

■通讯员 欧小贝

本报讯 近日，欧冶工业品举行“2526”工程二季度推进会暨智能体平台及智能体成果发布会。会上，欧冶工业品发布首批20个覆盖采购供应链管理关键场景的优秀智能体成果以及私有化部署的“工业品智能体开发平台”。这标志着欧冶工业品实现了从“超级员工”计划向“专业智能体”计划的进阶。

前期，欧冶工业品启动实施了“超级员工、专业智能体、超级程序员和安全防护”四项计划、开展两期“DeepSeek 工程师”行动学习研修班、推进智能体开发等工作。在此基础上，欧冶工业品从114个由各单位 DeepSeek 工程师自主开发的智能体中，通过业务场景分析与分类，由公司领导带头强化顶层设计、聚焦核心业务，产生了20个紧密结合公司业务的优秀智能体，涵盖聚量采购、销售、库存计划审批、风险防控、合同规范、费用合规等业务场景。

基于开源项目二次开发，欧冶工业品构建了自有的智能体开发平台，实现“数据内循环”与技术自主可控，为各业务模块实现“AI+采购”夯实了技术基础。基于属地化部署的智能体开发平台，上线了供应商寻源助手、行情助手、个人文档助手等多个智能体示范应用，为各单位智能体开发提供了参考案例。

会上，来自各业务中心、职能部门、各大区和分公司的 DeepSeek 工程师代表进行了智能体成果现场发布。他们聚焦业务痛点堵点，结合实际需求，通过智能体开发平台，实现了业务逻辑与智能体发展理念、思路的贯通，体现了对“AI+采购”应用新路径的积极探索。

欧冶工业品表示，将不断提升对大语言模型的认知和理解，充分发挥其在采购供应链领域的积极作用，实现“效率效益合规廉洁”等功能，为用户增值、创效、降本作出更大贡献。基于对大语言模型本质的理解赋能采购，强化大数据的应用，构建欧冶工业品各领域的强大知识库。聚焦供应链管理的核心业务，将供应链关键环节信息转化为大数据基础，通过 AI 赋能提升采购计划精准性，实现对各钢铁基地需求的精准描述、对供应商群体的精准描绘、对供需双方的精准匹配，携手宝武各钢铁基地打开价值创造、效率提升新空间。站在供应链管理的更高定位推动“AI+采购”，进一步追溯“供应链之源”，从供应链全局审视和提升资材备件、工程设备采购效率，助力聚量采购和采购需求计划的精准管理，并进一步加强公司顶层设计，发挥员工积极主动性，构建工业品采购供应链领域的垂直大模型。以“AI+”战略打造未来竞争优势。通过数字化手段破局供应链管理的难点痛点，以智能体的深度嵌入提升欧贝平台服务能力，为客户提供更好体验，打造面向未来的平台型经济新优势。

未来，欧冶工业品将依托智能体开发平台，持续推进 AI 能力在不同场景的嵌入和应用，继续上线采购运营效率可视化、关键物料全生命周期管理、自动发运、AI 库存优化管理等多个智能体，加速 AI 技术从“辅助工具”真正成为驱动体验变革、效率跃升的“生产力引擎”。



欧冶工业品发布智能体开发平台
破局供应链管理痛点
探索「AI+采购」新路径



了中南股份下达的降本任务，6号、7号、8号高炉无水炮泥耐材单价降幅分别达到16.7%、6.5%、10.53%。同时，现场使用方面进一步做好泥耗的控制，合计降本约22.2万元/月，2024年全年实现降本266万元。

鄂城钢铁设备管理部 高效完成维保招标策划

随着设备管理要求的不断提升，中南钢铁鄂城钢铁设备管理部遵循“区域集中、专业聚焦、界面清晰、人员精干、流程精简、服务提质”的维保策划思路，以提升设备维护效率为目标，通过一系列创新措施，优化资源配置，快速、高效、经济完成鄂城钢铁2025-2026年度的维保招标策划工作，为公司的高效运营提供坚实保障。

本次维保招标策划工作对各区域常规检修进行了全面规划。在主体维保方面，进一步推进主产线区域化集中大包策略，将起重、空压、能环风、发电等关键设备的维保以及年修、恢复性保温、脚手架、动平衡技术检测等业务纳入维保大包范围。通过组织各主体单位细化技术协议，明确分工界面，确保维保工作的专业性和高效性。在专业维保领域，进行了大刀阔斧的改革。通过整合公司范围内的空调、挖机、拆炉车、炉窑、电网等18项专业维保项目，成功减少了合同数量和供应商数量，使专业维保更加聚

焦。这一举措不仅提高了维保工作的专业化水平，有效减少了单项检修合同数量，还降低了管理成本，同时使管理人员能够更专注于核心业务的管理和优化，提升了整体管理效率。通过前期维保招标的精心策划，目前已完成全部常规检修项目招标工作。

本次维保招标策划工作的成功实施，标志着鄂城钢铁在设备保障方面迈出了坚实的一步。下阶段，设备管理部将继续深化管理改革，不断提升维保工作的专业化、规范化和智能化水平，为公司的高质量发展提供有力支撑。

鄂城钢铁物流管理部 全力提升合同招标比例

为做深做实物流运输招标管理工作，中南钢铁鄂城钢铁物流管理部按照“应招必招、能招尽招”的思路，全面梳理、逐项分析物流运输合同，不断强化招标管

理，进一步提升招标比例，助力企业“活下去、好起来”。

物流管理部多次赴宝钢股份武钢有限对标学习，要求把所有合同打开，与对标单位对应合同一一对照，深度对标，找出不足，认识差距，制定努力方向和采取措施。同时，依据招标管理文件要求，深挖“可招标、能招标、必招标”合同。

物流管理部坚持“应招必招、能招尽招”原则，对所有物流运输合同进行了全面清理。通过与宝华招标的专业人员进行充分交流和技术指导，逐项项目分析，逐个合同评价，合理设置招标条件，规范技术协议，以年度招标率达到80%以上为目标，逐步消除障碍、扩大范围、拓展渠道，以2025年度降费目标为导向，在所有合同招标上做到合同费用应降尽降，把算账经营进一步落到实处，做深、做实物流运输降本增效工作。

聚焦价值创造 满足用户需求

推进“共鸣式、阶段式、助推式、共享式、安心式”服务

梅钢冷轧工序深刻践行“以用户为中心”理念

■通讯员 薛长江

今年以来，宝钢股份梅钢公司冷轧厂从转变观念、增强意识、锻造能力、深化服务等维度，深刻践行“以用户为中心”理念。

转变观念，用户需求才是“标准尺”

用户服务能力就是企业的核心竞争力，梅钢冷轧作为深加工终端工序，直接面对用户，承载着用户信任。上半年，某批次产品受到用户质量抱怨。冷轧厂迅

速响应，跟踪返查该批次产品，发现产品满足厂内质检标准和协议要求。团队没有纠结于此，而是立刻意识到：用户需求才是唯一标准。随即，冷轧厂牵头组建服务团队，奔赴用户处走访交流，深度了解缺陷造成的影响，与用户“对标对表”，按照用户实际需求优化了厂内质检标准，得到用户的充分认可。

即刻行动，给用户吃上“定心丸”

年初，冷轧厂镀锌锌团队收到一封来自用户的“感谢信”。得知用户紧急供

货需求后，冷轧厂即刻寻求制造管理部、创值中心等部门的支撑，协调资源，为订单打通绿色通道，实现了首批材料10天内出厂，有力保障了用户项目建设用材需求。事后，团队成员纷纷表示，能得到用户的认可便是最大的幸福。

苦练内功，为用户“私人定制”

去年，针对某用户提出的508内径镀锌产品需求，镀锌团队立下军令状，攻克设备、工艺难题，在一个月内保质保量交付了合同。今年以来，随着用户508内径镀锌产品合同增加，团队进一步思考策划，开展“508产品在线切换专项方案”攻关。4月份，首次实现了该产品不停机切换，每次节省切换时间1.25小时，进一步提升了供货能力。

工序协同，纵深推进“一体式”服务

前不久，某用户在生产镀锌产品时出现质量缺陷，冷轧厂协同制造管理部、热轧厂等，组建专业团队，赴用户现场“问诊把脉”。团队发挥自身专业优势，设身处地为用户解决“疑难”问题，在用户服务上不局限于“厘清责任”，也不局限于“就事论事”，而是从采购、质量、工艺、设备等方面提供综合服务。

梅钢冷轧厂将持续推进“共鸣式、阶段式、助推式、共享式、安心式”服务，不断为用户创值价值。

精准触达终端客户

欧冶云商华南大区以供应链联合体打造共赢生态

■通讯员 小欧

随着新能源汽车、高端装备等领域崛起，钢材需求从“万吨级”批量采购转向“公斤级”柔性供应。欧冶云商华南大区敏锐捕捉到终端市场对钢材的需求变化，积极探索线上线下联动模式，依托平台资源整合、在线交易和数据服务优势，加速推进供应链联合体业务，紧密联合当地加工中心，精准触达终端客户，向宝武第二营销渠道转型，为钢铁生态圈注入新动能。

从规模依赖到痛点洞察

转型初期，团队经历了从规模依赖到需求错配的阵痛。长期以来，欧冶云商的核心客户集中于上游钢厂与下游渠道商，月均万吨级的交易规模形成了“规模优先”的合作惯性。起初，华南大区选择将能够迅速上量上利的单轧厂作为突破口，然而此类单轧厂提出的合作条款仍基于传统大宗交易逻辑，实际业务却需要满足终端客户“小批量、高质量、高频次、急交付”等精细化要求。欧冶云商当时的标准化服务体系难以适配，合作一度受阻，这也成为后续供应链联合体业务落地的关键契机。

供应链联合体破解难题

经过调研，华南大区发现，新能源车企内卷严重，终端加工中心普遍存在原料采购成本高、库存压力大、付款周期长等痛点。面对挑战，华南大区摒弃“规模至上”的传统思维，提出“以终端需求定义服务形态”的策略。他们耗时6个月走访福州及周边10余家加工中心，发现某新能源汽配加工企业有意向扩大合作规模，但正陷入终端内卷压缩成本困境：不仅要满足严苛的交期要求，垫付大量资金备货，还需要给终端提供将近9个月账期。对此，华南大区团队通过供应链联合体模式逐一破局。团队迅速整合宝武系资源优势与平台数字化能力，为其定制了“终端配送”的一体化方案。

通过欧冶平台实现钢材的多品种小批量采购，利用本地加工中心进行预处理，再通过云配送系统实现高效精准交付。这一模式有效解决了客户“采购难、周转慢、资金紧”的三大难题，成为华南大区从渠道贸易向终端服务的关键跨越。



生态成效：从0到1的终端突破

截至2025年一季度，福州昊盈供应链联合体企业已服务3家客户，宝武系钢材通过欧冶平台的区域配送量同比增长4.5%。更重要的是，这种“平台+加工中心+终端客户”的生态模式，构建起多方共赢的价值网络：钢厂实现终端需求直连，加工中心转化率提升4.3%，终端客户采购成本下降7.69%，真正实现了“从钢厂到车企”的价值链延伸。

此外，欧冶云商华南大区依托供应链联合体的资源协同优势，创新推出场景化营销方案。成功实现终端服务“从0到1”的突破，首次服务超5家终端企业。

统一思想认识 凝聚奋进力量

中钢集团

(上接第1版)中钢洛耐还将短视频作品分享至各单位开展学习交流，并将评选出的优秀作品通过中钢集团宣传阵地、内部电子屏等形式开展宣传，营造比学赶帮的良好氛围。中钢资产以“三讲”“两讨论”“一心得”推进形势任务教育。“三讲”聚焦落实年度工作会议精神，开展“分组座谈讲”“年度会议讲”“深入所属企业讲”。“两讨论”聚焦学习贯彻宝武第二次党员代表大会精神和诚信文化建设专题学习，广泛组

宝武环科、宝武水务

(上接第1版)领导班子成员在深入学习领会宝武第二次党员代表大会精神的基础上，结合公司实际开展宣讲。其他班子成员到分管单位或业务领域、所在党支部、联系点等开展宣讲，各级党组织书记也陆续组织开展相关宣讲。细化

欧冶工业品

(上接第1版)加强党的建设，全面增强基层党组织政治功能和组织功能；进一步全面深化改革，推进“一体化运作、一贯制管理”，加快打造欧冶工业品“新五制配套”（总经理负责制、采购需求的计划值管理、“四新”项目推进、“AI+采购”管理标准化、群众性创新活动），不断增强核心功能、提升核心竞争力；打破壁垒障碍，推动聚量采购；以

宝地资产

(上接第1版)全面采购优化，强化资金管理，持续提升人事效率。强化风险防控，筑牢高质量发展根基。有效控制经营风险，严格防范安全、环保风

险，加快ESG与经营管理融合。同时，宝地资产编发《形势任务教育七问解码》，聚焦公司当前面临的问题和挑战有哪些、出现这些问题和挑战的根本原因是什么、我们怎么干等7个问题，以Q&A形式，进一步引导全体员工知形势、明任务。