经营 跑赢开盘第一棒

(上接第一版)强化协同稳质量,结构优化降成本。2025年1月该厂发挥配煤小组组长单位作用,强化与采购中心协同,预判市场价格走势,抓住省内煤价格下行周期,扩大低价煤资源使用比例,降低肥焦煤比例的同时优化焦煤内部结构。同时严把进厂煤质量关,持续完善飞检和进厂煤结焦性能评价工作,为稳质降本提供

了保障。

技术与管理相结合,降低消耗减成本。该厂针对2024年生产经营存在的问题,针对性制定改善措施,通过“工艺优化”技术措施和创新“日日读”管理机制相结合,确保降本措施落实落地。1月份在生产资材、能耗、费用和回收等方面主动发力,全面落实工艺操作再优化、资材消耗国产化、节能措

施清单化等措施,实现真金白银降成本。

稳定生产多出炉,实现增产降本。该厂以“满足高炉用料需求、保高炉稳定顺行”为目标,持续优化焦炉生产操作,稳质增产保大高炉需求、减少小高炉外购焦量,通过调整炉修计划保多出炉,实现增产降本。

(焦化厂)

(上接第一版)年前,太钢集团党委书记、董事长吴小弟调研技术中心,指出当前钢铁行业处在减量调结构发展阶段,以前我们习惯于拿着望远镜找兼并对象、找新地方建厂、上新项目,现在以规模论英雄的时代已经过去,我们要变望远镜为放大镜,深度挖掘客户的潜在需求,真正走出一条质量、品种、效益型的高质量发展之路,并重点提出了“懂技术、会营销、善算账”的九字科研方针。董事长对科研工作的精准定位和寄予的厚望在技术中心广大科研工作者中引起了强烈反响,大家纷纷结合各自负责的品种和研发方向,全面梳理工艺路线、产品成分、性能余量,着眼产品全生命周期,精细算账,开展低成本设计,技术降本、技术营销的氛围空前高涨。

2月7日,技术中心召集B层级以上管理人员和所有科研人员举办了落实董事长调研技术中心重要讲话“懂技术、会营销、善算账”暨科研优秀案例分享会。会上来自不锈钢研究所、硅钢研究所等部门的6名科研人员代表分享了技术营销、算账经营的案例和体会。

不锈钢研究所副所长、主要从事铁素体不锈钢产品研发及工艺优化工作的杨永超分享了他对“懂技术、会营销、善算账”的认识:夯实技术基石,技术过硬才能为营销和算账做好支撑。提升算账能力,由工艺降本、合金降本逐渐向最具竞争力成分设计、工艺设计转

变;由管生产过程到管产品全生命周期转变;由只关注开发量到开发量与盈利能力齐抓共管转变。

硅钢研究所取向硅钢研发师侯鹏飞分享了他们以客户为中心开展科研工作的心得,认为技术营销就是要为客户创造价值,从客户最大的需求转换至客户最迫切的需求,为客户解决难点、痛点,与客户高效协同,共同开发推进产品升级,实现双向奔赴。

不锈钢研究所不锈钢线材研发师田奇分享了他们2024年开发的高端手机用不锈钢线棒材、铁铬铝线材等25个牌号的线棒材新产品实现销售利润2650万元的经验做法,生动诠释了技术支持营销、算账经营取得的显著成果,值得大家借鉴和思考。

不锈钢研究所新能源用不锈钢研究员李阳从科研人员的职责分析了“懂技术、会营销、善算账”三者的关系,提出“技术研发不是自娱自乐,必须始终以市场需求为导向”,“营销不是销售的专利,科研人员必须成为‘价值翻译者’”,“跳出‘技术参数思维’,学会用客户的语言讲述技术故事”,“科研人员的角色要从‘后台开发者’转变为‘前线问题解决者’,营销思维要贯穿技术研发全周期”,“不以经济效益为目标的技术

创新是空中楼阁”等观点新颖恳切,引发了在场技术人员的共识。

热轧研究所高强结构钢研发师王世海分享了碳钢板材降本的工作思路、方法,并通过耐磨钢新产品低工艺成本设计,耐候钢、高强钢合金降本,中板在线工艺代替离线工艺等算账经营案例,让大家看到了低成本设计、算小账、算细账的巨大降本潜力。

长材研究所首席工模具钢研发师陈建礼认为,懂技术是科研技术人员的根本,工艺技术创新、新产品开发均基于深厚的技术功底;实业有专攻,每个人不可能精通所有的技术领域,团队成员充分发挥各自的技术优势、协同合作是攻坚克难的法宝。会营销要根据自身技术、装备、生产成本优势,合理规划产品、技术创新的发展方向,同时通过技术营销实现差异化产品开发和研究成果的市场化,提升产品价值。善算账要从产品开发的成分设计、技术及工艺路线设计开始,在算好内部账的同时,也要为用户利益算账,实现共赢。

技术中心表示,下一步他们将从三个方面认真落实科研九字方针,助力太钢在精益制造、算账经营中实现新突破。一是聚焦产品经营,实施超价值

化研发。技术中心作为公司产品 and 工艺技术研发主体单位,围绕以产品价值化为牵引的高盈利产品规模化这一科研主题,面向市场和现场,全面性梳理哪些产品能够盈利、已盈利的产品如何快速规模化,市场亟需哪些产品等问题,策划调整具体研发措施,确保科技创新对公司生产经营的贡献率提到更高水平。二是聚焦特色产品,培育发展新质生产力。通过对标找差、快速消差、扬长补短,深度挖掘价值创造范畴内的科研能力,快速研发不锈钢和高端特钢具有原创性、突破性、引领性的技术。全力支持并深度参与公司产销研一体化实体化建设,从优化钢铁材料市场供给侧入手,有计划地实施价值化产品的二次开发、三次开发,有效促进公司高端和特色系列品种的创效能力提升,走出一条具有太钢特色的高质量、低成本、差异化发展的道路。三是聚焦平台建设,锻造不可或缺的驱动力。充分发挥好创新平台在政策机制、集聚资源等方面的优势,全方位多维度地加快践行高水平科技自立自强使命的步伐,提升公司以不锈钢为重点的产品技术、质量标准、检测方法,在行业高质量发展中的创造力、影响力和引导力,以及公司在国内外市场投放产品的含金量 and 含新量,使之成为中国宝武和太钢集团加速实现战略目标不可或缺的驱动力,并开拓出具有超强综合竞争实力的事业前景。

技术营销破冰 算账经营赋能