铜陵有色报

TONG LING YOU SE BAO

TNMG

2016年9月29日 星期四 农历丙申年八月廿九 第3837期

国内统一刊号:CN34—0047 邮发代号:25—52 总第4154期

铜陵有色金属集团控股有限公司主办 E-mail:tlysb@tlys.cn 每周二、四、六出版

铜都国旅

周边国庆短线游

合肥万达水上乐园/万达茂一日游 198元 10月1—7日

苏州盘山/定园/山塘古街二日游 199元 10月1/3日

杭州西湖/G20会址/南浔古镇二日游 238元 10月2/4日

青岛品质三日游（含极地海洋世界） 558元 10月1日

国庆经典游

北京无购物纯净双飞五日游 1860元 10月1/2/3日

海南双飞五日游 1950元 10月1/2/3/4/5日

厦门/鼓浪屿/土楼双高四日游 1520元 国庆天天发

张家界 天门山玻璃栈道 凤凰古城双动五日游 1980元 10月1/2/3日

成都九寨沟双动六日游 2560元 10月3日

热线：0562—5813333 5828877

地址：铜陵市金山东路479号铜都国际旅行社（旅游汽车站）

党旗下的辉煌

——记省先进基层党组织、冬瓜山铜矿党委

提质增效再攻坚 业绩献礼党代会

冬瓜山铜矿党委不断夯实党建基础 集聚发展合力,坚持以改革创新精神加强和改进党建工作，做到党建工作与中心任务相互融合、同轨运行、相得益彰。到去年矿山投产十一年来,首次实现了达标达产，并被授予安徽省“五一” 劳动奖状和省属企业文明单位称号;今年“七一”期间,该矿党委荣获省“先进基层党组织”、市“先进基层党组织” 和集团公司 “先进党委”殊荣。

在“学”字上做好表率提升素质。该矿党委坚信开展理论学习，增强理论思维,提高理论水平,是提高党员干部理论素养的重要途径。他们积极加强领导干部的政治理论和业务知识学习,学习党章、准则条例和习近平系列重要讲话,充分利用党委中心组学习、党支部学习、专题讲座、报告会、理论研讨等多种形式，组织开展思想理论教育活动。并不断加强党员队伍的红色教育,截至去年该矿连续39年举办党员轮训班，全矿600多名党员参加了学习,分两批组织党员100多人参观了沈浩精神传承基地和铜陵好人馆。

在“创”字上围绕目标激发干劲。该矿党委按照 “干部作用在一线发挥,党员形象在岗位体现” 的整体要求,近年重新制定完善了党员领导干部教育和管理、纪律等多项制度。并重点开展了“三项活动”。一是开展了“党性教育专题” 活动。组织了全矿党员进行了《准则》和《条例》学习教育和知识测试,并与全矿十九个党支部签订领导人员集体廉洁承诺书。二是开展了党员理想信念教育。通过“学党史,跟党走”、重温入党誓词、义务奉献、“一先两优”评选表彰等活动，不断激发全矿党员“岗位塑形象、争当先锋手”的工作热情。三是开展了党员“亮身份、强素质、当先锋”活动。在全矿党员工作服和矿帽上印制了醒目的党徽,让党员亮出身份,自觉接受监督,牢固树立全体党员“在党爱党,在党言党,在党忧党,在党为党”的思想根基。

在“实”字上活动多样教育引领。近年来，该矿党委紧紧围绕企业重点难点工作,创新载体,突出特色,积极开展了形式好、内容多、有实效的主题活动。先后建立了 “业余党校”、“网上党校”、“井口党校”、“党员微博”、“讲台10分钟”、井下文化驿站和《阅报栏》等学习工作平台和形式，不断筑牢广大党员精神力量的家园和理想信念的高地。同时,坚持为职工办实事解难题,提高职工幸福指数，让广大职工深切体会到了组织的温暖。据了解,该矿去年共发放困难补助费43万元。新建了一座面积近70平方米的一站式全封闭职工候车室;针对铜光新村69户受地质灾害影响的承租户,出资700多万元搬迁费,妥善解决了承租户搬迁安置问题;投入资金30多万元,对70多户旧房屋进行了维修,让他们住得安心、舒心。

在“干”字上贴近生产落到实处。该矿党委针对矿山生产的特点,明确“上为集团争利润,下为员工争福利”的工作思路,充分发挥党建工作的优势,把党建工作定位于生产经营的全过程。针对铜价持续下降、经营压力不断加大的情况,该矿大力开展对标挖潜、降本增效活动,制定了65条降本增效措施,并逐条分解落实。去年，该矿电费比预算节约988万元,材料、备件库存同比减少350万元,实现了安全高效、均衡生产,铜料任务连续五年高产稳产，首次实现了达标达产。

汤菁

量化指标 细化管理

金威铜业公司实现产品质量销量双突破

本报讯 近三个月来，金威铜业公司销量实现8%递增,质量合格率指标实现8.8%的递增,高端市场的开拓得到稳固并延伸，实现了企业良性发展的好势头。

从7月份起，该公司着手积极应对竞争剧烈的铜加工市场，继续坚持实施以销定产经营策略，充分发挥自身优势,不断加大铸锭、热轧带坯等产品的销售,做强前端产品。营销部门加大引线框架材、锌白铜、锡磷青铜和造币带的市场开拓,促进合金产品规模化生产的不断放大;在黄铜、紫铜板带材方面不断向高端市场推进,稳定现有市场,积极发展新客户、大客户和潜在客户。同时，该公司责成销售人员强化市场洞察力，及时捕捉下半年的产品市场动向，为该公司产品研发和定位提供线索和依据。

宏观的预期与筹划得以落实，并在9月底显现效果，得益于该公司的基础管理更加细化。该公司的各生产单位和营销部门都加大了横向协调和沟通，在优先确保了交货期的前提下,优化了销售订单,科学组织好生产,实现了精细化排产。从7月开始，该公司的生产制造部、熔铸分厂、板带分厂均一一加大合金生产比例，保持了持续稳定生产和均衡生产,减轻了瓶颈设备负荷;严格交接班制度,提高了机组工时工效、全员劳动效率和设备利用率，提高计划的执行力和生产效率,提高产品产量,逐步实现产量每月稳定在4000吨以上。

推进工序质量管理是实现 “双突破”的瓶颈。该公司的质量技术部、板带分厂在质量控制上，重点推进了工序成品率管理，在完善有效工作量积分考核的基础上，目前轰轰烈烈开展了工序成品率考核，对每道工序质量指标进行量化,分品种、分类别地量化产品工序成品率,并在设备、技术、操作等方面加大工序质量问题的追朔、追责；严格执行工序之间 “三关”检查,稳步提升了产品质量,确保了质量体系按照PDCA循环有效运行；牢牢把握住影响产品质量关键环节，有效开展质量缺陷整改及攻关活动，不断优化了生产工艺流程，完善工艺技术标准,加强工艺纪律检查,大力推广标准化作业；充分发挥专兼职质检队伍作用,严格产品质量检验、规范包装、物流管理，不断提高产品质量的稳定性。截至9月底,该公司的2016年退货率已经严格控制在2%以内,销量与质量双提升到势头得以稳固。

本报记者 江君 通讯员 黄军平

这里宣传氛围浓厚

——铜冠冶化分公司重视宣传工作侧记

9月27日上午,记者首次走进铜冠冶化分公司办公大楼，干净整洁的办公楼令人心旷神怡，一楼大厅两边的“两学一做”宣传栏和先进人物荣誉橱窗格外醒目，这里处处洋溢着“小清新”和充满着满满的正能量,赏心悦目的环境宣传让人仿佛看到了春天里那一抹红色。

“本次月度新闻宣传会议有三项主要内容：一是对前期年中检修宣传工作进行小结，通报基层通讯员投稿和用稿情况；二是对下月宣传重点工作进行安排;三是对遴选的《铜陵有色报》优秀稿件进行现场鉴赏……”该公司新闻宣传报道组负责人朱长华简明扼要说道。当记者来到党群工作部时，巧遇到该公司正在召开新闻宣传工作例会,在该公司三楼会议里,来自各基层单位、部门的近20名通讯员把不大的会议室挤得满满的。

“宣传工作不仅能提升企业对外形象，而且更能提升员工爱岗敬业豪情,不是不想抓好宣传,关键是缺少这方面人才。”前任党群工作部部长曾在集团公司宣传工作座谈会上吐过“苦水”。

为了缓解宣传工作人手燃眉之急,该公司前年重新修订了《新闻宣传工作管理及考核办法》，加大新闻宣传工作考核力度，还有意识地引进集团公司兄弟单位宣传战线人员和自培发展基层通讯员队伍。一石激起千层浪,外宣工作成绩有效提升。该公司今年上半年在集团公司报纸、电视媒体发稿总量提升到第六名;到9月26日止,已在《铜陵有色报》、《铜陵有色电视台》用稿达100篇,提前完成了集团公司党建考核市级媒体新闻宣传全年任务。

“你可知道，我们公司党委书记、总经理左永伟曾在一次安全生产经营会上,对通讯员吴思银采写的一篇《铜冠冶化分公司产销结合保障球团系统满负荷生产》稿件大为赞扬。这篇稿件在投稿之前还得到我们左总亲自修改润色,包括小到标点符号,可见我们单位领导对宣传工作多么重视!”朱长华介绍道。吴思银在来该公司工作之前曾在铜山矿业公司硫酸厂担任过分会主席,应该说有一定的文字功底,应聘到该公司他在担任硫酸车间生产二班值班长、生产运营部调度室调度员等工作后和文字工作渐行渐远。

“我们单位现在上下都非常重视宣传工作，重拾写稿情缘是公司宣传工作氛围感染了我，我现在责无旁贷地拿起久违的笔。”吴思银一脸真诚地告诉记者,露出了爽朗的笑容。

据悉，该公司不仅外宣工作有着长足进步，网站宣传和环境宣传工作也大有起色,形成了百花齐放、相得益彰的良好局面。

本报见习记者 夏富青

通讯员 朱长华

重温誓词 不忘初心

日前,天马山矿业公司组织了2015年至2016年度受表彰的“一先两优”人员来到武夷山赤石暴动纪念馆,开展重温誓词,不忘初心,践行“两学一做”红色教育。在赤石暴动纪念馆前,26名党员举起右手,面对鲜红的党旗重温入党誓词,庄严宣誓(如图)。通过红色教育活动的开展,“一先两优”人员表示一定要将革命先烈的奉献精神转化为干好本职工作的现实动力,立足本职岗位,为矿山发展积极贡献。

晓叶 摄

锁定关键指标 立足生产实际

矿产资源中心质量月活动注重实效

本报讯 9月26日至28日,矿产资源中心组织4名内审员严格对照ISO9000标准，对该中心下属的钻探、地质、工勘、测绘、化验、经贸等十家基层单位开展了内部审查,这也是该中心“质量月”活动的重要内容之一。

活动期间，该中心通过配合年度“对标挖潜、提质增效”活动,围绕关键质量绩效指标,该中心以“质量指标分析、制定改进措施、实施效益提升”为主要内容,开展了形式多样的专题活动。9月初,该中心本埠基地、安庆铜矿、铜山矿业公司、冬瓜山矿等生产住地纷纷悬挂起宣传横幅、标语和宣传画。与此同时,各基层单位及职能部门针对近年来发生的典型质量事故案例进行深入分析,查找事故原因,总结事故教训,将学习《质量发展纲要》、《质量手册》、《职业健康管理体系》等质量相关文件贯穿其中，做到学用紧密结合。

从9月上旬开始，该中心启动了《管理标准》、《工作标准》、《技术标准》三大标准修订工作,这是继2014年新版三大标准发布后首次进行修订。此次修订将持续两个月时间,重点针对标准化体系的优化和完善，切实以该中心实际需要为根本，删除相关性较弱的标准，对原有体系进行优化整合;拓宽收集渠道,对现执行的采用标准及时查新，在进行合规性评价后予以更新,以确保体系的有效性。

据了解,QC小组课题成果发布会是该中心每年“质量月”活动期间的一项传统内容，从今年收集的QC小组成果材料来看，有关降本增效和质量管理两大主题的课题占到了一半以上的比例，这也是该中心全年工作重点的一个缩影。

萨百灵 鲍宜南

铜冠投资中广物资公司:“二次创业”竞风流

从踟蹰观望、焦灼不安,到信心满满、劲头十足;从面对如山般的库存积压,到销售告罄;从本地“兜圈圈”的狭隘市场上跌跌撞撞,到溯江而上,跨越中南、西南大市场,成功占据份额迅速扩张。短短6个月里,铜冠投资公司中广物资公司完成了华丽的“逆袭”。用该公司员工自己的话说:“二次创业”更风流。

铜冠投资中广物资公司是一家贸易型企业。主要承担了金冠铜业分公司和稀贵金属分公司冶炼剩余的灰渣销售与处理。正常生产状态下,金冠铜业分公司货场只能停放两天的灰渣量,稀贵金属分公司最多停放3天,不能及时销售这些灰渣,意味着铜陵有色这两家主要冶炼企业就要面临停产。生产残留的灰渣,成为中广物资公司20多名职工的“饭碗”,也成为这20多名职工的“心结”。

杨保国,现任中广公司经理。当他刚刚调任这一角色的时候,堆砌停放在上述两家冶炼企业里的积压灰渣,多达180万吨。今年3月的一个月,灰渣当月便积压库存47万吨。灰渣的唯一去向，就是销往水泥企业,成为用以制造水泥的原材料。从今年3月到9月底,短短半年内,国内水泥行业经过雷霆风暴式整顿，小厂关停，大厂兼并重组或压缩生产规模,给灰渣的销量带来致命一击。尽管铜陵有色冶炼企业的灰渣品质优良,也抵不过囿于政策性的冲击。“灰渣!灰渣!”,半年后的9月27日,杨保国念及于此,仍然清晰记得当初面对成堆灰渣时,整日满脑子的纠结。

坐以待毙不如奋力一拼。如何实现好“二次创业”,从原来兴铜投资公司“母胎”里尽快游弋在市场恶劣环境下,杨保国和他的班子成员开始了绝地反击。在销售政策上,该公司实施新的量价挂钩的销售方式,大胆破局了以前以代理商销售为主的路径,改为“直接供给”于水泥制造商。对国内水泥厂商实施新一轮的全新销售模式。这种让“自己有事做”,让水泥厂家“有饭吃”的销售模式很快得到了各大水泥厂家的认同。

在市场开拓上,以前该公司实施直接供给的厂家仅为一家,今年该公司调整为扩大到3家大企业的方式,使得直接供给的灰渣量达到了总销售量的三分之二。半年前该公司的经销的灰渣,主要在安徽市场本地“兜圈圈”。格局不大带来的弊端使得该公司班子成员急切拓展不曾碰触的中南、西南大市场。以安徽本地为起点,短短半年里，该公司溯江而上，涉足江西、湖南、湖北、四川、重庆……最终,在重庆等西南地区落地生根。灰渣销售量一下打入西南大市场并平分天下。

客户链延长了,客户迅猛增多了。管理上，该公司同时对这些新增客户实施全新的商务管理,使其更加规范合理,建立健全客户基础档案，定时收集整理市场变化的信息,适时召开客户座谈会,及时将反馈意见修正……从签单到备案,到结账管理,实施流程化动态管理。

有市场有货品，该公司接下来的大打内部分配机制仗。从业绩提升上,改变职工以前的分配方式,多劳者多得,付出汗水者使其应得，一下调动了员工的积极性与拓展市场的潜质，也使得在服务过程中更加尽心尽力。

从今年4月到9月,短短半年里,中广物资公司的20多名职工累计销售灰渣120多万吨。销售路径远涉千里之外。销售范围稳住安徽市场的同时，开辟了中南、西南大市场,员工绩效收入也得以大幅增加。从原兴铜投资公司销售体制下脱胎而出的“二次创业”,赢得了集团公司的好评,也赢得了金冠铜业分公司、稀贵金属分公司的充分肯定。

本报见习记者 萨百灵

弘扬好家风 促进好社风

□竹 直

群言

习近平总书记说:“家庭是社会的基本细胞,是人生的第一所学校,不论时代发生多大变化，不论生活格局发生多大变化，我们都要重视家庭建设,注重家庭、注重家教、注重家风……使千千万万个家庭成为国家发展、民族进步、社会和谐的基点。”为贯彻落实习总书记的这一重要讲话精神,近几年来,我国各家媒体都相继开展 “好家风伴我成长”之类的征文活动，吸引了众多市民竞相晒出自己的家风家训，在回忆陈年往事的同时,展示了文明美德,沉淀了中华民族的古朴传统。《铜陵有色报》也曾刊登过许多好家风的报道和文章。读了这些报道之后,感到好家风虽各有不同，但是共同之处在于可以正己修身，为社会提供正能量。好家风是最直接的言传身教,潜移默化地影响着后代,是一种无形的力量,促进后代养成好修养、好习惯、好品质。

由此可见，好家风与市民的文明素养息息相关。正如习近平总书记所说,只有千千万万个家庭都有好家风,我们的社会才能形成好风气。因此,我们每个家庭都要切实做好家风的建设,按照社会主义核心价值观“二十四字”的要求,从家庭成员的个人礼貌、风度、气质、修养、德行、谈吐以及行为习惯上,严格要求自己。在物质极大丰富、机遇无处不在、人的欲望不断增加的今天,强调做好家风建设,实际上也就是在塑造民族之魂、国家之魂。良好家风的传承不仅是对古朴中华美德的尊崇，也是社会道德土壤保持深厚肥沃的一道屏障，是中华民族精气神的不竭薪火,好的家风越多,越能促进社会风气的正能量。

希望我们的媒体能坚持把 “好家风”的报道继续办下去,使越来越多的市民从中受益，以此促进我国的社会主义精神文明建设的顺利开展，促进社会风气的好转。

小启

国庆节期间,本报定于10月1日(星期六)出报,10月4日(星期二)、6日(星期四)休刊两期,10月8日(星期六)恢复出报。祝广大读者节日快乐!

本报编辑部