

# 让产品“明珠”始终闪闪发光

——记太钢集团宁波宝新营销中心总经理王强



宝武行稳致远，靠的就是各级管理者以身作则、勇于实践，运用管理智慧带领广大员工投身改革发展的浪潮中，为宝武创建世界一流企业而尽心尽力。我们推出“管理智汇”栏目，展现各级管理者在日常工作中的管理思路和能力，相互学习借鉴，推动管理上台阶，共同助力企业高质量发展。



近两年，在复杂多变的经济和市场形势下，房地产、家电、汽车交通等各行业对不锈钢产品需求不振，国际贸易制裁等因素又导致出口海外市场受阻，而国内不锈钢产能却不断释放，供需矛盾加剧，不锈钢冷轧产能利用率从2015年88%跌落至55%的历史低点。面对扑朔迷离的市场环境，宁波宝新提出“薄特精优+极致效率”经营理念，对外不断拓展独有领先产品市场，对内不断追求极致效率，创造极致效益。

## 内外兼修聚人心

宁波宝新营销中心作为负责公司主原料采购和国内外销售的责任部门，承担的压力不言而喻。但是有压力才有动力，有目标才有奋斗的方向。不管是“事”还是“物”，最终都会落实到“人”。任何经营目标，最终都是靠团队来执行，营销人员执行力大小，可能比政策本身的好坏更重要。

作为营销团队的负责人，王强经过思考，立刻召开部门动员会，将“薄特精优+极致效率”经营理念细化分解到每个科室、每个人，要求团队成员不讲客观原因，只发挥主观能动性，立足岗位、对标找差，发现问题、解决问题，形成五

个重点项目并制定详细实施方案，每月动态跟踪，确保目标完成。

在具体工作中，王强则又像个大家长，平易近人，关心团队成员的工作和生活。通过拓展活动、家访活动，他加强与员工之间的沟通。员工生病，他第一时间上门慰问；员工家里有困难，他想尽办法帮助解决，给团队成员创造一个舒心开心的工作氛围，让大家增强幸福感、安全感。

在用户眼中，王强是个“微信达人”，每次用户走访，上至公司领导，下至现场员工，他都要加一遍微信，并再三表示：有解决不了的紧急问题务必第一时间找他。2024年4月份，华东某用户采购人员周六下午发微信反馈，其下游的终端油箱钢企业突然提产60%，不锈钢产品库存告急，若无法按时交货，将面临巨额索赔。王强收到信息后，第一时间联系制造部门开通绿色通道保供，协同体系内兄弟单位宝钢德盛加快后续原料生产交货。在全体体系的大力配合下，顺利完成用户的紧急供货任务。

类似的事例不胜枚举。王强总说：只有当好用户的“保姆”，才能赢得用户的心。用户对他的称呼也在不断变化，

从开始的“王总”到“强总”，再到“强哥”。对此，他表示：自己很愿意成为用户的“自家人”。

## 主动出击赢市场

“薄特精优”是宁波宝新产品差异化的特色之路，而王牌优势产品就是汽车装饰条，它被誉为不锈钢冷轧行业“皇冠上的明珠”。客户对产品表面光泽度、解像度、材料耐腐蚀性等各项技术指标要求极为苛刻，在宝新产品投放市场之前，国内汽车生产厂家的原料采购全部进口。

2012年，汽车装饰条用不锈钢产品在宁波宝新实现第一卷下线，全面替代进口。经过长期的发展，工艺稳定、质量上乘，是宁波宝新盈利能力最强的产品。在2023年创下销售新高后，却面临销量和份额无法提升的瓶颈。面对难题，退缩是没有出路的，王强主动提出攻克难题，让“明珠”持续发光，为公司创造更大效益。他成立专项团队，积极走访各大汽车主机厂，深度挖掘客户新想法新要求，借力中央研究院，以及体系内的宝钢德盛和太原基地，发挥协同效应，从炼钢到冷轧为用户提供全方位、一对一定制解决方案。

这还不够，王强认为：需要与用户进行深度交流，让用户认识到宁波宝新的产品不仅能替代进口，还可以取代进口。当一次次改进后的技术方案，以及一个个详实的试验数据和参数呈现在用户面前时，他们终于打消了对进口材料的依赖，“宁波宝新装饰条产品性能优于进口产品”的消息在行业内逐渐传开。

宁波宝新乘势而上，在原有两个替代钢种的基础上，又相继开发出一系列耐腐蚀更好、性能更稳定的产品，并成功通过各大汽车主机厂的材料认证，国内市场占有率再次攀升到新高度，为企业多创效4000多万元。

## 精益运营增效益

极致效率虽然可以降低成本，但要实现盈利，还需通过不断调整订单结构，增加差异化产品，才能实现公司高质量发展。针对产品差异化销售，王强提出既要“养好大树”，也要“栽种小苗”，他要求团队成员服务好重点用户，确保份额不降的同时，也要有敏锐的市场洞察能力和嗅觉，不断发现不同行业、不同用户的新需求，开发新产品。

2023年，宁波宝新不锈钢产能利用率接近90%，但是仍有10%产能无法发挥，极致效率就意味着必须满产甚至超产，进而实现制造成本不断下降、效益逐步改善，而这一切的前提就是足量订单的支撑。王强时常带领各区域销售团队和原料采购团队，对国内重点用户密集走访，倾听用户声音。针对用户提出的交期、质量、定价模式、库存管控等各种问题，他要求团队“能当场解决的就立即解决，需跨部门、跨基地解决的问题，次日必须回复解决方案给用户”。正是这种高效务实的工作作风赢得了用户信赖，2024年华东、华南用户协议量不断增加，公司实现满产满销。

(王强 陈丽君)



自主管理活动，是宝武基层基础管理法宝之一，是发挥一线员工扎根现场奉献企业的重要平台。管理版推出“自主管理心经”栏目，展现各子公司员工和团队在进行自主管理课题研究、实践中的心得体会和经验，为大家更好开展自主管理活动提供借鉴，并转化为促进现场改善的扎实能力。



我曾是自主管理最坚定的“反对派”。那时候每日与密密麻麻的工艺参数打交道，总觉得“按部就班不出错”就是尽职尽责。直到亲身参与“提高脱硫出口指标控制达标率”课题攻关，才真正理解了这项基层管理法宝的深意。

记得昆钢新区300平方米脱硫系统投运初期，我们如同踩在钢丝上的舞者——二氧化硫浓度变化非常大，出口浓度时常逼近50毫克警戒线，面临突破环保“底线”的困境。为此我们不得不用传统“大水漫灌”式氨水投加来解决问题，然而这种操作方法导致氨水单耗居高不下，氨逃逸问题更是变成了悬在头顶的“达摩克利斯之剑”。

面对这个“烫手山芋”，师傅们摇头说“工艺极限摆着呢，咋能做到。”转机出现在公司推行“双赛合一”机制后，我们开展了“超低空飞行”岗位技能比武竞赛，竞赛倒逼我们重新审视操作细节。在QC小组的鱼骨图分析会上，有职工提出的“氨水雾化不均匀”猜想，像一束光照进迷雾。经过三个月数据跟踪，我们创新采用“三级联动调节法”，将氨水泵频率、PH值反馈、烟气流量纳入动态调控模型，从而更精准判断二氧化硫浓度，实现精准加药。控制出口指标无限贴近排放指标而不触碰环保“底线”时，控制室里爆发的欢呼声至今犹在耳畔。为此班组被授予“超低空飞行明星团队”称号，由此衍生的自主管理课题“提高脱硫出口指标控制达标率”，更是以宝武6项自主管理课题之一的身份，入选国际质量管理小组会议推荐成果进行交流。

这次实践让我意识到，自主管理也许并不是我想的“花架子”。之后公司构建的“三平台、两激励”体系如同打通了技术创新的“任督二脉”。班组小课堂上，“脱硫脱硝工艺调整对煤气耗量影响的探索”“锅炉烟气超低排技改烟道取气口优化降阻节能”等一系列课题相继推出；省级创新工作室里，专家手把手指导我们攻克高炉热风炉氨法脱硫的技术盲区，我们特有的竞技机制，则让每个参数调整都显现精益求精的工匠精神。特别是在2号高炉热风炉改造中，面对国内尚无先例的改造难题，正是这种全员参与的管理模式，让平均年龄仅28岁的项目建设团队灵感迸发，成功解决一大施工难题。

如今回望，自主管理带来的不仅是工艺指标的提升。当看到团队研发的“以废治废”技术将脱硫废灰转为宝、当见证公司从技术引进方成长为行业先行者，我深切感受到：每个岗位都是价值创造的源头，每次突破都是集体智慧的结晶。从抵触到拥抱，从跟随到引领，自主管理让我们在守护钢铁蓝天的征程中，既成为了绿色制造的守护者，更蜕变为技术创新的主人翁。这或许就是宝武基层管理智慧最生动的注脚——当每位职工都成为自己岗位的“CEO”，再顽固的技术壁垒，终将在众志成城中土崩瓦解。

# 打响“2526”工程，向“专业智能体”计划进阶

欧冶工业品发布智能体开发平台及首批优选智能体成果

## 智慧管理

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，欧冶工业品发布了首批20个覆盖采购供应链管理关键场景的优选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，并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选智能体，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策划，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，为客户带来更好体验，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、自动发询、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”。

(侯丽丽)

# 从“痛点”到“亮点”的蜕变

——中南钢铁鄂城钢铁宽厚板厂创新管理模式的实践

中南钢铁鄂城钢铁宽厚板厂近日传来喜讯，通过精益生产管理的创新实践，实现了效率与成本的双突破，为创新管理解决现场难题、突破瓶颈提供了有益借鉴。

创新管理，突破瓶颈。宽厚板厂的生产流程曾面临一个棘手难题：中间库坯料与现

率。更棘手的是，在加热混杂钢种时，频繁的工艺调整不仅增加了煤气消耗和电耗成本，还加剧了生产压力。这一系列问题如同一道道“坎”，困扰着生产团队。

面对挑战，生产安全室滑思俊带领团队迎难而上。他们从生产流程的每个环节入手，深入分析问题根源，最终找到了突破口。通过创新管理举措，实施“预防性管理”，将随

机性操作转变为科学规划：基于生产计划预判坯料流转需求，提前规划坯料流向，动态调整库区布局，利用“窗口期”提前24小时对中间库坯料进行规整分类。这一系列举措，让原本杂乱无章的坯料管理变得井然有序。

迈向“零误时、零待机”。“管理创新一小步，效率提升一大步。”正如团队成员所言，这次改革只是一个开始。鄂城钢铁宽厚板厂计划进一步推动智能化排产与动态库存管理，打通炼钢、轧制全流程信息链，向“零误时、零待机”的卓越生产目标迈进。

从问题到解决，从困境到突破，鄂城钢铁宽厚板厂用实际行动诠释了精益管理的力量。

(滑思俊)



高效协同，创造佳绩。在新的管理模式下，宽厚板厂实

# “特钢之王”铸就“转动之源”

轴承，是机器转动部分最硬核的零部件，专为安装在“轴”上的齿轮、车轮、涡轮、风扇、转子等提供鼎力支“承”，确保其安全、平稳、顺畅、高效旋转。轴承因此被誉为“转动之源”。

轴承钢，因制造轴承而得名。轴承钢之所以能成为制造轴承的理想之材和品质之选，是因为轴承钢具有高洁净度和均匀性、高硬度和耐磨性、高弹性极限等独特性能，而这一切都是为了确保轴承在“履职”时能够保持高精度、高稳定性、长寿命和“量身定制”的，轴承钢因此成为钢铁生产中要求最为严苛的特种钢品种。

曾几何时，轴承钢市场被国外少数国家的轴承巨头长期垄断。我国于1951年开始生产轴承钢，经过半个世纪不懈努力，如今已成为全球最大的轴承钢生产国。

宝武作为全球最大钢铁企业，是我国为数不多的轴承钢生产企业之一。宝武特钢的前身是上海第五钢铁厂，与轴承钢缘起情深，携手共进，印下一串串闪光的足迹：1997年开发小方坯连铸轴承钢；2004年研发航空发动机轴承钢；2012年攻

克轴承钢氧含量“居高不下”的难题；2017年成为国内唯一具备K字头铁路客车轴承钢生产能力的企业；2020年圆满完成中国航发哈轴紧急求援一批高温轴承钢的任务。此外，其“拳头产品”高碳铬轴承钢系列产品多次荣获国家特优质量奖。

马钢、太钢也是轴承钢深耕者，近年来更是瞄准高端，聚势发力。2022年11月，马钢轴承钢首次取得铁路用轴承钢产品准入证。2023年7月，马钢高品质风电机组主轴轴承钢，顺利通过国内头部风电制造企业认证。2024年3月，太钢与中国最大的轴承企业，也是中国轴承工业的发源地和新中国第一套工业轴承诞生地的瓦轴集团，签订战略合作协议，双方将围绕轴承钢和轴承的绿色化、高端化、智能化，共谋发展、共赢未来。

轴承钢是重要的基础材料和战略性物资。有了“宝武造”高端轴承钢加持，我国的轴承制造水准不断取得突破。

(李国甫)

了解宝武

每个人都能够成为自己岗位的「CEO」

武昆股份天朗环保宣传思想文化管理员

成沛寰