基层创新实践

宝钢包装：创智纳新　激发活力

【编者按】习近平总书记指出，“不断推进理论创新、制度创新、科技创新、文化创新等各方面创新，让创新贯穿党和国家一切工作，让创新在全社会蔚然成风。”

宝武党委书记、董事长胡望明强调，“惟有创新，才能驱动发展；只有创新，才有宝武的未来”“要始终把创新作为宝武发展的第一动力”。

创新，是宝武高质量发展的基因，是助力创建世界一流企业的内在驱动力。为展现和弘扬创新文化，进一步激发宝武人干事创业的激情和动力，我们推出“基层创新实践”栏目，宣传展示宝武及各子公司培育创新文化、探索创新文化行动、形成创新文化成果等方面的实践和举措，掀起宝武创新文化建设热潮。

■记者　杨　波

“强化顶层设计，营造科技创新生态”“勇于管理创新，打造新质生产力”“培育创新主体，提升创新水平”……近年来，宝钢包装坚持创新赋能，大力推进创新驱动发展战略，积极营造科技创新文化氛围，激发协同创新活力，努力为加快建设细分领域一流公司建设作出贡献。

强化顶层设计　营造科技创新生态

宝钢包装深入学习贯彻党的二十大精神，全面贯彻落实“科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力”理念，确立“品质极致”“数字智慧”“绿色低碳”等工作方向和提升领域，持续对标国际一流企业，坚持技术引领，大力推进创新驱动发展战略，积极营造科技创新生态，努力为公司高质量发展赋能。

在强化顶层设计方面，宝钢包装建立健全科技创新体系的顶层设计和统筹谋划，开展平台及功能单元建设，编制《宝钢包装(2022-2026)技术创新规划纲要》，制定修订《专利管理办法》《科研项目管理办法》《科技奖励办法》等科技创新考核与评价管理制度，为创新提供制度保障。

宝钢包装还进一步完善了公司专家团队的管理体系，建设公司专家库，以发挥“智库”作用。同时，有效发挥宝钢包装技术创新委员会战略作用，重点围绕金属成型技术、涂布技术、过程创新和新材料等研发创新方向，强化创新顶层设计能力。

目前，宝钢包装已经初步构建立体式平台化研发创新体系，细化了工作机制，明确了“研发部+事业部+X”项目攻关模式，并进一步加强产学研协同，推动基础研究与应用研究，围绕“四化”方向构建产品及技术竞争优势。

推进管理创新　打造新质生产力

宝钢包装作为宝武新材料的核心产业，充分借鉴世界先进企业的优秀管理工具，结合工业4.0思维，于2022年启动了两片罐标杆工厂建设，积极开展管理创新。

宝钢包装各级管理者对推进两片罐标杆工厂建设所取得的成效表示肯定，认为这是宝钢包装在追求精益化、体系化和数智化道路上的一个里程碑，也是公司将“一总部多基地”的规模优势转换成竞争优势的一个创新实践。在两片罐标杆工厂创建中，宝钢包装通过自上而下的关键绩效指标分解和自下而上的过程指标控制相结合，将工业互联网技术、大数据分析手段与现场生产管理相结合，重视管理体系化和作业标准化的长期协同提升机制，兼顾效益与创新目标，将“质量、生产、设备、安全环保及人力资源”等六大管理体系转化为公司有效的管理体系支撑，形成一套具有宝钢包装特色的卓越标杆工厂管理体系。

把创新体现到生产经营全过程，打造新质生产力。从创建标杆工厂以来，在宝钢包装，以哈尔滨宝钢制罐为代表的各个制罐单元的生产效率、成品率、单耗等关键指标均明显提升。关键技术指标的提升，带来了运行效率的大幅提升，企业市场竞争力不断增强。

培育创新主体　提升创新水平

为了提升公司创新水平，宝钢包装坚持把科技创新作为企业发展的第一动能，不断加大要素投入。近年来，宝钢包装积极建立人才创新机制，充分释放内部技术专家骨干的动能活力，并大力开展“科技工作者日”“青年讲堂”“质量月”等活动，营造科技创新文化氛围，激发协同创新活力。

此外，宝钢包装积极开展外部科研合作，凝聚创新人才资源，强化集成创新合力，逐步建立起公司科技创新的核心优势与研发人才培养、引进的综合竞争力。

同时，宝钢包装持续加大研发投入，以市场为导向积极拓展新技术、新工艺，努力打造国内最全金属包装产品体系，不断丰富罐型和产品系列。如今，作为国内首家开发Super450ML罐型并实现市场化量产的企业，宝钢包装大力开展差异化和新罐型产品研发，有针对性地调整产线、扩充产能，满足客户市场需求。通过优化罐型设计、持续推进材料减薄，产品竞争力不断增强。

在“2024中国品牌日宝武‘四化’引领成果展”揭幕仪式上，《宝钢包装金属包装两片罐产品碳足迹报告》首次发布。作为金属包装行业绿色低碳发展的先行者，宝钢包装以碳排放总量和强度为“双控”目标，率先在行业内建设“双碳双控”云平台并首发产品碳足迹报告，标志着宝钢包装在绿色低碳发展道路上迈出了坚实的科技创新步伐，展示了其在金属包装行业绿色低碳发展中的创新力和领导力，在推动企业双碳背景下实现产业升级等方面为金属包装行业起到了示范引领作用。

黄石公司以『差异化』突围市场

苦练内功　提升能力

■记者　张　犀　通讯员　蔡　翔

本报讯　今年以来，黄石公司锚定建设“宝钢股份涂镀产品差异化的桥头堡”目标不动摇，坚持“四化”发展方向和“四有”经营原则，推进算账经营，坚持差异化竞争策略，聚焦打造“双品牌”、建设“三个新港”、践行“四个突围”，在全行业经营寒冬、市场竞争白热化等不利态势下，前7个月实现了无亏损月并有盈利。

在深入推进产品、基板、渠道、服务“四个突围”，提升产品竞争力方面，黄石公司通过推进向西走战略、加强区域重点工程对接、紧盯头部用户和重点工程，高附加值产品产品订单从年初单月数百吨提升至目前2000吨，质量异议周期下降到8.6天实现低于10天目标，在两条机组大修情况下，实现紧急合同交付率90%，其中彩涂产品交付率达97%。在全面聚焦“403机组走出困境”，增强产品保供能力方面，黄石公司积极拓展高端用户市场助推满产满销，家电外观件和汽车配套件形成批量供货能力，并形成个性化订货牌号3个；通过推进精益生产、工艺提速、质量改善、设备消缺等举措，403机组有效作业率同比提升4.7%，二季度以来平均有效作业率、平均日历作业率等均创机组投产以来最优值。

在深入践行算账经营、提升经营效率和效益方面，黄石公司发动全员在制造端极致降本、提产增效，通过轧机优化轧制道次、提高轧制速度等，实际小时产量提升20%；不断优化年度采购询比价方案，主要辅料综合成本计价品种从2个增加到8个；加强设备领域关键设备管控方案，发挥备品备件集中采购优势，实现了设备采购降本的明显下降。此外，黄石公司还加强了财务端的不断完善与效率提升，建立了对各机组的标准成本模型，通过日统计、周分析、月测算等加强内部成本管控；对外聚焦行业趋势分析和现货市场价格跟踪分析，精准测算产品盈利空间，为公司经营决策保驾护航。

下阶段，黄石公司将围绕全年生产经营目标的完成，聚焦“蓝保时”市场推广和开发，持续推进精品战略；聚焦高附加值产品市场拓展，提高产品盈利能力；聚焦403产品市场拓展，强势推动SBU小组运作；聚焦稳定生产，强化基础管理促能力提升；聚焦成本改善，推动算账经营扎实取得实效；聚焦产能发挥，多举措并举实现提产增效；聚焦工序质量，有效推动质量管理持续改进；聚焦时间管理，增强产品市场竞争力；聚焦隐患攻坚，深入开展安全生产治本攻坚三年行动；聚焦“环保红线”，强化能源环保合规性管理，以行动创造价值谱写涂镀产品差异化发展新篇章。

推进绿色低碳转型　赋能新质生产力

新钢集团：高炉低碳富氧项目热试成功

■通讯员　吴莹婷　刘爱斌

本报讯　近日，新钢集团高炉低碳富氧项目1号60000立方米/小时空分热负荷试车成功，实现稳定出氧，氧气纯度高达99.8%，产量达64000立方米/小时，项目运行后每月电耗降本增效可达300余万元。

新钢高炉低碳富氧项目规划新建60000立方米/小时制氧机组2套，并逐步淘汰部分老旧制氧机，以提高高炉富氧率，确保高炉供气稳定。自2023年4月开工以来，项目部精心策划、积极推进，成功克服工期紧张、施工场地复杂等难题，通过优化施工组织设计，成立专项领导小组，编制专项方案，有力保障了项目顺利进行。

该项目引入新钢历史上首台制氧机内压缩流程，有效提升了安全性能，同时在降低能耗方面采用了先进工艺。项目运行后，不仅能扭转新钢氧气长期供应不足的现状，还能增加氧氮氩液体外销，降低外部采购成本，实现降本增效。

宝武资源：坚定推进绿色低碳标准化路径

■通讯员　资　轩

本报讯　近日，全国钢、铁矿石与直接还原铁、生铁及铁合金标准化技术委员会2024年年会召开。本次会议立足新形势、新起点、新要求，旨在进一步发挥标准化在推进国家治理体系和治理能力现代化中的基础性、引领性作用，以标准助力钢铁产业链绿色低碳高质量发展。会上，宝武资源获颁全国铁矿石与直接还原铁标准化技术委员会2023~2024年度标准化工作优秀组织奖。

标准化工作优秀组织奖旨在奖励在领域内标准研制和推广应用过程中作出较大贡献的单位。2023年，宝武资源与全国铁矿石与直接还原铁标准化技术委员会、冶金工业信息标准研究院等进行合作，组织成立了全国铁矿石与直接还原铁标准化技术委员会绿色低碳标准化工作组。宝武资源作为组长单位，坚定推进绿色低碳标准化路径，与冶金工业信息标准研究院等单位积极推进《中国铁矿标准化战略2034》课题的研究开展，持续推进工作组制定的27项铁矿石与直接还原铁领域绿色低碳标准计划项目的研制与落地，不断完善宝武资源绿色低碳标准研制专家团队建设，提升标准研制能力与水平，为中国冶金矿山绿色低碳标准研制工作作出了应有贡献。

巴州钢铁：大体量环保气膜仓充膜成功

■通讯员　朱　霜　李保锋

本报讯　近日，八钢公司巴州钢铁占地12000平方米、高36米的环保气膜仓在烧结白灰工序料场缓缓上升，该气膜是巴州钢铁第4座气膜封闭仓，主要存放石灰石和石灰石返料。气膜仓的充膜成功宣告着巴州钢铁所有固废、原料全部实现封闭式管理，同时也为八钢公司成为新疆超低排放标杆示范企业增添浓墨重彩的一笔。

环保气膜仓是近年兴起的一种新型封闭结构，该结构用膜材料做成封闭空间并加以锚定，充气后配以钢缆系统成为抵御风霜雨雪的封闭式储运建筑，使用寿命可达30年以上，具有造价低、施工周期短、环保性能高、可实施超大跨度等优点。作为重要的封闭式储备环保设施，气膜仓可有效地解决反渗透、防扬散、防雨等问题，大大减少钢铁原料露天堆放产生的环境污染，同时通过封闭式管理，提高原料的利用率。

据悉，巴州钢铁此次新建的石灰石气膜料仓2米以下为钢筋混凝土墙、2米以上采用气承式膜结构，气膜仓内配套监测传感器、降尘、洗车平台等安全环保设施。同时，该项目从膜材料铺设到具备升膜条件刷新了项目施工单位升膜纪录。

近年来，巴州钢铁深入学习贯彻落实习近平生态文明思想，先后建成投用了1号精粉封闭料仓、3号含铁原料封闭料仓、焦炭封闭料仓及固废封闭料场。未来，巴州钢铁将继续秉承绿色发展理念，通过超低排项目推进，不断推动绿色可持续发展，为八钢公司成为新疆超低排放标杆示范企业贡献力量。

为长三角轨交发展提供支撑

马钢交材城轨车轮销售再上新台阶

■马钢记者　骆杨　通讯员　许然

“某市未来三年城市轨道交通设备更新改造、大中修项目清单”这一则消息，引起了马钢交材营销中心市场营销营销员于华的密切关注。近日，他像往常一样，一上班就打开了手机上常看的城轨交通相关公众号，时刻盯着市场动态。对他而言，这不仅是工作，更是一份责任。

近年来，随着新建、在建的市域城轨线路层出不穷，马钢交材凭借优质的产品质量和过硬的服务在这一领域赢得了市场的广泛认可。今年，马钢交材的城轨车轮销售再上新台阶，累计在长三角地区近70%的城市轨道交通线路上运用，成为了长三角地区城轨交通发展的重要支撑。

作为马钢交材营销中心的一员，于华深知每一条新线路的开工建设、每一个使用马钢产品的线路开始大修，都意味着新的机遇和挑战。“我们时刻关注着客户的反馈，及时将市场信息反映给公司，以便我们能够迅速优化产品，提高客户满意度。”

2月，马钢交材接到客户紧急通知，8件城际动车组车轮急需交付进行试验认证。面对这一突发情况，马钢交材营销中心急客户所急，想客户所想，通过产、销、研高效协作，各司其职、同步推进，各环节快速循环，仅仅用了7个工作日就高标准、严要求地完成了车轮加工，并在2月底及时将车轮产品交付给客户，受到了客户的好评。

客户至上是马钢交材在市场竞争中始终保持领先地位的关键要素之一。作为国内地铁车轮的最大供应商，马钢交材不仅注重提升产品质量，做好客户服务，更将创新发展放在首位。近年来，马钢交材精准分析市场，奋力抢抓机遇，开发出一系列具有降噪、消音以及环保特性的城轨车轮产品。

马钢交材技术中心负责人介绍，城轨车轮加工内容较多，精度要求较高。同时为了满足客户对低噪音、环保方面的需求，马钢交材根据客户需求加装单面或是双面消音环，进一步提升减振降噪能力。目前，马钢交材的低噪音车轮已进入北京、广州、深圳、南京、武汉等全国39个大中城市的180多条地铁、轻轨线，并保持时速在80公里至160公里之间运行，达到了安全运行、快速运行的要求。

未来，马钢交材将继续致力于城市轨道交通车辆关键零部件的研发创新和产业化，为城市交通的繁荣和发展贡献自己的力量。同时，将继续坚持服务于心、专业于行，为市民的出行提供更加安全、舒适、环保的轨道交通体验。

众人踩出阳关道　协同共享创价值

（上接第1版）

“三个转变”　权力放下去活力提上来

不论是打仗还是搞经营，“让听得见炮声的人来决策”，都是科学之道、可行之法。

“以高炉稳定为核心，推进购产研协同和算账生产，降低铁水成本。”这是宝钢股份多年来积累的经验做法。“铁水成本是公司对炼铁模拟经营单元唯一的考核指标。”梅钢公司炼铁厂党委书记、厂长彭建华表示，降低铁水成本，要从原燃料采购、配煤配矿抓起。

“谁使用，谁决策。谁受益，谁决策。”梅钢公司企划部运营改善副经理王文英告诉记者，梅钢公司推行的模拟经营，主要路径就是“三个转变”，其中之一就是转变决策机制。梅钢公司实施原料端实体化变革，炼铁厂主导配煤配矿，采购部门、制造部等单元协同支撑，产供研高效协同主动研判市场，协同提升原料性价比，通过先算账后生产、策略采购、新品种开发等举措，有力支撑高炉稳定顺行和铁水降本。

把权力放下去，把活力提上来。梅钢公司转变管理机制，层层放权明责，对各模拟经营单元生产协力、自辖物流、废水处理等业务授权放权管理，促进源头降本降费。上半年，梅钢公司吨钢全口径费用优于年度挑战目标。

市场化考核激励机制是构建新型经营责任制的核心环节之一。梅钢公司转变激励机制，更加聚焦价值创造，倡导“多干多得、干好多得”，推动广大员工从“要我干”向“我要干”“抢着干”转变。

“围绕‘活力’，绩效考核一定要有突破。只有如此，梅钢公司才能在未来竞争中拥有一席之地。”梅钢公司企划部经营规划高级经理徐东阳认为，模拟经营带来激励机制的转变主要体现在：内部单元直接面向“市场”，考核从KPI转向价值创造，厂部管理者从生产者变为了经营者。内部市场化模拟经营，也给厂部管理者松了绑，他们不用被个别指标的优劣所束缚，可以拿出综合最优的解决方案来支撑“模拟利润”的实现。

“我们要与用户一道，共同创造价值。”梅钢公司能环部副部长杨小青打了这样一个比方：能源介质管理就好比自来水从水厂输送到小区，这只是本职工作。从小区输送入户，并且与住户一道想尽办法节约用水，才是创造价值。他进一步解释说，能环部要发挥专业管理的权威性作用，不仅要做好能介的全流程管理，还要辐射到用能单元的神经末梢。去年，梅钢公司由能环部牵头成立了能源项目管理组，生产厂、制造部、设备部、投资部等单元的人员协同降低能耗，一年来吨钢能源成本降低了50元。

构建产销研“铁三角”　结成“利益共同体”

徐谊、刘学四、张琪是宝钢股份营销中心（宝钢国际）钢贸公司的营销人员，他们三人还有一个共同的“身份”：梅钢公司市场创值中心的成员。

发展出题目，改革做文章。市场创值中心是梅钢公司以用户为中心、深化产销研一体化实体化运作而成立的团队，成员包括生产厂、制造部的人员以及营销人员和中央研究院梅钢技术中心的研发人员。徐谊等人常驻梅钢公司，与市场创值中心、梅钢技术中心在同一栋楼集中办公。“市场创值中心构建起了生产、营销、研发的‘铁三角’。”王文英认为，产销研结成“利益共同体”可以更好地对接市场、服务用户。

“现在产销研组团面对用户，响应用户需求速度更快。”“以前动力不足，现在用户有需求，我们团队经过分析算账，只要有边际效益，大家会想办法去满足用户需求。”“经过产销研协同，寻找潜在用户，新产品研发周期也大大缩短。”“现在与用户的粘性更强了，他们会根据需求，自己与团队中相应的生产、营销或者研发人员对接。”说起市场创值中心成立以来的变化，徐谊、刘学四、张琪一下子打开了话匣子。

一组数据也可以作为佐证。市场创值中心下设热轧组、冷轧组，今年梅钢公司根据“5562”产品发展战略适时新增了汽车用钢组。热轧组产销研用联合策划技术服务项目67个；拓展新用户14家、开发新产品14个。冷轧组拓展新用户46家，开发新产品8个、新规格1个、新用途5个；围绕“5562”产品优化产品结构，汽车用钢、搪瓷钢、精冲工具钢等产品同比增长12.1%。汽车用钢组拓展新用户48家、新产品14个，新增三家结对党组织共建用户。研发端开发出27个全新产品，新试产品累计销量51.82万吨，吨钢单位超额毛利完成梅钢上半年挑战目标。

产品和技术是企业安身立命之本。“研发引领”是梅钢公司四条“十六字”经营方针中的第一条。为了更好地激发技术研发人员的积极性，促进产销研的深度协同，去年，梅钢公司实施了“新产品百万分享计划”，目前有40多个项目参与分享计划。同时，梅钢公司还在用户处设立联合工作室，更好地为用户提供技术服务。

“加快建立市场化经营机制。”胡望明强调，市场决定企业的生死存亡，构建市场化经营机制，企业运行管控要市场化，投资管理要市场化，研发管理要市场化，绩效评价也要市场化。创造价值并在协同贡献单位间分享价值，大家的积极性高了、干劲更足了。梅钢公司以市场化方式推进算账经营和整合协同深度结合的做法，无疑为迎战市场寒冬踩出了一条可供借鉴的“阳关道”。