

■特约通讯员 翁蔚

本报讯 近日,在深入贯彻中央八项规定精神学习教育突出问题集中整治的关键阶段,宝武智维党委、宝武重工党委紧紧围绕贯彻中国宝武第二次党员代表大会、第十七期决策人研修关于“新阶段 新战略 新模式”的部署要求,坚持目标导向、问题导向、实效导向,聚焦学习教育查摆出的突出问题,以作风改进为突破口,召开集中整治现场推进会暨走现场跑市场集中调研会。宝武党委学习教育第一督导组现场参会,对集中整治工作进行现场督导。

今年以来,宝武智维、宝武重工锚定高质量发展目标,将构建“以市场为导向、以用户为中心”的经营机制作为破局攻坚的“关键密钥”。通过全流程优化产品质量管控体系,精准提升订单交付效率,在满足用户多元需求中筑牢企业信誉基石,持续巩固市场竞争优势,以扎实行动生动诠释“用户至上”理念。

自学习教育开展以来,宝武智维党委、宝武重工党委坚持一体推进“学查改”,系统梳理领导班子问题清单,精准锁定“质量管控不严不实,漠视用户反馈意见”突出问题,针对案例中暴露出来的责任意识不强、内部管理 deficit、执行链条松垮、干部作风懈怠等与公司大力倡导践行“以用户为中心”理念相背离的深层次问题制定整改对策。为确保整改整治工作落地见效,宝武智维党委、宝武重工党委紧扣走现场跑市场大调研目标要求,聚焦问题集中单位和区域,通过“分组调研验证+集中剖析研讨”的方式,确保整改工作直达病灶、措施落实精准有力。

紧扣学习教育一体推进“学查改”要求,以整改成效检验作风转变,切实把学习教育成果转化为破解发展难题、提升核心竞争力的强劲动力。会议强调,“以用户为中心”不仅是经营理念的具象体现,更是作风建设的“试金石”。各单位必须深挖质量交期问题背后的作风根源,弘扬求真务实之风,用严格履约赢得用户信赖、厚植企业信誉,以实实在在的整改成果检验学习教育成效。在责任落实层面,要构建“全员穿透”的“三位一体”担当体系。各级领导班子成员要发挥“头雁效应”,对照整改措施统筹推进、逐项销号;基层管理者要扛起承上启下责任,确保整改措施在一线落地生根;基层员工要严把质量与交付关口,杜绝任何“跑冒滴漏”。同时,在集团督导组指导下,层层压实责任,提升整改整治的精准度与实效性。在长效治理方面,要以常态化、制度化举措巩固整治成果。以现场集中整治推进会为新起点,推广交期管理工具,开展重点项目体系诊断与现场质量体系定期督查,以制度刚性推动长效整改。强化合同执行全流程管控,以“四流合一”与“QCDVS”为抓手,力争实现产品质量“零缺陷”、交付周期“零延误”。

秉持“竞争在市场,竞争力在现场”,本次集中调研还与持续深化基层基础管理和算账经营工作相结合。下一步,宝武智维、宝武重工将严格按照学习教育有关部署,根据督导组的有关要求,以“钉钉子”精神推进整改,强化过程监督并定期“回头看”,确保整改有实效、可持续,切实将学习教育成果转化为企业高质量发展的强劲动能。

坚持问题导向、靶向整治推进专题调研

宝武智维、宝武重工构建破局攻坚『关键密钥』



持续赋能算账经营和管理变革工作

## 宝武战略预备班(二期)研修举办

■通讯员 管轩

本报讯 日前,宝武战略预备班(二期)33名学员齐聚江城武汉,开展2025年第二次集中研修。此次研修学习了战略人力资源管理、组织行为学等课程,并到中南钢铁鄂城钢铁、宝钢股份武钢有限、美的武汉智能工厂参访交流,持续赋能算账经营和管理变革工作,打造有情怀、有办法、有担当,兼具战略眼光、创新思维与落地能力的复合型年轻干部队伍,驱动组织效能跃升。

武汉大学李燕萍教授讲授的《战略人力资源管理》,与宝武推进“2526”工程、构建全员数字化培训体系的实践高度契合,彰显了人才作为第一资源的战略价值。通过学习,学员深刻认识到人才工作需与企业战略同频共振。武汉大学杜旻教授讲授的《组织行为学》,生动诠释了“输入-过程-输出”的基本模型,拟人化地揭示了组织效能跃升。

武汉大学李燕萍教授讲授的《战略人力资源管理》,与宝武推进“2526”工程、构建全员数字化培训体系的实践高度契合,彰显了人才作为第一资源的战略价值。通过学习,学员深刻认识到人才工作需与企业战略同频共振。武汉大学杜旻教授讲授的《组织行为学》,生动诠释了“输入-过程-输出”的基本模型,拟人化地揭示了组织效能跃升。

聚力新质生产力 共筑发展新格局

## 华宝基金举办中期投资策略报告会

■通讯员 基轩

本报讯 近日,华宝基金举办以“聚力新质生产力·共筑发展新格局”为主题的2025年中期投资策略报告会,近300名银行、券商、机构及个人投资者代表围绕新质生产力发展、现代化产业体系建设、高质量发展等核心议题展开深度交流。

会上,华宝基金结合宏观经济与行业趋势,系统阐述了指数、固收、主动权益、海外、FOF等产品线的最新投资策略与业务布局。作为宝武金融板块核心成员,公司始终以服务国家战略、助力居民财富增长为使命。截至2024年末,公司已累计服务客户5938万户,旗下公募基金累计为持有人盈利772亿元,分红574亿元,以长期稳健业绩彰显专业资管实力。

近年来,华宝基金持续强化投研核心竞争力,依托“平台式、一体化、多策略”投研模式与基金经理团队制管理,整合内外部研究资源,构建多层次投研梯队,重点加大人工智能、信息技术、新能源、高端装备、生物医药、新材

料等“新质生产力”领域的投入。

在业务布局上,华宝基金持续深耕ETF产品“硬科技”赛道,构建多元化产品矩阵,截至2025年5月末,公司权益类ETF管理规模达798亿元;在固收业务方面,公司产品线已覆盖多种投资策略、多个投资领域,适应市场多元化的投资需求,截至2025年3月末,公司固定收益业务在管资产规模1987亿元(含货币基金),最近一年业绩排名全行业前1/8;公司海外投资则聚焦科技赛道进行全球化布局,已成功发行涵盖主动管理与被动指数的10余只产品,深度参与美国纳斯达克市场、港股互联网及“新质生产力”领域投资;在养老FOF领域,公司管理的稳健养老FOF通过“核心+卫星”策略分散风险,以低波动、低回撤特性成为养老投资优选。

华宝基金表示,2025年是中国公募基金高质量发展取得突破性进展的新起点,公募基金唯有自身实现高质量发展,方能高效赋能新质生产力,而新质生产力的壮大,也将为公募基金带来长期增长空间,从而实现居民财富的保值增值。

# 欧冶工业品：打造价值重构、效率跃升的“智慧新引擎”



■通讯员 欧小贝

一年来,欧冶工业品锚定改革创新主线,围绕采购管理服务增强核心功能、提升核心竞争力,有力支撑宝武改革发展大局。新阶段、新战略、新模式,欧冶工业品进一步提高功能定位,致力于以更高水平的供应链上下游管理服务,为宝武高质量发展打造驱动创新引领、价值重构、效率跃升的“智慧新引擎”。

以更高的定位和站位主动作为,加快从高质量采购管理服务者向一流供应链建设者的角色跃升。

2024年,欧冶工业品创新形势任务教育手段,通过管理研讨会、“周末大讲堂”等载体,推动干部员工从传统采购职能管理的惯性思维和固有习惯中解放出来,站在供应链管理全局辩证看待公司的未来发展。2025年6月以来,欧冶工业品组织管理者开展多场分层分类的学习研讨,围绕落实集团公司“新阶段、新战略、新模式”精神要义,聚焦公司功能定位和未来战略重点统一思想、深化认识,提出未来将持续开展管理创新,建立真正“以客户为中心”的供应链管理服务模式。一方面,从加强供应商端的延伸管理,到更好服务钢铁基地用户、持续提升综合降本能力,再到提升物流端、链融端的供应链服务保障能力,不断加强专业化集采能力;另一方面,以集采能力为基础,发挥集采外溢效应,以市场化机制检验和促进采购

能力迭代升级,并通过欧贝生态平台提供“四流合一”的数智化供应链整体解决方案和增值服务,推动供应链痛点解决和效率提升。

落实新战略,要提升宝武工业品采购竞争性,在协同赋能过程中培育新优势、贡献新价值。

一是深化整合协同,立足全局促发展。当下,欧冶工业品正按照“供应商管理、合同上平台、后续集采整合”“三步走”策略,稳中求进推动宝武“1+3+2”产业体系工业品集采整合,并有序推进钢铁基地建设技改项目工程设备集中规模采购,通过聚量采购需求、培育更加紧密优秀的工业品供应商队伍,更好展现整合协同效能,构建更加专业、规范、透明、高效、具有竞争力的宝武工业品采购新生态。

二是重点推进“三压减三提升”,深入推动算账采购做深做细,进一步提升招标和直采比例。2025年1-5月,招标1079项,规定招标比例94.9%,实现招标项目数量与金额的大幅提升;相较委托金额,节资率实现10.4%;工业品直采比为91.5%,较2024年提升9.2%,达到集团整体提升10%的目标。创新招标采购思维方式,依据基地需求特点进行分类集批,4月分两批次对太钢基地、昆钢基地、新钢基地以及宝钢股份宝山基地、东山基地、梅山基地高炉风口套实施跨基地聚量招标,通过构建新老供应商竞争和“快跌慢涨”机制,对冲铜价上涨带来的不利影响,实现中标金额较招标委托金额下浮超6.4%、总采购成本同口径下降超11.1%。下一步,欧冶工业品将通过优化《不招标项目清单》、提升竞争性采购比例、推动聚量采

购、推进工业品供应商集中管理、与宝武各二级公司强化协同等,持续提升招标比例和直采比例。

三是推进多维度协同创效,协同推进备件全生命周期管理,深入推进研究机构、供应商、高校等优势资源共同参与的“产研价价值增值项目”,打造以“E+P+C”为代表的工程设备采购服务能力,提升物流单元价值创造能力,开展生态圈购销联动。2024年,欧冶工业品聚焦144个重点品类,携手钢铁基地、多家供应商伙伴创新“互为客户、互为市场”的购销联动合作模式,为宝武生态圈贡献了新价值。后续,欧冶工业品将持续提升服务能力、采购管理能力和业务能力,立足做强集采的深厚基础,打造面向未来的平台服务能力,全面提升用户满意度,打造高质量工业品采购供应链管理服务新优势。

打造新模式,要以改革创新激发动力,以“四化”发展驱动供应链向更高维度、更深层次迈进。

一是全面深化改革,加强能力建设。2024年,欧冶工业品完成以做强总部、做实基地为目标的系列组织机构变革,夯实了做强专业化集采服务的基础。2025年以来,公司进一步全面深化改革,推动全体系“一体化运作、一贯制管理”,构建“新五制配套”管理体系优势,持续打造“以廉洁采购能力为基、以供应商管理能力为源、以算账采购能力为核心、以高效服务能力为目标、以科技创新能力为特征”的五位一体核心竞争力体系,真正体现集中采购规模优势以及贴身服务基地的专业价值。

二是以科技创新为驱动力,推动“四新”和“AI+采购”向更深层次

迈进。发挥工业品供应链“桥梁纽带”作用,加快“四新”(新材料、新产品、新装备、新技术)的发现、应用和推广工作向2.0升级,推动优秀供应商最新的科技创新成果与宝武钢铁基地现场应用场景对接适配,进一步增强创新支持能力,在加快科技成果转化以及解决创新链痛点、堵点方面取得实质性突破。2024-2025年5月累计实现降本效益3亿元,2025年91个子项目已落地67个,为集采用户降本、节能、降耗等方面作出积极贡献。积极推动“2526”工程走深走实,深化“AI+采购”战略。较早完成DeepSeek R1蒸馏版本的本地化部署,启动了“超级员工、专业智能体、超级程序员和安全防护”四大计划。5月20日,公司实现从“超级员工”计划向“专业智能体”计划的进阶,发布首批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”。

下一步,欧冶工业品将构建供应链管理知识库、工业品采购供应链领域垂直大模型,积极探索AI工具在采购需求计划、备件全生命周期管理、采购策略制定等供应链关键环节的创新应用,切实发挥大语言模型优势,并以智能体的深度嵌入提升欧贝平台服务能力,助力数智化转型升级。进入新阶段、落实新战略、打造新模式,欧冶工业品将在宝武战略发展蓝图的引领下,以客户为中心,打造面向未来的供应链管理服务能力,坚定不移改革创新、稳中求进开拓新局,为建设更加新质、更加绿色、更加智慧、更加国际化的宝武,展现新时代工业品供应链的新担当、新作为!

## 炼钢余热回收 助力绿色发展



马钢有限特钢公司深入践行绿色低碳发展理念,通过技术升级改造,实现电弧炉炼钢过程中产生的烟气余热全量回收再利用,不仅有效降低生产成本,而且有利于区域环境空气质量的改善。图为正在运行中的电弧炉烟气余热回收系统。

特约通讯员 罗继胜 摄影报道

各大基地积极性,在短时间内迅速扭转经营态势的?

他们回答很简单——“保规模,调结构,降成本”。

对外,事业部以用户为导向,全力开拓市场。整合后,金属制品事业部利用体量优势与品牌效益,加强内外部资源整合,协同采购与市场,创造规模效益。近年来事业部大力开拓市场,成功开发了38家弹簧钢丝和44家预应力钢绞线产品新客户,创下了金属钢丝销售规模历史新高。这些努力为八大基地屡传捷报提供了强有力的支撑。

对内,事业部坚持优化品种结构,增强核心竞争力。金属制品事业部党委书记陈三芽表示,2022年特殊品种产量仅1000吨/月,现已提升至6000吨/月,中高端特殊用途产品占比从4.5%增至28%。

开局关乎全局,就着4月30日新钢集团产销一体化平台成功上线的喜悦,新钢集团将继续把宝武“三压减三提升”专项行动和公司“双回归、两公开”“三个不动摇”等重点工作结合起来,在技术创新、市场拓展、降本提质等方面持续发力,趁势而上努力实现“双过半”。

### 封路通知

由上海宝冶集团有限公司承担施工的宝钢股份宝山基地一号高炉大修改造工程項目,因施工需要,需对铁十九路(铁十七路与铁四十四路之间段)实行封闭断路。封路时间为2025年7月10日至2026年9月30日。特此通知。

上海宝冶集团有限公司

## 重庆钢铁首次进入 庆铃汽车集团供应体系

■通讯员 蒋雪峰

本报讯 上半年,中南钢铁重庆钢铁营销和技术人员加大走访调研力度,开发中小蚂蚁客户,不断提升热卷产品在重庆市场的占有率。近日,重庆钢铁首次进入庆铃汽车集团供应体系。

4月,在用户走访中了解到重庆庆铃专用车有热卷需求后,重庆钢铁推进高层互动,热卷产销研团队立即深入用户生产现场,认真学习庆铃专用车加工工艺,对标改进热卷产品控制精度和表面质量,以定制化高标准材料满足庆铃专用车使用需求。经过多轮试制送样验证,成功取得庆铃专用车的认可。凭借技术攻关、商务创新及服务升级的多维突破,重庆钢铁斩获重庆庆铃专用车首批批量订单。

## 走进新钢集团：“快、优、实”，以新观念寻求新突破

(上接第1版)

1月,从中东某头部企业斩获5000吨搪瓷钢订单,这不仅是今年外贸首笔高附加值大单,更创下新钢搪瓷钢单笔接单量新纪录。2月,首批出口印度尼西亚的高强度高等级Q690E钢板顺利交付,一次性能命中率达100%,标志着新钢厚板在高端化转型中迈出重要一步。4月,新钢集团高压锅炉用管坯钢成功通过中国锅炉制造行业头部企业——上海锅炉厂的认证,正式被客户纳入采购“白名单”。这一突破标志着新钢特钢产品在高端市场再获认可。

数据显示,4月份,新钢集团高端领先产品占比达11.9%,创历史新高。1至4月各产线高品品种材销量比去年均有大幅进步,其中热卷增幅为80.7%,优钢、硅钢增幅均大于20%,中厚板增幅达17.4%。

现场给力,营销发力。营销中心依托六大代表处,积极发挥产销研一体化优势,深入市场走访用户,一季度成功开发新用户67家,其中终端用户47家,占比达70%。

以“优”提升效能——

主动作为探寻破题之道

2024年,面对钢铁行业形势变化,新钢集团打破思维定式快速反应,充分挖掘各条线潜力探寻破题之道。

按照宝武推进招标采购工作要求,新钢集团结合实际,以“双回归、两公开”为突破,紧扣单位和业务两条主线全面挖掘潜能,年累计降本增效超9亿元;坚持以高炉为中心的生产组织思路,实现“从买什么用什

么”到“用什么买什么”的管理跃升;坚持全面深化改革,组建了特钢事业部,完成矿山系统改革,对物流、后勤、维检等业务进行优化,主责主业更加聚焦;招标办公室严把“应招尽招、真招实招”关口,“公开招标、公开竞价”比例由78%提升到92%。

2025年,新钢集团持续全面推进“两公开、双回归”降本增效工作。在采购端,新钢集团充分发挥公开招标、公开竞价的采购优势,持续强化招标采购力度,提升招标和直采比例。1至4月,宝武规定招标比例完成100%,公开招标比例完成100%。1月,硅钢薄板事业部正式成立包装作业区,按照人力资源部立、包装业务回归和材料全部公开招标采购三项原则,产品包装工作摒弃外委,转为事业部自己负责。

不临江、不靠海,物流成为新钢规避不了的短板。怎么办?

今年以来,新钢集团主要领导先后聚焦加大海进江比例、降低物流成本等工作专题推进,同时率队赴周边港口和码头召开现场会。

3月14日,距离新钢145公里的姚湾综合码头正一片繁忙之景——一艘货船逆赣江而上,停靠于此,它满载的进口矿资源经由汽车运往新钢。这是运抵南昌姚湾综合码头的首船进口矿,新钢水汽联运又添新通道。

4月10日,新钢集团首批圆钢从吉安新干河西综合码头顺利出港,标志着新钢产成品水路运输新通道正式贯通。5月2日,首批煤炭资源作为进港货物在该码头完成卸船作业。河西综合码头实现“出产

成品、进原燃料”双向配载模式。

通过优化调整发运通道和增加水运中转比例等措施,1至4月,新钢集团进口矿累计物流成本实现降本6667万元。

以“实”提增效益——

整合协同,盈利喜报横跨五市

5月13日,金属制品事业部再传喜讯。新建桥梁缆索热镀锌钢丝生产线第十个机组完成试生产并正式投入使用,每月可创效100万元。金属制品事业部首席工程师何玉明介绍,桥梁缆索热镀锌钢丝生产线不仅承载着优化产品结构、拓展市场份额的使命,还是金属制品事业部提升核心竞争力的重要举措。

在实施专业化整合后,金属制品业务板块一季度经营业绩大幅提升,实现利润总额1773万元,较去年同期增加985万元;总产品销量同比增长14.6%,展现出强劲的发展态势。

按照宝武统筹部署,自2024年8月新钢集团与宝钢金属签署托管协议起,金属制品板块整合工作持续推进。随着金属制品平台公司——宝武(江西)金属新材料有限公司正式成立,金属制品事业部加速深化区域资源协同与业务整合,协同效益逐步显现。

今年一季度,下属八大生产基地全部实现盈利,盈利喜报横跨余、南京、南通、武汉、张家港五座城市,标志着整合后的金属制品板块在市场竞争力和运营效率上实现显著提升。

面对当前金属制品行业的传统淡季,金属制品事业部是如何调动