

# 守正创新，凝聚磅礴力量

## ——2021年度宝武宣传思想文化品牌优秀实践案例展示(二)

### 落实开展“公司日”活动 凝聚“同一个宝武”共识

#### ——太钢集团首个“公司日”文化融合实践纪实

“集团公司设立‘公司日’，就是想给全体干部员工营造一个‘家’的氛围，营造更加温馨的气氛，进一步增强对公司的认同感、归属感、荣誉感、获得感。”宝武党委书记、董事长陈德荣对“公司日”的意义及内涵做了清晰明了的解读。

太钢党委深刻领会集团公司赋予“公司日”的价值使命，对太钢“公司日”系列活动的目标意义做了准确定位，即通过主题明确、形式多样的“公司日”活动，回顾总结一年来太钢集团在宝武引领下取得的可喜进步，进一步凝聚“同一个宝武”的共识，进一步强化“同一个宝武”的认同感和归属感，激发全体干部员工勇担使命，奋发进取，创造新的业绩，推动太钢加快成为全球不锈钢业引领者，为宝武迈向世界一流伟大企业作出新的更大贡献。

回首宝武首个“公司日”，它凝聚和承载着所有宝武人的集体记忆和实现世界一流伟大企业的共同梦想，对于太钢人来说，更有着特殊的重要意义。2021年12月23日，是太钢完成股权工商变更登记，正式加入宝武大家庭的一天，也是宝武年产钢达到一亿吨，问鼎全球之冠的一天。在宝武万众瞩目的高光时刻，太钢人迈上世界一流伟大企业的新征程。在集团公司的领导下，太钢全面对标找差，加速整合融合，各项工作保持良好发展势头，生产经营创下历史最好水平。作为宝武不锈钢产业一体化运营的旗舰平台，担当起发展壮大宝武不锈钢产业乃至中国不锈钢产业的重大历史使命。特别是托管宝武不锈钢产业资产以来，太钢世界级不锈钢产业旗舰雏形初步显现，竞争优势持续释放，不锈钢事业进入了新一轮高速发展的快车道。

太钢按照集团公司部署，制定了《关于庆祝宝武“公司日”系列活动的实施方案》，成立以太钢党政领导为组长的专项工作组，党委宣传部为总牵头单位，各单位、各基地成立相应的组织机构，明确职责任务，整个活动以庆祝宝武“公司日”活动仪式、“支撑先进制造、创造美好生活”成果展示活动和“公司日”主题文艺活动三个层面展开。

#### 【庆祝】“星辰大海、伟大征程”的序章

根据集团公司“公司日”整体安排，太钢组织策划升旗仪式和不锈钢全球引领重大项目集

中落地奠基仪式，通过与集团公司紧密的信息沟通和活动现场的安排布置，确保在时间、节奏和内容上与集团公司主会场的衔接互动。太钢先后举行了庆祝宝武“公司日”升旗仪式、“太钢集团太原基地不锈钢绿色智能升级改造项目”奠基仪式，并以此作为太钢“星辰大海、伟大征程”的序章，勇担使命，奋力作为，展现了太钢加快推动“十四五”不锈钢发展规划的信心决心和美好前景。与此同时，宁波宝新和宝德盛两个基地也同步举行了升旗仪式。

#### 【展示】“支撑先进制造、创造美好生活”的成果

太钢策划举办“支撑先进制造、创造美好生活”主旨论坛，围绕精品战略、绿色发展、智慧制造、开拓创新、对标找差等板块，集中发布了《太钢集团“十四五”不锈钢发展战略规划》《不锈钢生产过程中的碳减排路径选择》《进一步拓展不锈钢应用领域》等一批大调研成果，展现加快实现不锈钢技术引领、规模引领、市场引领的新思路、新举措，对于太钢适应新形势、走好新征程、拓展新思路、打开新局面起到了重要的推动作用。举办了“支撑先进制造、创造美好生活”公众开放日活动，邀请中小学生和离退休职工及家属到太钢参观，切身感受企业崭新变化，共同分享企业发展成果。

为充分展现太钢在中国不锈钢发展进程中发挥的引领作用，太钢以庆祝“公司日”为契机，在“公司日”当天，协同中国钢铁工业协会、冶金工业出版社等，举办了《中国不锈钢》新书发布会和中国不锈钢行业座谈会，国内不锈钢同行齐聚太钢，回首中国不锈钢发展光辉历程，共商不锈钢发展大计，为太钢庆祝“公司日”系列活动增添光彩。《中国不锈钢》一书充分展示了在

中国共产党的领导下，中国不锈钢产业艰苦奋斗、不懈探索取得的重大成就和为经济社会发展作出的重要贡献。新书发布会在太钢召开，也预示着太钢将以史为鉴、以史为用，继承发扬中国不锈钢人的优良传统和可贵精神，再担中国不锈钢发展的使命任务，书写新时代不锈钢高质量发展的新篇章。

#### 【活动】“我们这一年”的文化融合

太钢举办庆祝宝武“公司日”主题文艺活动，开展以领导干部为重点的全员合唱宝武司歌活动，宝武司歌活力操推广和展示活动，太钢党委中心组领学，各级领导干部积极响应，集中组织开展学唱合唱活动，发挥了领导干部在文化引领、推动发展中的示范和带头作用，展示了文化融合的新成果和干部员工队伍的新风貌。在全体员工中开展“我们这一年”主题诗文、摄影、书法、绘画、微视频等作品征集活动和主题演讲活动，组织采写的《太钢：我们这一年——写在宝武首个“公司日”之际》专题报道，全面、系统总结了加入宝武一年来各方面工作取得的可喜进展，充分展现了公司上下激情满怀、奋发有为的良好精神风貌。

正如宝武党委书记、董事长陈德荣所说，“企业文化要有仪式感，有了仪式感，崇高感也会油然而生，精气神就会有提升”。太钢广大员工通过一系列富有仪式感、感染力和影响力的活动，最大范围地参与到“公司日”活动中，以共同的记忆凝结最深层的情感共识，呈现的是熔铸宝武价值观的全员文化盛典，凸显的是员工与企业共同发展的价值追求，培育构筑起了向着世界一流伟大企业进军的磅礴伟力，逐梦星辰大海，扬帆伟大征程。

(孙敬)



上首映，且同步在视频上传播，播放量破万，生态圈用户反响强烈，增强了生态圈合作伙伴对欧冶文化的认知和认同。

欧冶云商充分运用直播工具开展文化及品牌宣传，2021年公司运用欧冶钢好APP开展直播活动142场次，承担了集团内大量文化宣传直播任务，并向生态圈合作钢厂提供直播服务，与钢厂共同探索新的营销模式。全年直播为欧冶钢好APP注册引流4.5万个，新增店铺关注520个，增强了欧冶品牌在生态圈的影响力。在宝武“公司日”活动中，欧冶采取在视频号进行直播的方式，满足防疫要求的同时，最大程度增加员工和生态圈伙伴的参与度，增强了员工的文化感知和“同一个宝武”的认同感。

#### 【实践感悟】

- 1.形式与时俱进，具有创新性，打破时间空间阻隔，保障宣传及时性。创意推出的栏目《欧冶网事》，打破了跨地域、跨时区新闻内容的传播障碍，让异地业务单位及时了解聚焦融合的重大业务进展以及文化建设等内容，让更多员工和生态圈伙伴感知欧冶的品牌文化内涵。
- 2.邀请生态圈伙伴共同参与，让品牌宣传更加生动、可信。创新推出政治微电影，根据平台客户与欧冶共同成长的真实故事改编，引发平台客户共鸣，传递欧冶品牌价值理念，体现互联网时代的平台特色。
- 3.直播工具的运用和推广，让影响力更广泛。充分扩大大型文化活动的感染力，通过直播间互动可以增强员工和与会者的参与感，更加立体、全方位地传播文化理念和价值。

### 文化引领 同频共振

#### ——宝武资源专业化整合下的文化融合实践

按照宝武专业化整合的要求，宝武资源近年来先后托管了武钢资源、马钢矿业、马钢国贸、中联海运、梅山矿业、八钢矿业、马迹山港、重钢矿业、大宝山矿业和昆钢国贸等公司，于2020年5月20日确立了“一总部、四板块、区域化、多基地”管控模式。

历经10次整合，公司无论是资产规模、员工数量，还是经营体量、管理幅度等方面均发生了翻天覆地的变化，经营实体涉及上海、湖北、安徽、新疆、江苏、云南、重庆、香港以及澳大利亚、非洲、东南亚、全口径员工数达3.3万余人。怎样把五湖四海的员工拧成一股绳，实现“1+1>2”的专业化整合效应？文化融合至关重要。

#### 【健全顶层设计 倾听各方声音】

2020年以来，宝武资源先后成立了党委宣传部、企业文化部，认真学习贯彻习近平总书记关于加强宣传思想文化工作的重要讲话精神，并按照宝武的部署要求，探索形成了宝武资源企业文化体系建设方案，以及企业文化规划，再次明确了企业文化建设工作的方向和目标，

随着八钢的发展，经营态势日趋向好，对企业宣传工作提出了新的要求。为此，八钢加大了宣传改革力度，目标是以新媒体为主攻方向，转变作风、改文风、强策划，围绕企业重点工作以及员工重点关注的热点难点问题，推出一批有温度、有力度、有深度的宣传报道，内外宣形成合力，让正能量更强劲，主旋律更响亮，为企业高质量发展提供思想基础和精神动力。

#### 【主要措施及成效】

对于宣传工作，八钢党委提出“7个聚焦”，即：聚焦党建、聚焦现场、聚焦员工、聚焦效率提升、聚焦立体传播体系建设、聚焦新媒体建设、聚焦员工创新，精准发力，全力做好宣传。

同时，建立健全体系制度，强化管理。制定下发《八钢新闻宣传管理办法》等制度，明确职责，建立激励机制，筑牢宣传工作的制度基础。从公司总部到子公司、分厂、作业区层层建立横向到边、纵向到底的立体宣传网络，形成宣传工作的组织基础，并积极打通外部媒体宣传渠道，建立良好关系。针对通讯员队伍，着重强化能力提升，包括开展业务培训，提升宣传队伍整体工作水平；转变作风、改文风，在标题制作、写作方法上追求新求变，不断提升新闻报道的驾驭能力。

着眼新媒体，在表现形式和手法上不断创新，实现在外部媒体的发稿量呈几何倍数增长。2021年，八钢在宝武媒体平台宣传报道的排名节节攀升。

#### 【亮点与特色】

八钢抓住关键时间节点，以“深挖红色资源，赓续红色血脉”的思路，强化“同一个宝武”意识，凝聚奋进力量。2021年，八钢结合庆祝建党100周年、建厂70周年、宝武“公司日”等，以“八钢爱国主义教育基地揭牌暨红色故事宣讲”、厂庆大会、职工文艺晚会、宝武“公司日”系列活动等为载体，积极开展预热宣传、主题宣传等，引发干部员工强烈共鸣，营造了良好的活动氛围。

八钢主动作为，举办“厂区开放日”“央媒进八钢”“媒体见面会”等活动，邀请媒体记者以现场感受、走访交流、高层对话、一线采访等方式，近距离感受绿色智慧八钢，体验八钢70年发展的巨变，让企业成为媒体关注的“新闻富矿”，从而扩大企业的影响力。

八钢加大宣传策划力度，在宣传主题、内容、表现形式上狠下功夫，推出一系列重点宣传策划，促使宣传报道在量和质上同步提升。同时，内宣为外宣做支撑，外宣带动内宣形成强劲宣传合力，产生良好效果。2021年，学习强国APP、人民网、新华网、中国新闻网、新疆日报、新疆广播电视台、今日头条、凤凰网等媒体刊发八钢新闻报道600余篇，同比增长10倍以上。吴昆、田宝山等八钢优秀员工也成为主流媒体讲述八钢故事的“网红”。

体系合力，相互取长补短。

开展干部跨区域交流任职，是宝武资源从产业整合到文化融合的一项有力抓手。自2019年5月启动专业化整合至今，宝武资源共有22名干部跨区域交流任职。2021年9月，公司又启动了新一轮“青年人才跨区域交流任职（岗位见习）”工作，其中，集中培训阶段重点输入企业文化，进一步统一青年骨干的思想认识。

近两年来，宝武资源还启动实施了员工跨单位、跨岗位实习活动。除了组织基层单位员工积极踊跃到总部实习，总部员工也来到基层单位实习。该公司还出台了荣誉激励方案，大力倡导以价值创造者为荣，及时发掘、充分认可那些践行公司文化价值观的员工个人或团队，体现了强有力的文化导向。

#### 【寻找共通点 让情更深意更浓】

为了不断提升员工的认同感和归属感，近两年来，宝武资源相关部门策划开展了一系列情深意浓的文化融合活动。

一年一度的中秋节来临之际，公司策划举办了主题为“一家人、三地情、零距离”的新员工、跨岗位实习员工文化融合活动；在总部大楼内开辟矿山摄影展专区，并组织总部员工积极投票，选出心中最美的风景；拍摄制作了公司专业化整合以来首部宣传片，充分展现了“资源人”的风采。

结合百年矿山深厚的历史积淀，公司党委宣传部（企业文化部）策划制作了《百年矿山简史》短视频，在党史学习教育期间，策划开展了红色故事宣讲会，展现了“资源报国”的使命与担当。

2021年，公司还汇编了《我的宝武故事——资源篇》作品集，抒发了各单位员工在专业化整合过程中对“同一个宝武、同一个资源”的认同情感。

积极「破圈」，展示绿色智慧的新变化

八一钢铁加强宣传工作引发热效应

### 以融媒体平台建设助力企业发展

#### ——欧冶云商打造立体多维传播渠道的实践

2021年，欧冶云商党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，充分发挥宣传思想工作的思想引领、舆论推动、精神激励和文化支撑的重要作用，紧跟融媒体时代步伐，在融媒体平台运营和内容策划上下功夫，为公司高质量发展提供精神动力和思想保证。

#### 【积极运营】

欧冶云商不断完善新媒体矩阵，在开通抖音号基础上，开始向微信视频号领域探索。2021年2月创建视频号至今，已有累计45.7万次浏览量、1.3万点赞量。同时，根据近年兴起的“中视频”传播风向，创意推出栏目《欧冶网事》，以1-5分钟新闻播报形式，面向公司内外传播近期要闻，让更多员工和生态圈伙伴感知欧冶的品牌文化内涵。《欧冶网事》栏目一经推出，便受到了广泛关注，全年共推出18期，平均播放量破万，增强了文化凝聚力，并向外界传递了欧冶“共建共享 值得信赖”的品牌理念。

欧冶云商征集用户与平台共同成长的故事，策划并发布第一季政治微电影。经历了7年的成长，欧冶积累了良好的用户口碑，品牌忠诚度和美誉度持续上升，平台价值得到了用户的认可。通过征集素材，以用户与平台共成长的真实故事为蓝本，进行艺术改编，并选择在大型活动过程中和融媒体平台上投放播出。微电影《抉择》在欧冶峰会上首映，微电影《时光里的父亲》在“欧冶之夜”