

## 女人如水

文 | 崔静红

水,是生命之源,温柔而坚韧,滋养着世间万物。女人亦是如此,她们以无尽的爱与关怀,为家庭、为社会注入温暖与活力。她们在家庭中扮演着多重角色,母亲、妻子、女儿。她们用细腻的情感,如同涓涓细流,滋润着每一个家庭成员的心田。她们的爱,无私而伟大,不求回报,就像水一样,默默付出,只为滋养他人。

水似柔情,如女人的温柔,像春日的暖阳,温暖而明媚。在与人相处时,她们总是以和善的态度,如春风织雾般化解矛盾与冲突。她们的言语,如潺潺溪流,轻柔而悦耳,给人带来心灵的慰藉。她们的微笑,似春日的花朵,绽放着无尽的美丽与芬芳。她们的这份温柔,不是软弱,而是一种力量,一种能够包容世间万象的力量。

水的深邃而灵动,如女人的智慧。她们善于观察,能够敏锐地洞察到他人的需求与情感。她们用自己的智慧,化解生活中的种种难题,为

家庭和社会带来和谐与稳定。她们的智慧,不是简单的机智,而是一种对生活的深刻理解和感悟。

水拥有的坚韧与顽强,如女人对生活态度。在面对生活的挫折与困难时,她们从不轻易言败。她们如同奔腾的江河,勇往直前,不惧艰难险阻。她们如同藤蔓绕石,在困境中展现坚强与毅力。她们用自己的行动证明,女人并非弱者,她们有着不输于男性的勇气与担当。她们在职场上拼搏奋斗,在生活中努力前行,用自己的智慧与汗水,书写着属于自己的辉煌篇章。

上善若水,水利万物而不争。女人的品性,正是对这句话的完美诠释。她们以无私的爱与关怀,滋养着世间万物;她们以坚韧的毅力,面对生活的挑战;她们以深邃的智慧,感悟着人生的真谛。她们从不与他人争名夺利,只是默默地奉献着自己的一切,为世界带来真、善与美好。

## 太钢集团开展经营者专题研修

(上接第一版)第二阶段为分组研讨阶段,分六个小组进行研讨,在模块学习的基础上,聚焦当前公司面临的重点难点问题,形成针对性操作性强的具体行动方案。第三阶段为成果发布阶段,由各研修小组汇报研修成果。公司领导就研修成果进行点评。

吴小弟在总结讲话中指出,这次研修有效提高了大家对营销工作的认识水平,建设以客户为中心的运行体系有了更加坚实的思想基础。就做好下步工作,吴小弟指出,一是要认清形势,主动作为,创造价值。要充分认识到钢铁行业所面临形势的严峻性和长期性,主动适应,主动改变,以重塑客户运行机制为抓手,以真正为客户创造价值为出发点和落脚点,为企业争取盈利空间。二是要把产销研充分协同起来,共同发力破解服务客户当中遇到的难题。要做好前期策划,没有真正有效的前期策划,产销研高效协同就是一句空话,生产控制计划也会脱离实际。要从认识客户的需求开始,统筹考虑质量、成本、交货期等关键影响因素,确保各个岗位对客户认识一致,标准一致,行动一致。三是营销、技术、采购、经营、运行五大中心要真正发挥专业作用,为以客户为中心的运行机制提供专业保障。要眼睛向内,加强专业能力,各尽其职,只有每个专业都做强,才能为产销研高效协同打好基础。四是以客户为中心的运行机制建设,要与深入学习贯彻中央八项规定精神学习教育和中国宝武第二次党代会精神、诚信文化建设相结合。诚信不仅是道德标准,更是维系客户关系的核心,要发扬实干精神,拒绝将就敷衍,答应客户的事情就一定要想方设法做到,让客户放心,让客户对我们的企业有信心。五是要强化激励机制,推动干部担当作为,激发员工干事活力。要优化完善组织绩效评价工作,保证绩效评价体系以客户为中心的运行机制有效匹配,为太钢全面强化以客户为中心的运行机制,提升企业核心竞争力提供制度保障。

李华表示,营销是企业主要的经营活动。营销不是简单的销售,而是产销研全流程为客户服务,满足客户需求的过程。营销的核心问题就是全员要围绕客户需求,为客户作贡献。站在这个思维高度思考问题,就可以避免很多企业内耗。要进一步统一思想,转变观念,通过各种形式的宣传形成文化共识,把以客户为中心的思维落实到生产经营的每个环节。要深入开展创新和改善活动,各部门、各单位每月都要总结创新和改善成果,在不断的创新和改善中提升效率,提高客户满意度。要及时总结研讨过程中的新思路和好方法,形成这次研修成果的行动计划方案,持续推动,快速落地。

## 太钢不锈发布全省首个估值提升计划

(上接第一版)今年,为实现投资价值提升,提高股东回报能力,太钢不锈将采取多项具体措施。提升经营效率和盈利能力,坚持做强做优不锈钢产业的发展定位,提升核心竞争力,推动高端化发展跃升新水平;提升智慧制造应用能力,推动智能化发展迈出新步伐;加快绿色低碳转型升级,推动绿色化发展迈上新台阶等。太钢不锈持续剥离盈利能力差的资产、盘活闲置资产,对不符合长期发展战略、没有成长潜力或影响盈利能力的资产进行剥离,对闲置资产进行盘活,提高资源配置效率,提

升资产质量。

太钢不锈将积极实施现金分红,在未分配利润为正且当期净利润为正,现金流满足正常经营需要且无重大投资计划的条件下,坚持以现金分红为主的原则。在有条件的情况下,可以进行中期利润分配。根据经营状况和财务情况,太钢不锈在满足现金分红条件的基础上,拟在今年半年度或前三季度实现的可分配利润为正值,且累计可供分配利润为正值的前提下,实施一次中期分红,稳定投资者分红预期。

(本报记者)

## 太钢召开工会品牌成果发布暨“三最”问题经验交流会

(上接第一版)技术中心、岚县矿业公司、山东鑫海3家单位进行了“三最”问题金牌案例经验交流。

孟永全在讲话中说,这次会议不仅是一次对过往工作成效的总结与回顾,更是为下一年各级工会品牌工作指明方向、凝聚力量的关键契机。3月3日上午,吴小弟书记、董事长详细听取了工会的工作汇报,强调如何照顾好员工,满足他们合理诉求,是工会工作的重中之重。在过去一年中,技术比武、劳动竞赛、钢花杯等各级工会“一工会一品牌”硕果累累,基层活力竞相绽放,“三最”问题持续发力,以真情赢得职工信赖。2025年,是“十四五”规划的决胜之年,公司工会工作将围绕“服务大局、服务职工”这一目标,紧紧围绕生产

经营中心任务,按照“四化”“四有”要求,不断夯实“11255”工作体系,坚持问题导向、结果导向,深化品牌引领,聚焦“三最”攻坚,努力推动各项工作再上新台阶。下一阶段工作一是要深化“品牌”工作,铸就职工心中的“工”字招牌;二是“三最”问题要“抓精准、求实效”,形成长效化机制;三是创新驱动要“数字化、接地气”,增强职工参与感。我们要团结动员全公司广大职工群众,坚定信心,振奋精神,以更加务实的思路举措、更加高昂的精神状态、更加扎实的工作作风,推动工会工作开创新局面、迈上新台阶,为加快建设全球最具竞争力的不锈钢全产业链高科技企业再立新功,以优异成绩向中华全国总工会成立100周年献礼。

## 采购中心(太钢国贸): 深化大数据监督 管理再升级

(上接第一版)通过运用前沿的数字化技术,实现对采购中心商流、物流、资金流以及信息流的全方位、全时段在线监督,构建更为完善的监督体系,推动采购管理工作向智能化、精细化方向迈进。

会上,欧冶工业品的专家从多个维度对大数据监督进行了深入剖析。他们详细阐述了推进大数据监督的时代背景,强调了在当前复杂多变的市场环境下,大数据监督对于提升采购管理透明度和合规性的必要性。此外,专家们还分享了在大数据监督领域的实践经验和成功案例,并对大数据监督平台的功能和操作流程进行了直观演示,让与会人员对平台的运行机制有了更为

清晰的认识。

在会议的交流互动环节,采购中心的领导、各部门负责人以及一线采购业务员积极参与,围绕大数据监督平台的数据收集机制、监督模型的构建方法以及监督成果的实际运用等关键问题,与专家们进行了深入的交流和探讨。大家各抒己见,结合实际工作中遇到的问题和挑战,提出了许多富有建设性的意见和建议。

通过本次专题会议,采购中心(太钢国贸)纪委在探索大数据监督实践方面迈出了坚实的一步。未来,采购中心将继续深化与欧冶工业品等机构的合作,推进大数据监督平台的建设与应用,为采购管理工作提供更加有力的支持和保障。

夕阳 徐光明 摄