

# 改革创新 凝心聚力



# 加快建设世界一流伟大企业

# 创新实践，让宝武品牌熠熠生辉



为深入贯彻习近平总书记关于加强品牌建设的重要指示精神，全面落实党中央、国务院国资委有关决策部署，以品牌力量践行钢铁报国和重企强国使命担当，加快创建“产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代”的世界一流企业，根据中办发《关于加快建设世界一流企业的意见》和中央企业“十四五”规划关于“深入实施品牌提升行动”有关要求，集团公司于今年6月制订并下发了《宝武创建卓越品牌的实施意见》，从总体要求、主要任务、工作保障等方面

面对宝武品牌建设作出了具体部署和要求，是宝武创建卓越品牌的行动指南。在宝武大家庭里，每个单元、每个岗位的宝武人都是创建和维护品牌的践行者和传播者。通过岗位实践助力宝武创建卓越品牌，是我们义不容辞的责任。大家谈栏目推出“我能为创建卓越品牌做什么”专题，请各单位干部职工结合《宝武创建卓越品牌的实施意见》，谈谈个人的理解和努力方向，共同为宝武打造卓越品牌做出实际行动。



## 责任使然

## 扩大影响力

### 使命担当 追求卓越

宝钢工程轧钢事业部工艺室主任 王海东

品牌兴，则企业兴、国家兴；品牌强，则企业强、国家强。创建卓越品牌，是企业高质量发展的内在迫切需要、战略需要。

品牌工作是与日常工作密切融合的，我们通过每个工程建设创建企业品牌。卓越品牌的根本要靠企业练好内功，增强在行业竞争中的比较优势。创新是品牌的“核”，增强科技创新体系和能力，突破“卡脖子”技术，确保关键核心技术不受制于人，开发行业领先技术。质量和服务是品牌的“基石”，质量是企业发展安身立命之本，是创建卓越品牌的重要基础，提供优质工程是做好品牌建设的核心。“知之愈明，则行之愈笃”，总结过去是为了更好地出发，我们以成功建设湛江钢铁2030冷轧、1550冷轧、1750冷轧三个全流程冷轧工程为契机，服务好业主，赢得口碑，为宝钢工程在冷轧领域树立了一块金字招牌，品牌影响力持续

扩大。

发挥专业优势是做好品牌建设的关键，做实做大做强专有技术，实现品牌差异化塑造。科技创新是企业永续发展的根本动力，是创建卓越品牌的核心要义。我们通过打造先进、高效、最具竞争力的冷轧超高强钢精品工程为用户提供全流程解决方案，践行低碳、绿色、智慧工程技术理念，形成引领冷轧超高强钢发展的核心工程装备技术和产品，抢占未来钢铁技术制高点，进一步提升了宝钢工程冷轧品牌影响力。

全员品牌意识是做好品牌建设的前提，我们将以更加坚定的“引领低碳、绿色、智慧工程技术，服务产业链高质量发展”的使命感，立足岗位，践行使命担当，不负韶华、逐梦工程，为创建卓越品牌而踔厉奋发。

### 时不我待提升品牌贡献率

宝钢股份企业文化部高级主任管理师 李 璞

作为宝武旗下独立品牌“宝钢股份”品牌建设工作的一线参与者，我深刻认识到，持续创新是卓越品牌创建之“核”，是在当下日新月异传播环境下开展品牌工作的重中之重。

我们积极探索渠道和方式创新，积极争取社会各界在价值取向和情感上的认同，不断拉近与社会公众的心理距离。我们紧密围绕民族脊梁、技术引领、绿色低碳等品牌内涵，谋求“走出去，不一样”，创新开展品牌发布会、世界环境日活动等多系列主题活动，精心策划精彩亮相多项国家级重要展会，持续推出宣传影片并获得高点击率，让公众看到不一样的宝钢股份。我们积极借助权威主流媒体响亮发声，尤其在现阶段上海疫情期间，强劲

传播宝钢股份抗疫稳产、保证产业链稳定的英勇作为，引发人民日报、新华社等主流媒体和社会舆论的广泛关注。同时，我们对内聚焦宝武精神传承，以时不我待的心态扎实开展品牌体系建设，积极释放体系合力。我们设计生动形象的内部宣传视觉作品，推进四基地公共区域统一与个性相融合的形象设计，以刚性制度和规范流程优化品牌建设过程控制，实现品牌价值提升效率和效益最大化。

未来，我们将持续多层次、全方位打造宝钢股份优质公众公司形象，积极助力宝武卓越品牌建设，进一步扩大宝武的知名度和美誉度，为加快建设世界一流伟大企业贡献力量。

### 做好服务 讲好故事

宝地资产寓舍事业部高级副总裁 赵珊珊

宝武有关品牌的发展目标为各子公司品牌建设和发展进一步明确定位和方向，友间公寓作为宝地资产旗下长租公寓品牌，在未来的品牌建设和发展上也必须提升到企业战略的高度。

企业品牌如同产品走向市场的名片，能反映产品的市场竞争力和影响力。友间公寓自2016年成立以来，始终致力于为企业全方位员工住宿解决方案，为租户提供高品质居住生活服务。目前在上海市已拥有超20家门店、近7000套房间、10000张床位。依托宝武品牌优势、品牌赋能，友间公寓以每年拓店近2000间的规模与速度，着力打造两大核心能力：以租客为核心的运营服务能力和以快速

去化为目标的营销能力，并在克而瑞2021年度上海租赁行业品牌评级排行榜上位列TOP5，促进了品牌知名度与影响力的不断提升。

未来，友间公寓将以“党建引领、服务人才、保障民生”为主线，围绕“加大布局力度、提升运营效率、打造特色服务”三个方面提升品牌影响力：一是加速推进轻资产项目拓展，不断提升运营规模；二是总结公寓硬核防疫经验，精细化实施运营管理；三是深化“园区工团”工作，打造以客户需求为原点、以客户体验为中心的央企特色服务，讲好友间公寓品牌故事，加大力度宣传推广，实现品牌评级再跃升。

### 爱岗敬业也是增光添彩

太钢冷轧厂技术科产品工程师 刘治宏

作为一名产品工程师，我认为通过岗位实践助力宝武创建卓越品牌，是义不容辞的责任。我负责的TES系及TJ系新产品开发方面，致力于提升表面质量、保持性能稳定，内部合格率逐月提升，降低了使用不良率，获得了用户认可，在电梯行业新产品领域市场占有率达到82%。

下一步，我们要以《实施意见》为指导，在保持高

质量的产品和服务的同时，持续开展创新实践。TJ系列要适应彩涂行业加工要求，打破常规，开发黑皮卷直轧、切边后轧制、不垫纸生产等创新性工艺，快速向彩涂行业推广，助推消费升级；TES系列要开发适应不同环境、不同需求的材料，集成不锈钢冷轧与表面深加工工序能力，研发更多首发产品，为宝武打造卓越品牌作出应有贡献。

### 为品牌强企作贡献

中南钢铁鄂城钢铁企业文化首席师 盛园田

当前，世界正处于百年未有之大变局，内外部环境正发生深刻变化，全球产业链、价值链重构进入关键时期。企业之间的市场竞争，从低层面看，是价格竞争；从技术层面看，是追求产品性能、品质之间的比拼。如果上升到更高层面，那就是品牌文化的竞争。品牌，在企业国际竞争中的作用日益凸显。

新时代呼唤更多的中国企业勇攀高峰，挺进世界一流。成为世界一流企业重要标志之一就是品牌卓著。宝武作为国之重器、镇国之宝，在做优做强钢铁品牌、建设品牌强国中责任重大、使命

光荣，也比以往任何时候都更有方向、更具底气、更显力量。

企业品牌影响力是建设国际一流企业的持续优势，宝武必然要坚持品牌卓著的标准，在品牌知名度、满意度和认同度上努力，使品牌的内涵蕴含优秀的文化内容、思想内容、精神内容、质量内容；以品牌卓越锻造世界一流，强化全球化经营理念，在全球范围进行经营和布局，形成全球价值链，积极塑造品牌形象和文化内涵，积累放大品牌效应，提高宝武品牌在全球的影响力和市场美誉度。

# 扎实进取

### 提升产品制造能力

中南钢铁重庆钢铁制造管理部副部长 章远杰

品牌价值是企业竞争力和综合制造能力的有效展示。加强产品质量管理，做优新产品研发，对外建立品牌优势，是实现品牌强企的有效途径。

在《实施意见》中，我看到了宝武阔步迈向实现世界一流伟大企业的美好图景。我们将围绕优质品牌产品维护、加大新产品研发力度、提升绿色制造能力、激发专业技术人员活力，助推企业高质量发展。

一是合理运用百年宝武卓越品牌的深厚底蕴，做好“三峰”品牌传承，保持并不断创建冶金产品实物

量金杯荣誉，不断提升产品品牌价值与口碑；二是坚持做好从原料入厂到成品出厂的全过程质量管控，积极推行六西格玛、精益生产等管理工具，加强生产质量控制，提升关键工艺过程控制水平；三是全面推进生产一贯制指数和质量一贯制指数评价体系，提升体系制造能力水平，同时持续推进绿色产品评价体系，加大高附加值产品推广力度；四是加大专利挖掘力度，以及技术秘密、成果申报力度，以产品铸品牌，以品牌增效益，构建品牌体系，增强市场竞争力。

### 砥砺奋进，破解“卡脖子”难题

宝武重工马钢重机表面技术事业部电镀中心负责人 杨 钧

《实施意见》里提到：高品质的产品和服务是品牌卓越的压舱基石。宝武要坚持走发展中高端产品的差异化竞争之路，就要解决国家“卡脖子”材料难题。

H型钢是宝武的品牌产品，不仅在国内有着优良的应用业绩，也是国际市场上的知名品牌。马钢长材事业部拥有国内最大规格的重型H型钢连铸连轧生产线，设计产能80万吨/年。结晶器是连铸生产线的“心脏”，其运行效能是生产线能否稳产高产的关键，外方因此意图垄断结晶器的供货，对结晶器制造技术严密封锁。

我们团队自主设计研制结晶器，消除产品设计缺陷，减少了漏钢事故95%、提升了铸坯质量60%，通钢量由0.8

万吨提高到2万吨，延长了结晶器在线周期。同时，我们在结晶器智能制造上下功夫，潜心研究重型异型坯结晶器高寿命低碳技术，强力打造“结晶器卓越品牌”。近期开发的具有自主技术的二元元素电镀结晶器陆续上线试用，铸坯质量提升15%，单套结晶器通钢量一举突破3万吨大关，比外方原厂结晶器提升275%，进一步减少热消耗约30%，不仅为连铸机增强了动力，更为推进马钢长材重H型材质量、助力产线降碳起到了关键作用。

作为宝武大家庭的一员，只有立足岗位、不忘初心，才能做好创建和维护品牌工作，我们要苦干、巧干、快干，克服重重困难，助力宝武品牌卓著。

### 完善体系管理 提升运行效率

武汉耐材运营管控部部长 高永生

品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现，是参与全球竞争的重要资源。我们要以使命担当的紧迫感、使命感，在岗位上兢兢业业、一丝不苟，为维护企业品牌而努力。

结合我的岗位职责，将从多方面挖潜推进：一是将质量管理、环境管理、职业健康安全、能源管理和体系建设相融合，系统完善体系管理。通过四体系的有效运行，促进公司管理体系能力提升，提升

质量管理水平。二是通过供应商二方审核，提升公司质量管理体系能力。三是开展内部审核及工艺巡检。要求各责任单位对发现的问题点及时整改，形成PDCA循环管理。四是开展全面质量管理知识学习，促进职工进一步掌握全面质量管理知识，提高质量意识，促进产品质量稳步提升。五是结合钢厂工况条件变化，及时调整优化总包技术方案，提升总包运营能力。

