

聚焦数字鞍钢建设重点攻坚

国内钢铁行业首个“数智化”物流一体化管控平台在攀钢上线

实现跨地域协同、集中管控“产供销”三大板块物流业务

本报讯（攀钢记者站 胡毅 通讯员 李政森）近日，攀钢“数智化”物流一体化管控平台上线，成功实现跨地域协同、集中管控“产供销”三大板块物流业务。这在国内钢铁行业尚属首例，标志着攀钢向物流运营数字化、调度智能化、过程透明化迈出坚实一步。

攀钢“数智化”物流一体化管控平台，在攀钢实施物流专业化整合中应运而生。2022年，攀钢对物流业务实施专业化整合，设立攀钢物流管理中心，与西部物联合署办

公，集中管控攀枝花、西昌、江油等生产基地物流业务，完成从“多头管理”到“一个中枢”的转变。整合后的物流业务点多、面广、战线长，急需依靠“数智化”手段实现“产供销”物流全流程、全要素、全方位高效协同。

今年初，在攀钢统一部署下，西部物联合署实施“攀钢‘数智化’物流一体化管控平台”项目，汇聚星云智联等10余家业务单位合力攻坚。历时10个月，推动平台成功上线。

目前，攀钢“数智化”物流一体

化管控平台已全面链接各生产基地及上下游企业，通过汽运、铁路、联合运输等方式，实现对各生产基地采购、生产、销售物流业务集中管控；建立从合同、计划、生产、库存、在途到交付的供应链全流程跟踪机制，实现物流、价值流、信息流全面耦合；打通智慧采购和智慧销售两端信息和数据壁垒，突破时间和空间限制，实现供应链物流组织最优，物流环节决策最优，资源配置最优；强化运输过程管控，基于运输任务路径，结合定位信号，

达到可视化监管，并及时提出警告，实现安全物流、绿色物流；搭建客商协同平台，实现内外部物流业务高效协同，破解因信息不同步、滞后等问题带来的成本、工时、资源浪费等难题。

相比国内钢铁行业同类企业物流模式，该平台突破了“单点物流”“数智化”“小圈子物流”“数智化”等难题，实现跨区域协同、全要素资源统筹、辅助决策等，对大幅提高物流效率，推动攀钢保供、保产、降本等工作上台阶提供了强力支撑。

“数智融合”赋能企业精益管理

本钢资产管理决策分析系统投入运行

本报讯（本钢记者站 高晓曦 通讯员 孙嘉倬）日前，本钢资产管理决策分析系统上线投运，成功实现以“数智融合”赋能企业精益管理。

本钢资产管理决策分析系统平台建设以“精益管理”为目标，将

固定资产、无形资产、流动资产及股权投资数据采集至同一平台，实现本钢各板块及多元子公司各类资产集中线上管控。同时，坚持“数智赋能”，进一步做强技术升级，通过大数据平台实现各类数据可视化。

为确保项目建设目标落地，承建单位在建设前期多次深入基层厂矿调研，制订62个工期计划节点，做到各环节紧凑有序、环环相扣，实现闭环管理；在投运前，组织开展资产数据导入和用户培训、测试等工作，累计导入资产数据3万

多笔，培训110人次。

截至目前，该系统9个模块已全部上线运行。其中，分析模型通过三轮调整优化已全面满足用户要求，能够及时准确地向用户提供决策分析支撑，达到项目建设预期效果。

鞍钢矿业齐大山铁矿党委全方位推进主题教育走深走实

学深悟透下真功 知行合一求实效

本报讯（记者 刘金宇 通讯员 邓兆成）鞍钢矿业齐大山铁矿党委牢牢把握主题教育“学思想、强党性、重实践、建新功”总要求，立足实际谋篇布局，科学谋划、精心组织，分类施策、统筹部署，推动解决实际问题，以主动姿态全方位推进主题教育走深走实。

自第二批主题教育开展以来，该矿党委坚持高位谋划，系统性思考，聚焦加快落实“双核”战略，打造“三个世界级”，建设世界一流资源开发企业

目标，严格提高学习标准，成立主题教育领导小组和4个职能工作组，建立“日碰头、周例会、月总结”工作制度，细化制定主题教育6大板块53条任务清单，打造主题教育“有形抓手”，做到主题教育措施具体、责任明确。

该矿领导班子确立“学思想 聚力凝心铸魂”等5项主题，开展读书班学习7天，全方位、多角度学习研讨3次，深入党建联系点宣讲5次，整理经验资料汇编2期。各基层党支部把主题教育作为企业高质量发展

的重大契机和强大动力，依据该矿党委研讨主题和班子成员宣讲内容，以“深、实、细、准、效”五字诀查堵点、破难题，形成问题清单64项。修路党支部和选破党支部发挥示范引领作用，积极参与党支部推进计划和计划的制定工作，把主题教育融入中心工作。修路党支部与铁运党支部开展联建共建活动，实现党支部工作优势互补，做到主题教育上下联动、同频共振。全矿党员坚持以学促干，通过送学进岗位、

帮学进机台等方式，确保偏远岗位和倒班党员思想“不掉队”，学习“不缺课”，实现理论学习全覆盖。

第二批主题教育开展以来，该矿克服选破产线3天全停检修影响，通过强化采选协同配合，密切跟踪矿石条件变化，细化综合配矿组织方案，强化设备效率，铁矿石、铁精矿实现超计划，切实把主题教育成果体现在企业高质量发展成效上，为加快建设现代化一流企业注入强大精神力量和实践动力。

建设品牌鞍钢 推动高质量发展

2023年四川省技术转移示范机构考核评估结果揭晓

鞍钢集团钒钛(钢铁)研究院获评优秀机构

本报讯（通讯员 卿德标 宋兵）近日，在2023年四川省技术转移示范机构考核评估中，鞍钢集团钒钛(钢铁)研究院获评优秀机构。该研究院已连续两届获评优秀机构。

近年来，该研究院以攀西钒钛磁铁矿综合利用及其产业延伸为主线，按照“一产业一研究所”“一战略产品(工艺平台)一项目团队”基本模式，开展钢铁和钒钛生产工艺研究和产品开发，建立完善管理制度体系；加大技术转移力度，成立成果转化中心和成果转化专业团队，通过实验室或中试研究成果转移孵化、成果

式开展技术转移工作，推进科技成果转化加速向战略性新兴产业孵化培育；开展分析测试和科技特色技术服务，促进分析测试成果和软科技成果转移，形成具有自身特色的技术转移模式。连续两届获评优秀机构，彰显了该研究院在技术创新和技术转移方面取得的成就。

据了解，为深入推进技术转移体系建设，促进科技成果转化和技术转移，推动科技服务业健康发展，四川省科技厅启动了2023年度技术转移示范机构认定工作。经过层层筛选与考核，共审定出5家优秀企业法人技术转移机构。

强化安全管理 实现本质安全

攀钢钒提钒炼钢厂加大检查整治力度

保障生产安全稳定顺行

本报讯（通讯员 任茂林）临近年底，攀钢钒提钒炼钢厂针对四季度安全工作重点，以“四不两直”方式，通过领导带队检查和现场督查，加大现场隐患排查和检查整治力度，努力打造安全生产工作环境。

该厂以常态化抓实安全生产为目标，强化源头管控，坚决防范重大安全风险，按照“党政同责、一岗双责”原则和“守土有责、履职尽责”要求，压紧压实安全生产责任，扎实推进“全员安全绩效管理”，提高全员执行力和安全保障力；围绕安全生产责任制目标，完善安全环保管理制度，

突出责任导向，严格安全风险分级管控，将主体责任、监管责任和监督责任明确到岗、具体到人。

以现场隐患排查治理为重点，强化“日统计、日报告”“一案一策”等措施落实，抓好相关方人员和检修过程安全管理，针对日常安全检查“问题清单”强化整改落实，消除不安全因素。同时，定期召开安全委员会会议，实时分析安全形势，规范安全管理，厂领导和管理人员深入一线，参与班组安全管理活动，做好安全督导工作，形成“事事有人管、件件有人抓”管理局面，确保生产安全稳定顺行。

本钢北营能源管控中心突出“早、全、严”

念好防寒防冻“三字经”

本报讯（通讯员 丁鑫）本钢北营能源管控中心结合生产运行实际和以往工作经验，提前部署、明确措施，严格落实，念好“早、全、严”防寒防冻“三字经”。

行动“早”。该中心抢先抓早、提前部署，结合气候特点和各能源介质设备实际情况，在9月份研究制订《2023年防寒防冻计划及措施》，并成立防寒防冻工作领导小组，提前将各类防寒防冻物资及时配送发放到位。同时，针对可能出现的介质管道冻堵、设备缺陷问题，做好应对预案。

措施“全”。该中心针对五大系统特点分别制订防寒防冻措施。发电系统加大对厂房采暖系统、室外变配设备以及锅炉、汽机、热控等专业户外设备所属伴热带巡检力度；供水系统对所有阀门井、消火栓井、明管阀门、泄水阀门进行保温毡包裹覆盖，对各条供水管线控制阀门及管线末端进行嵌缝操作，防止严寒天气管道及阀门发生冻堵现象；供电系统及时确认各变压器油位、引线驰度，检查各条架空线路驰度、风摆情况以及杆塔基础有无变形、

缺失、滑坡迹象，外排各条电缆隧道和电缆沟内积水，及时清理各电缆桥架和电缆通廊内积尘漏料和易燃可燃物，严防电气火灾事故；煤气系统组织人员提前对焦炉煤气管道进行整体扫线，对煤气水封桶及排水器进行清污清理，对焦炉煤气管道易挂霜阀门及重点部位进行伴热保温，并备足蒸汽热源，在煤气管道发生冻堵时及时通入蒸汽，保证煤气管道正常运行；制氧系统全面封堵厂房内各部位门窗、孔洞，对各类控制阀门及裸露管线、传感器、变送器、液位计等精密仪表进行保温处理，确保各类监控仪器和控制设备操控灵敏。此外，安全环保组织开展应急预案演练，保障各项能源介质在冬季遇到突发情况时能够安全平稳转供。

落实“严”。该中心本着“谁主管、谁负责”原则，按照防寒防冻工作计划安排，组织安全环保室、生产技术室，分专业、分区域对防寒防冻措施落实情况进行全面细致排查，强化责任追究，确保防寒防冻工作有效落实，为顺利完成全年生产经营目标提供保障。

“销研产”携手 满意度提升

拥有高度智能化控制系统的鞍钢股份汽车钢营销中心广州钢加全自动激光拼焊线。

面对严峻市场形势，该中心坚持刀刃向内，深挖自身潜力，以“销研产”一体化项目为牵引，持续改善“QCDDS”5要素，不断提升客户满意度。今年前10个月，该中心汽车钢销量同比增长10.6%，全资及控股钢加公司提前完成年度利润目标。

通讯员 庄德麟 摄



品牌大家谈

打好营销“服务牌” 增强品牌竞争力

本钢板材市场营销中心华东区域公司经理助理 梅群

品牌建设和市场营销是互相渗透、互相促进的过程。在品牌建设过程中，需要根据市场需求和市场变化不断调整和改进，将品牌建设与市场需求相融合，这样才能让企业在市场中始终保持强劲的竞争优势。

面对当前严峻的市场形势，作为营销人员要再转观念、再拓思路、再提标准，把提升服务质量作为打造世界一流品牌、建设世界一流企业的重要抓手，坚持以市场为导向、以客户为中心，打好营销“服务牌”，着力提高服务客户质量、提升服务保障能力、增强服务发展能力，提升鞍钢品牌竞争力，推动企业从制造商向服务商转变。

以客户为中心，打好营销“服务牌”。业内竞争发展到今天，“扫街”式上门推销的营销方式并不适用于准入门槛较高的汽车用钢行业，提供个性化服务，从源头打通产业链，得到汽车知名品牌的认可，才是进入“蓝海”、实现盈利的“王道”。汽车钢市场有不同于普材市场的特殊性，客户、渠道的培养需要一定时间，如果订单减少或者渠道中断，再次挽回难度相当大。因此，要用心打好“服务牌”，保住现有客户资源不流失。要秉承“全心全意为客户服务”理念，用心、用力、用情做好每一项客户服务工作，确保出现的各种问题都能有追溯、有反馈、有沟通，形成闭

环管理。在前期技术介入、延伸服务等个性化服务满足客户需求基础上，要注重依托鞍本协同平台，进一步提高主机厂渠道占比，维持相对稳定的需求结构，不断提高客户服务水平。要以客户服务为中心，提高客户满意度，以最诚恳的态度服务客户，以最快速度反馈客户，从而提高客户对企业品牌的忠诚度，打动客户、锁定客户，实现双赢。

全工序联动，打好营销“服务牌”。营销工作不仅仅是销售部门的事，也是全体职工、全工序的事，说到底，就是以营销来统领满足客户需求所采取的一切行为。因此，企业内部

的采购、研发、生产等各环节要协调联动，从思想上转变，从观念上转变，从制度上为直面市场、直面客户提供保障，使客户实时化、个性化需求得到最大限度满足，为客户最大化创造价值，从而在面对市场新挑战、新需求过程中，带动企业逐步向高端产品、高端市场迈进，提高企业市场竞争力，用高质量营销助力企业穿越市场下行周期。

品牌建设和市场营销是提升钢铁企业核心竞争力和实现高质量发展的重要途径。在实施过程中需要不断调整和改进，并通过多渠道和方式将品牌文化和价值传达至消费者，为市场中赢得先机、赢得更多份额，推动企业高质量发展奠定坚实基础。



鞍钢众元产业运维公司职工正在现场研究设备改进工作。四季度以来，该公司大力推进“机械化、信息化、智能化”建设，结合实际修订科技创新实施方案，成立专班，积极对标、深入调研，组织专家和技术人员开展技术攻关，推进传统产业由劳动密集型向专业技术型转型升级。

本报记者 刘金宇 文 通讯员 艾丽娜 摄