



不锈之魂



太钢企业文化部
二〇一一年



不锈之魂



前言

由中共太原市委宣传部策划，太原电视台历时六个月时间倾力打造
的五集电视专题片《不锈之魂》，以太钢应对金融危机、提升企业竞争
力为背景，以太钢独具特色的企业文化为主题，运用纪录片的叙述方式
和国内著名专家的精彩评析，生动展示了太钢人自觉实践“以人为本、
用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的核心价值观，化危为
机、勇于担当，创造新业绩的奋斗历程，是推动太钢新的转型跨越发
展，加快建设全球最具竞争力的不锈钢企业和国内一流、世界著名的大
型企业集团的生动教材。

该片于2011年5月在太原电视台和太钢电视台黄金时间播出，将一个
真实、人性化、有责任、绿色发展的太钢全景式地展现在观众面前，在
社会 and 全公司广大职工中引起了强烈反响，成为激励全体太钢人珍惜荣
誉、谦虚谨慎、牢记责任、履行使命，向新的发展战略目标迈进的新动
力。

本书汇编了《不锈之魂》解说词、《不锈之魂》研讨会专家发言以
及《不锈之魂》观后感等文章，敬请广大干部职工认真阅读学习。



目 录

前 言.....	(1)
《不锈之魂》专题片解说词.....	(1)
第一集 五柱擎天.....	(2)
第二集 同心创富.....	(9)
第三集 创新开放.....	(19)
第四集 以人为本.....	(26)
第五集 绿色责任.....	(33)
《不锈之魂》研讨会发言纪实.....	(41)
《不锈之魂》观后感.....	(47)



讲述太钢人转型跨越的故事
探究太钢核心价值观的启示

不锈之魂

五集电视专题片解说词

第一集 五柱擎天

【引子】

1914年7月28日，第一次世界大战爆发。

这场持续四年，有30个国家、15亿人被牵扯进去的战争，给人类造成了巨大的物质和精神创伤。

然而，谁也没有想到，一个英国冶金科学家为解决旧步枪生锈问题而发明的一种不易磨损的合金钢却风靡全球，成为20世纪影响人类生活的20项重大发明之一。

这个人叫亨利·布雷尔利。

正像中国的“四大发明”成为人类共有的文明财富一样，亨利·布雷尔利做梦也没有想到，他发明的不锈钢在英国崛起一个世纪之后，中国竟成了世界上最大的不锈钢消费国。太钢这个曾在世界不锈钢领域名不见经传，甚至不被人提起的企业，一跃成为全球最大、工艺装备水平最高、品种规格最全的不锈钢企业。

到底是怎样的魅力，让太钢在世界不锈钢的舞台上一领风骚呢？

【同期声 美国股市三大股指暴跌，蒸发1.2万亿美元，沪指一开盘就失手2000点大关。】

可就在三年前，从美国次贷危机刮起的华尔街风暴，也无情的把太钢席卷入了金融危机的漩涡。在整个钢铁产业出现负增长，全行业亏损的大背景下，太钢也未能幸免于难。

【采访 太钢董事长 李晓波】

（国际金融危机对全世界的钢铁企业都带来极其严重的冲击，对太钢来讲也是这样的，也出现了一度时期的亏损。）

那么，太钢是靠什么走出了金融危机的严冬？太钢的未来又是一个什么样子？

【同期声 太钢董事长李晓波在太钢众志成城共度金融危机严冬大会的发言】

（太钢确实遇到了很大的挑战，这支队伍在金融危机的背景下，确实是考验，

是一个锻炼，锻炼得我们更有信心了，锻炼得我们更勇于面对困难了，锻炼得我们在困难的面前更有办法了！）

这是李晓波担任董事长之后在全体职工面前的第一次发言，电视台进行了电视转播。他也没有想到，全程一个多小时的脱稿演讲在职工中引起了强烈反响。

【采访 太钢职工 孙金波】

（2009年的金融危机席卷全球，我们太钢这样的企业能否扛的过去，当时心里真是没有底。李董事长的讲话“三只眼睛看世界”，点燃了我们内心的希望，同时给予我们战胜金融危机的信心。）

一只眼睛看客户、一只眼睛看同行、一只眼睛看政策。

“三只眼睛看世界”成了太钢上下的一致共识，也成了太钢人走出金融危机的共同信念。

【媒体报道】

这是近期各大媒体争先报道的一则新闻，不锈钢宽幅冷轧板成为太钢在金融危机中抢占先机、引领消费的成功案例，销量在翻着跟头增加。目前，不锈钢宽幅冷轧板已经成为太钢的优势产品，在罐式集装箱、热压模板、烤炉等行业确立了不可动摇的地位。市场占有率达到70%以上，稳居国内第一。

【采访 中国钢铁工业协会名誉会长、顾问 吴溪淳】

（世界上不锈钢就没有超过两米的轧机，那么太钢建300万吨不锈钢的工程，他们就有这么大的胆略一次就要达到别人没有的，2米以上的轧机。太钢就敢，敢于冒这个风险，你说没有风险吗？世界上做第一件事的人，吃螃蟹的第一个人，都是有风险的。）

【采访 中国钢铁工业协会不锈钢分会名誉会长 李成】

（当然就是还有个推广使用的问题，因为你用宽的，就跟大家用布一样，原来窄布面习惯了，不一定喜欢用宽的。）



习惯有时也可以转化为机遇。正像去非洲销售皮鞋的精明推销员一样，太钢看到的不是光脚板，而是一个广阔的大市场。

走访用户，提升质量。很多客户从关注到开始批量试用，不锈钢宽幅冷轧板市场终于一点点被打开。

逆境只能让强者更强。在一次次危机中，挽救太钢的，到底是一种怎样的力量？

【出片花】【中国加入世界贸易组织】

2001年12月11日，我国正式加入世界贸易组织。

也就是在这一年，中国成为世界上最大的不锈钢消费国，国内不锈钢生产企业进入一个你追我赶、争先发展的时代，一批外资企业也把目光投向了中国的这个大市场，纷纷在国内投资建厂。头顶中国不锈钢老大头衔的太钢处在了内忧外患的尴尬境地，近十万职工眼巴巴地看着自己赖以生存的家园被无情地挤出了“十大钢”行列。

大海总是在最平静的地方掀起波涛。

太钢前所未有的转折，就在这惊涛骇浪中来到了。

著名经济杂志《财富》写道：“没有强大的企业文化，没有卓越的企业价值观、企业精神，再高明的企业经营战略也无法成功。”

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

（企业文化是企业长久发展、可持续发展并达到基业常青的一个基因角色。没有企业文化，企业将会失去方向，失去灵魂。）

【采访 山西大学教授 容和平】

（好多人都提企业文化，其中一个现象就是千企一面，什么团结、拼搏、创新，大家都喊个口号，跟具体的每一个员工的言行、思想、感情，还没真正的结合在一块。）

这是一份太钢2001年度报告，就是在这份报告中，太钢把企业文化建设首次放在了发展的第一位置。明确提出，要把“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的核心价值观贯彻落实到各项工作中，努力提高公司全体员工的质量意识和参与市场竞争的能力。

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

（核心价值观是企业文化中的灵魂，也就是说文化是灵魂中的灵魂，统帅着

整体的理念体系，这是它的关键作用。）

从这一刻起，一座共同的心灵大厦在太钢人的心中构建。他们知道，“企业精神”是大厦的根基，“建设全球最具竞争力的不锈钢企业”的发展战略目标和“为全球消费者提供最精美的不锈钢产品”的企业使命是大厦的屋顶，而“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的核心价值观就是支撑这座大厦的五根擎天巨柱。

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

（太钢企业价值观的提出在全国各行业中都属于先进行列，是率先提出的，它的价值观强调人本管理、客户至上、开放和创新，这几个要点在当时来讲都是非常前卫、非常具有前瞻性的。）

【同期声 营销部的早操】

现实是此岸，理想是彼岸，中间隔着湍急的河流，行动则是架在河上的桥梁。新的核心价值观是在与曾经的思维方式、不良习惯决战，谁掌握了主动，占据了上风，谁终将赢得胜利。

在太钢营销部，早操已经坚持了多年，而同时坚持下来的还有早操前的三分钟核心价值观交流。

【同期声 营销部的早操前三分钟价值观交流】

大家好，今天由不锈钢板材业务部与大家进行“我们身边的闪光点”三分钟交流。我们交流的题目是：记不锈钢板材业务部营销员李峰。

每交流一次，大家对核心价值观的理解就更深一些，而通过整理、整顿、清扫、清洁、素养的推行，企业的形象得到了提升，浪费大为减少，现场更为整洁安



全，员工的归属感和生产效率明显提升。因为这五个词第一个字母发音都是S，所以称为“5S”。

【采访 太钢职工 寇彦文】

（怎么说呢，公司一开始搞这个5S，小到衣帽扣要系紧，大到现场的工器具、钢圈要定时定位，搞得我们很紧张、很不习惯，搞不好还要扣钱。通过八年来5S的管理，我们得到了很大的提升，现在进入现场，感觉到哪乱都很不舒服。）

不锈冷轧厂职工排队交接班、能源动力总厂军事化上岗，变化的看似一种形式，但树立起的是对岗位负责、对自己负责的高度使命感。

【采访 太钢职工 梁超】

（排队上下班给我的感觉，在别的企业不会这样做。但是在我们太钢，尤其是在我们不锈冷轧厂，我们已经实施了三年了，感觉非常的好。职工一开始还有点不太得劲。因为，总觉得这个事应该在部队里面才会有，操课、吃饭才会排队，但在厂里面好像不应该是排队交接班。但是通过三年来我们不断的努力，感觉这样做非常好。）



【一组工作画面】

这里是太钢福利总厂服装分厂。

刘文芳是服装分厂的老职工，在这里已经工作了16年，见证了太钢工装改革的全过程。现在，太钢职工的工装都是这里量身定做。大家给它起了一个非常好听的名字：太钢蓝。

【采访 太钢福利总厂服装分厂职工 刘文芳】

（穿上太钢蓝特自豪，不仅因为工装是我们生产的，更重要的是因为这几年太钢的发展特别好、特别快，太钢蓝代表了太钢的形象，

我们有一种集体的荣誉感、自豪感，人心也非常齐。）

【采访 太钢董事长 李晓波】

（文化本身是一种群体的意识。一旦形成以后，文化就潜移默化，在规范着每个职工的言行。文化的作用往往比制度更重要，制度是一种约束，文化是一种引导，是一种自觉的意识。所以太钢这几年的文化对企业的进步，对规范职工的言行起到了很好的作用。）

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

（现在回过头来看他们的这个价值观的提出，与整个企业的发展、与国际形势的变化、与中央提出的以人为本、科学发展观，都是高度契合的。）

共同的核心价值聚合了人心，调动起人力这一最宝贵的资源。

太钢也用一个个惊人的跨越告诉世界：落地生根的企业文化成为企业制胜的法宝。

从1999年到2003年，太钢用4年时间，进一步确立和巩固了在国内不锈钢行业的龙头地位，跻身世界不锈钢生产企业八强。

从2004年到2006年，太钢上马150万吨不锈钢工程，成为全世界产能最大、工艺技术装备最先进的不锈钢企业。

从2008年到2010年，太钢“三只眼睛看世界”，提出“三个转变”，顶住了压力，经受住了考验，一步步走出金融危机的阴霾。

以不锈钢为核心，包括冷轧硅钢、高强韧系列钢材在内的高效节能型产品集群，在最短的时间批量进入石油、石化、造船、集装箱、铁路、汽车、城市轻轨、大型电站、“神舟”系列飞船等重点领域和新兴行业。

如今，在太钢型材厂，九大类数十种产品不愁销路，都是先付



款后生产，型材产品成为金融危机中太钢的“避风港”。

在太钢不锈钢精密带钢公司，不锈钢板像纸一样被拉展，最薄的只有头发丝的三分之一。

已进入试生产阶段的不锈钢钢管公司，大管、中管、小管三条工艺路线全面打通，产品逐步齐全，单厂生产能力成为全球最大。

在不锈钢生态工业园，已经形成了年转化不锈钢20万吨的能力，延伸了产业链，提高了附加值，增强了竞争力。

【采访 中国钢铁工业协会名誉会长、顾问 吴溪淳】

（今后太钢的发展，我个人认为在中国来讲，在不锈钢或在特殊钢领域里面，太钢作为领军，作为我们行业的引领者，是大有希望的。）

【采访 中国质量协会用户工作部部长 樊天顺】

（太钢的贡献不仅仅是给国家赚了多少钱，更多的是树立一种新的国家形象。）

太钢废混酸再生车间，来自奥地利的专家乌利经过申请，终于如愿以偿的穿上了绣有自己名字的“太钢蓝”。

【采访 奥地利安德里兹公司 乌利】

（太钢现在是世界最大的不锈钢生产基地，当我穿上这身衣服的时候感觉非常自豪，能为太钢工作，我感觉自己快成为一个太钢人了。）

在乌利的眼中，太钢蓝是世界名牌，然而，他看重的并不仅仅是这身工作服，而是在未来的经济大潮中，太钢必将独占鳌头的魅力与希望。

【字幕 只有落地生根的企业文化，才是一流企业的价值所在。】



第二集 同心创富

【引子】

珠穆朗玛峰，世界第一高峰。

1960年5月25日，中国登山运动员和科学工作者首次登顶珠峰，创造了世界登山史上前所未有的奇迹。

【同期声 登上了海拔8882米的珠穆朗玛峰，把祖国的五星红旗和我们各族人民伟大领袖毛主席的塑像放在世界最高峰上。】

半个世纪以来，有多少人来到这里，为实现自己的梦想而选择了挑战。

2009年5月17日，一位四川青年的梦在这一天实现了。

可谁能想到，这个小伙子的这次登山行动，与远在千里之外的太原连在了一起。

在登上珠峰后，他做了一件让每一个太钢人心潮澎湃的事情。

在世界之巅，他拿出了一面早已准备好的太钢厂旗，连同“与太钢同行，实现巅峰梦想”几个大字展示给全世界。

【采访 四川屹恒商贸有限公司总经理 肖屹巍】

（我们和太钢有着长期的友好合作关系，诚实守信、产品质量过硬是太钢给我们留下最深刻的一种印象，特别是不锈钢，那应该是世界顶级产品，就像珠峰高度一样，应该是世界第一的。能把太钢的旗帜带上珠峰之巅，这是我和太钢合作这么长久以来最美好的一种心愿。）

在这一刻，太钢代表了太原，代表了山西，代表了中国，太原因太钢而骄傲。



【采访 中国钢铁工业协会名誉会长、顾问 吴溪淳】

（太原值得骄傲的是什麼，太原现在是世界不锈钢产量之都，首都的都呀。）

【采访 意大利法曼特公司 儒福】

（太钢出口的产品等于把中国的旗帜插到世界。）

拥有像珠穆朗玛峰一样世界第一的产品质量何尝不是太钢人的追求！

2006年太钢获得全国质量奖，2010年又一次得到认定。在激烈的竞争中，太钢是靠什麼又一次赢得了用户，赢得了市场呢？他们成功的秘诀到底是什麼呢？

正当太钢人为全国质量奖再次得到认定欢庆的时候，来自韩国某钢业公司的一封信电报把太钢置于了尴尬的境地。

这封电报称，他们公司2010年5月从天津某钢管销售有限公司购买了100吨太钢的304不锈钢。这批货物到达韩国后，经检查发现厚度与合同约定的要求严重不符。韩国化学实验研究所检测，镍的含量只有0.8%，根本达不到标准。

一时间，太钢上空乌云密布。太钢人在2002年就被质量问题深深刺痛过，并向社会郑重宣布，不合格产品不出厂。

【采访 太钢董事长 李晓波】



（在提出“质量兴企”这四个字的时候，我们公司的质量并不都令人满意。还有很多的產品不合格，流向市场。有的会降低标准等级变相的销售给客户，这样客观上，内部放松了质量的意识和质量的要求，在市场上也形成了不好的形象。这

时候我们提出“质量兴企”，实际上是背水一战。质量兴企就是一个目标，不合格产品不能出厂，就是我们的一种决心。）

从那时起，太钢人一直把质量当作企业品格，把产



品看作员工的人格，把质量兴企写入了企业的核心价值观，这个时候怎么能出现这种问题呢？消息传到了北京，也引起了中国质量协会的高度关注。

【采访 中国质量协会用户工作部部长 樊天顺】

（我们从2006年开始，一直对太钢的客户进行满意度调查，而满意度调查就是围绕产品质量服务展开的。满意度调查结果显示，太钢的客户满意度一直是非常高的，这就表明太钢的产品质量和服务质量是得到客户认可的，而且是多少年都是评价非常高的。这表明，太钢不仅是一时一事能够保持好的产品品质，而是长期保持下来。所以出现这样大的质量问题，的确是令人不可思议的，也是不可能相信的。）

不相信！不能接受！所有太钢人也是同一想法。但如果不是太钢的产品出了问题，又是什么原因呢？

一场缜密的调查就这样开始了。

【采访 太钢营销部高级主管 杜明】

（据我们调查了解，这批不锈钢根本就不是太钢生产的，通过韩国发过来的一些资料，经我们鉴定，像质量证明书中的质量证明书专用章，包括里面的一些内容，根本就不是我们所生产的一些批号和炉号，这是一起严重的商业欺诈行为。）

一场惊心动魄的质量问题尘埃落定，负责这起事故调查的杜明终于松了一口气。现在，他每天的工作就是收集用户对企业的投诉和抱怨，每隔半个月向公司作一次汇报。



【采访 太钢营销
部高级主管 杜明】

（现在太钢的质量
投诉毕竟还是少数。我
们现在重点关注用户的
抱怨，所有的抱怨渠道
是方方面面的，比如以
（2010年）10月份下
半月我们涉及到的抱
怨，这十几条有用户来

电、来函，还有用户的走访，还有咱们技术交流，我们发现这个抱怨，就是为了发现太钢潜在的质量问题，或者管理问题，而且还能了解用户的一些需求，发现太钢一些苗头性的问题，加以整改，我们必须做到百分之百的回复、百分之百的处理，让用户百分之百的满意。）

“百分之百”是对用户的承诺，也是对自己产品的自信！

这里是重庆川东船舶工业公司。

2009年2月6日，他们制造的9000吨不锈钢化学品船成功下水。这艘船是目前国内首制、重庆川东船舶工业公司建厂以来吨位最大、高附加值出口船。可当初公司接到这个上亿元大订单的时候，董事长秦培良却愁眉紧锁。

【采访 重庆船舶工业公司副总经理、川东船舶工业公司董事长 秦培良】

（当时国外知道我们川东在不锈钢船批量生产过，非常感兴趣，主动推销他这个产品。我们认为他的价格高就没有接受。但人家说，我这个材料的强度韧性要高于316L，重量比它轻，而且还可以退税，两者相加起来，价格并不一定比国内的高多少，再加上我们质量可靠，没什么返修，所以应该选我的。这个对我们来说也是一个诱惑，船厂总是人家说无利不起早，利益追求最大化。）

虽然之前川东船舶工业公司用的是太钢的产品，可这艘船所使用的双相不锈钢是太钢从来没有生产过的。但拿到9000吨不锈钢化学品船的订单，对太钢来说无疑

是一个巨大的诱惑。

【采访 太钢董事长 李晓波】

（要想打入这个市场，必须要有一种信心，要做出承诺。承诺就是我们做的不比同行差。当然对客户来讲，是抱有怀疑的，我们得让他放心。只要有一吨不合格的，我们把产品全都拉回来。）

太钢的真诚能否打动川东？是用国产还是进口不锈钢？秦培良还在犹豫。

【采访 重庆船舶工业公司副总经理、川东船舶工业公司董事长 秦培良】

（我想，我要造船，我要用材料，如果国内质量又能可靠价格又便宜，我为什么用国外的呢？所以这个时候与其说我们在敢于吃“螃蟹”，还不如说是太钢给了我一个信念，给我们以支撑，要我们相信他、信任他。）

尽管争取到了订单，但要在短时间内开发出一种新的产品谈何容易。如果失败，后果更是可想而知。李晓波倍感压力。

【采访 太钢董事长 李晓波】

（要对这么一大笔订单作出承诺，当然有压力。为什么敢承诺，也基于我们对企业各种能力的清醒认识。我们有一个好的技术团队，我们有好的装备来保证，所以我觉得有时候压力也是动力。）

交货的时间不多了，要做的工作却还有很多。与船厂、船东交流，签订协议，改进生产工艺，优化生产流程，在和时间的赛跑和技术的比拼中，太钢赢了。

【采访 重庆船舶工业公司副总经理、川东船舶工业公司董事长 秦培良】

（他们对中国的民族工业、造船工业，可以说不但是看在经济利益上，更多是看在责任。我想造船厂也好，钢厂也好，我这样理解，都应该看做中国的脊梁。所以我们两者结合起来，实际上就把我们中国的造船业、或者是中国的工业稳稳当当推向国际。）

一次高风险高投入，
让太钢在中国造船业声名鹊



起，而太钢也没想到，这次高风险的投入，给予了自己丰厚的回报。

【采访 太钢董事长 李晓波】

（应该说，通过精心组织、严格的产品质量保证体系，我们成功占领了不锈钢造船这个市场。几年的努力，从零开始到现在，国内不锈钢造船厂这个市场，我们占有率是100%。我们不仅提供了原来的国外厂家供应的一些不锈钢，我们还帮助船厂开发了更多好的产品，帮助船厂降低成本、提高竞争力。）

2010年8月19日上午，重庆川东船舶重工有限责任公司领导专程来到太钢，与太钢第二次签署了战略合作协议。

“上兵伐谋，其次伐交，其次伐兵，其下攻城。”这是两千多年前的先哲孙武在《孙子兵法》中所讲的话。

商战是在现有顾客和预期顾客的心智中展开，那里是你取胜的地方，也是你落败的地方。

有些企业往往从产品的技术、功能上来大做文章，却忽略了从精神、情感上下

功夫，以至于产品缺乏价值，在市场上寸步难行。

【采访 北京五洲天宇认证中心主任、中国商业联合会零供委执行主任 谭新政】

（售前售中是企业的一厢情愿，好比人生中恋爱关系，男的追女的，女的纠缠男的，它是一厢情愿。只有真正产品被顾客接受以后，购买以后，才形成了真正的婚姻关系，就是顾客满意度。顾客满意度越高，品牌的价值就越高。国外和国内一些机构通过调查得出一个结论：失去一个老顾客和开发一个新顾客，他们所花的人力物力财力是5-7倍。太钢在这方面应该是深刻知道这其中的奥妙。）

汽车大梁钢是太钢的重点品牌产品，该钢种以其产品质量稳定、品种开发速度快、专业化售后服务的优势在市场中始终占得先机，中国一汽青岛汽车厂所用的大梁钢全部来自太钢。

2010年11月1日，青岛一汽主体设备，这台五千吨液压器突然出现了故障，就要面临停产的窘境。

【采访 中国一汽青岛汽车厂采购部部长 程绍礼】

（这台设备是德国生产的，如果我们考虑从德国进口这个大轴，可能至少需要半年的周期，而且价格非常高。我们感觉到太钢可能会生产类似的产品，这样我们就抱着试试看的态度找到了太钢。）

【采访 太钢营销部汽车行业办主任 刘晓泉】

（因为他这个钢材是属于液压机的支柱，一共需要四根，加上一根备用，一共五根，还要经过调制，经过机械的初车，然后经过精车，整个一个流程实际上需要20多天。）

【采访 中国一汽青岛汽车厂采购部部长 程绍礼】

（太钢以前没干过类似的产品，我们这次是给太钢出了一个难题。）

对于这样一个难题，太钢人又是怎样解决的呢？

【采访 太钢营销部汽车行业办主任 刘晓泉】

（虽然他不是在采购我们的钢材，但是我们的关系这么紧密，用户提出这么一个问题，我们战略伙伴关系，跟亲兄弟一样，只要我们太钢能解决的，肯定全力以赴配合解决这个问题。）

流程繁琐，工艺复杂，要求严格，尽管在求助太钢前，青岛一汽的领导就想到素来以诚相待的太钢不会拒绝。但是，当这些大轴严丝合缝地安装到设备上时，他们还是被感动了。



【采访 中国一汽青岛汽车厂采购部部长 程绍礼】

（没想到太钢的领导对这个事情非常重视，安排设计、生产、包括质检各方面的人员，组织研究方案，研究供货生产的周期。正常情况下，这个备件大约需要一个月的周期，结果他们在短短半个月就干出来了，及时为我们运输到位，保证了我们生产需要。）

【采访 北京大学社会责任与可持续发展国际研究中心主任 殷格非】

（把用户的需求，把用户的满意度作为自己使命的一部分，所以不能说是一种简单的买卖关系。）

“5.12”汶川大地震，中国人心中永远的痛。

【同期声 东方汽轮机厂】

这是四川绵竹市的汉旺镇，离这次地震的中心汶川距离大概有几十公里，其中位于汉旺的东方汽轮机厂，大批厂房倒塌，一批正在开会的技术骨干被埋。

【同期声 人们往出跑】

这些场景大家也许还有记忆，作为地震发生时最早的影像资料，曾反复在各家电视台播放。

【采访 东方汽轮机厂电视台记者 张东森】

（当时是站不住的，我心里一想是大地震。过了一会，看楼下冒着一股烟，我这一想，这次完了！下楼一看，车间厂房全都垮了，连吊车也掉下来了。）

【同期声 人员避难】



【采访 东方汽轮机厂副总经理 王为民】

（在五月十三号的时候，温总理就过来了，国资委的领导也来了，太钢也是非常及时的过来了，带着一些救援的物资，

吃的和一些救灾的装备，就过来了。实际地震以前，我们与太钢是有来往的。我们是他们的用户，同时他们也是我们的用户。因为我们给他们卖汽轮机设备，所以通过这种双方的交往，本身就有一种比较密切的关系。）

几天之后，满载着太钢人深情厚谊的500万元救灾款也在他们最需要的时候送到了他们手中。

【采访 东方汽轮机厂副总经理 王为民】

（500万对于我们还是非常大的支持，对我们也是非常大的鼓舞。通过这次地震，我觉得通过他们对我们的支援，对我们的捐赠，对我们的救助，更加加深了我们两个企业的这种感情。）

情相通，意相连，危机面前风雨同担。

人与人之间是这样，企业与用户之间也是这样。

2008年，在国际金融危机的影响下，钢铁业周期性的调整不期而至。8月，国际钢材价格进入骤降坡道，全球主要钢铁企业纷纷减产应对。9月下旬，国内钢材市场钢价开始疯狂下跌，其中代表性品种304不锈钢冷轧板由33000元/吨竟然降到15000元/吨，降幅高达一半以上！

【采访 太钢营销部部长 蒋长虹】

（在金融危机发生以后，国际的不锈钢巨头很多都开工不到50%，但是太钢在这种形势下反而把各个工序都开足。由于有这些优质客户，我们的合同都满满的，而且客户都是在与市场价格发生倒挂的时候，知道明明是亏损，仍然把订的材料拿下，确实让我们很感动。）

【采访 北京大学社会责任与可持续发展国际研究中心主任 殷格非】

（这是一件非常了不起的事情，在经济环境这么大变化的情况下，客户还能继续履行原来的这个合约，把太钢的利益摆在一个很重要的位置。这也说明太钢提出



用户至上核心价值观，所体现的一个效果。)

【采访 北京五洲天宇认证中心主任、中国商业联合会零供委执行主任 谭新政】

(由于太钢在这方面做出卓越的贡献，所以去年我们在制定两项国家标准《商品售后服务评价体系》、《企业品牌评价与企业文化建设指南》时，吸收了太钢作为主要起草单位之一。太钢用他们的实践经验为这两个标准提供了很好的建议，我们已经采纳了。这两个国家标准已经于2010年11月13日通过专家评审，有望在今年由国家批准发布。这两个标准发布以后，将推动我们国家企业的品牌建设和企业文化建设，推动我们国家企业品牌的可持续发展，使更多的企业走向世界。在这方面太钢做出了他们应有的贡献，我们应该感谢太钢。)

【采访 中国质量协会用户工作部部长 樊天顺】

(其实企业到最终就是一种文化的竞争，你的境界有多高，你能不能真正把客户抓住，能不能靠自己的文化感染和吸引凝聚住客户。只有这样才能把市场占有住，才能真正使企业的发展有一个非常广阔的无限的前途。)



2010年11月13日，太钢2011年钢材用户座谈会在海南三亚召开。来自全国各地的600余名客户代表踏着红地毯步入会场。

太钢领导和100余名员工整齐列队，夹道欢迎与他们风雨同舟的朋友们。“沟通创造价值”成为这次会议的主题。

题。

“质量兴企、用户至上”的核心价值观所经历的阵痛和欢喜，在这一美好的时刻成为太钢人永远的记忆。

【字幕 用户是上级 质量是品格——太钢职工语录】

第三集 创新开放

【引子】

1950年，为改变国内特殊钢严重落后状况，国家重工业部决定在太钢建立以冶炼和锻造特殊钢为主的电炉炼钢部。

两年后，国内第一炉硅钢、第一炉不锈钢在太钢冶炼成功，掀开了中国成功冶炼特殊钢的第一页。

2010年1月16日，太钢建设不锈钢材料国家重点实验室的申请又获得国家批准，意味着先进不锈钢材料研发的“国家队”永久驻扎在了太钢。

命运之神为何一次次垂青太钢呢？

2009年11月9日，山西省会太原，历史上有记载以来最早的一场大雪不期而至，像席卷全球的金融危机一样，令人猝不及防。

11月16日，还是有一条好消息从深圳传来。

就在这一天，国家发改委公布了全国575家国家认定企业技术中心2009年度评价结果，太钢技术中心得分94.6分，仅与名列第一的海尔集团公司相差0.2分，位居第二名，在钢铁企业中排名第一。





2003第27位，2004年第11位，2007年第4位，2009年第2位。在与先进对标赶超中，太钢技术中心一步步进入全国一流。

【采访 山西大学教授 容和平】

（太钢人他们有种气魄，以创新作为灵魂和发动

机，方向往哪里去？国际一流标准！所以叫做我们讲的“对标”）

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

（而且这种“对标”跟国际对标，我们讲这体现了一种高品质追求、高层次占位的思维观念。我们在发展当中有一句俗话：求其上者取乎中，求其中者取乎下。如果你把标准定在国内，他有可能达到现有的自身的标准，定在国际，虽然我们暂时达不到，但我们有了这个追求目标，可以说，虽不中，不远矣。这也体现了太钢领导者的这种国际情怀和战略眼光。）

其实，不只是技术中心，在新不锈钢工程的建设中，在每一项新成果的研究和新产品的开发中，在每个部门每个职工的具体工作中，太钢无不把对标放在首位。在对标中降本增效，在对标中优化品种结构，在对标中深化节能减排，在对标中不断创新，对标意识已经融入了太钢人的血液。

【采访 太钢董事长 李晓波】

（我们提出要把对标作为基本的工作思路和工作方法，干什么事首先要知道这个事谁干得最好，我们有什么差距，我们如何弥补这些差距，我们制定什么目标，采取什么措施，怎么去落实。所以对标是一个非常好的理念和方法。）

2009年11月24日，第十届全国大高炉炼铁学术年会在太钢举行。开会间隙，湖南华菱湘潭钢铁有限公司的领导到太钢1800立方米高炉参观学习。

【采访 太钢炼铁厂高炉作业区主管 路振毅】

（所以说我们在确定了1800立方米这个高炉以后，就与国内同类型的高炉一些技术装备水平进行了对标。）

可是，在与华菱湘潭钢铁有限公司的领导交流中，他们获得了一个意外的信息。

【采访 太钢炼铁厂高炉作业区主管 路振毅】

（他们也提到他们有一个同类型的1800立方米的高炉，我们就进行了各项指标的对比，对比发现我们的运行成本、燃料指标和其他的技术指标都比较好，而且超过了他们，但有一个指标，非常重要的指标，就是高炉利用系数，我们还比他差0.1。）

0.1的差距看似不大，可立即在炼铁厂掀起轩然大波。

【采访 太钢炼铁厂高炉作业区主管 路振毅】

（我们发现这0.1的差距尽管非常小，但不是我们太钢最具竞争力的一种体现，我们要做就做最好，我们要做第一，我们一定要超越他。）

三个月后，太钢的1800立方米高炉利用系数又回到了全国第一的位置。

【采访 中国钢铁工业协会名誉会长、顾问 吴溪淳】

（不是简单的看一个数字，要看这个数字背后深刻的内涵。那么他就要认真的学习，要找出本质上的差距，我们哪一点不如人家。找到了这个我们才能对标，所以在这一点上，太钢的职工把追求卓越看成自己发展的一个根基。）

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

（应该讲这种“对标”的意识非常重要，尤其对我们中国的企业而言。因为中国传统文化中有一条非常不利于现代企业发展的理念，或者说我们一种行为中的文化习惯，那就是非规范性的文化。这种非规范性文化使我们的生产不讲究规则，工艺过程不讲究制度，质量上不讲究量化和数字化，一切凭着感觉来，含有大量的一种经验管理的痕迹。这样，产品要在精细化、标准化、国际化竞争当中必定不会占有优势。因此跟国际对标使自己的产品能够走向精细化，这一步做法是非常重要的，对标打破我们旧有的、不良的文化，对形成我们产品的竞争优势都是非常必要的。）





（奥运会火炬在太钢传递）

2008年6月26日上午10时52分，北京奥运会全球火炬接力山西太钢站。虽然是仅仅4分钟，600米的传递，却因为奥运史上唯一一次经由火车传递的创举，而成就了奥运火炬传递新的传奇。

【采访 太钢原技术中心主任 王立新】

（用火车传递火炬是一种独特的方式。因为我是站在火车头上，我们一说火车头肯定是代表着方向、代表着动力。我作为技术中心的主任，公司选择我，可能就是说，我们太钢的未来、太钢的发展要靠科技来引领，这是公司的一个用意。）

那奥运火炬传递为何选择太钢？

在太钢传递又为何选用火车呢？

【采访 中国钢铁工业协会名誉会长、顾问 吴溪淳】

（现在我们的铁路、铁路上客车，包括地铁的车辆、铁路的货车所用的不锈钢，太钢所占的比例是最大的，这其中铁路客车用的不锈钢75%都是太钢生产的，铁路货车拉煤、运煤的车用的不锈钢，这个钢种就是太钢发明的。）

这是山西、陕西和内蒙古西部等“三西”地区煤炭外运的主要通道——大秦铁路，这条铁路的煤炭运量占到了全国铁路的四分之一。

【采访 中国钢铁工业协会名誉会长、顾问 吴溪淳】

（大秦铁路过去使用的车辆一个车厢拉60多吨煤，太钢现在研究了一个专门用作铁路货车车厢的一个不锈钢新品种，这个不锈钢品种既耐腐蚀，价格又低廉，铁路能用得起。这样一个钢种造出的货车，从过去一个车厢拉60吨煤，现在变成一个车厢拉80多吨煤。所以大同到秦皇岛的这条铁路仍然是这条铁路线，但运力就大幅度增长了。）

其实，围绕建设全球最具竞争力的不锈钢企业，早在2001年，太钢就将自主创新的重点放到了不锈钢上，研发费用占销售额的比例一直保持在5%左右，这个比例超过省内企业平均水平四倍之多。

【采访 中国工程院副院长 谢克昌】

（太钢作为一个钢铁企业，就其属性来讲，是一个高能耗高资源消耗的一个行业。那么如何能够转型发展，很关键的不是这些产品不生产了，而是产品结构要高端化。一是要生产技术含量更高的高端产品，产值更大的、消耗更少的；同时要对一些传统的产品，要通过技术改造，减少排放、减少对环境生态的污染。因为这样，我觉得太钢的转型也就自然而然对我们整个山西省的转型发展会做出很大的贡献了。一个是传统产业的新型化，一个是新兴产业的规模化。）

在鼓励创新、宽容失败的理念支撑下，太钢形成了全新的“金字塔”型创新平台。【三维图】

不锈钢材料国家重点实验室、山西省不锈钢工程技术研究中心、山西省铁道车辆用钢工程技术研究中心、先进不锈钢材料省重点实验室、国家级理化实验室、博士后工作站、中试基地、16个科研实验室、14个产学研联合实验室、各分厂、分工序技术队伍和一线职工小改小革创效平台……

从最先进、最新鲜到最基层、最实际，这个创新平台基本实现了从科研到生产的全覆盖。

【采访 中国工程院副院长 谢克昌】

（正是由于公司始终把推进科技进步，提高自主创新能力当作这个企业在世界范围内竞争力的要素，所以在这么多年来，太钢的领导才能加大科技的投入，建设这个创新体系，构建各种各样的创新平台，从而涌现出很多创新的人才来。）

近年来，太钢产生了以不锈钢为主的核心技术700多项，其中近百项处于国际领先水平。这里培育出了铁路行业用钢、双相钢、耐热钢、造币钢、车轴钢、纯铁、石油储罐用钢等21个国内市场占有率第一的品种，有25个品种成功替代进口，太钢已成为全球品种规格最全的不锈钢企业。

目前，以不锈钢为主的



高效节能绿色产品占到了太钢钢材总量的70%以上，创造的效益达85%以上。

【出片花】

这就是使不锈钢获得耐蚀性的基本元素——铬。

当钢中含铬量达到10.5%左右时才称其为不锈钢。

铬是我国的短缺矿种，储量少，产量低，分布于西藏、新疆、内蒙古、甘肃等13个省(区)，以西藏为最主要，保有储量约占全国的一半。

【采访 中国钢铁工业协会名誉会长、顾问 吴溪淳】

(在西藏你能拿出来吗？那个地方常年是冻土地带，刚刚修的那条铁路运点游客还行，去拉那个铬矿那运力还不够。那个地方不适合去大规模开采这个资源，即使开采也解决不了我们多少问题。因为我们中国总的铬资源很少，可以说我们百分之九十几以上都是依靠进口的。)

怎样才能改变这样的局面呢？

视野宽广的太钢人敏锐地认识到，钢铁行业的竞争日益体现为产业链的竞争。必须实施“走出去”战略，构建有国际竞争力的产业链，才能为企业竞争力的提升奠定坚实基础。

2009年10月25日，太钢董事长李晓波又在一份合同上签上了自己的名字。

与以往不同的是，这次太钢的大手笔是出资2亿多美元收购土耳其铬铁厂

50%股权。这个项目今年就可形成150多万吨生产规模，基本满足太钢对铬铁的需求，这是太钢的又一次大胆的开放与创新。

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

(太钢走这一步也正是太钢实现国际化战略、融入国际化竞争、拥抱国际化挑战的一种积极的表现。一个企业如果说只是坐井观天，在国内怎么样打拼，也不能在未来的国际竞争中形成巨大的竞争力。只有主动地走出去，参与国际竞争迎接这种挑战，才是使企业长久发展，不断提高国际竞争力的一个必要途径。)



这是生产高品质不锈钢的又一种重要原料——镍。

到2010年，中国已经逐渐成为世界最大的镍消费国。而现在探明的中国镍金属基础储量只有230万吨左右，产量则更少。有关专家惊呼，十年后中国的镍矿资源将逐渐消耗殆尽。

也就在有关专家奔走惊呼不久，太钢与中国有色集团在北京签署合作协议，共同投资开发缅甸达贡山镍资源，为太钢集团做强主业、延伸发展、多元发展再添重要的砝码。

【采访 太钢董事长 李晓波】

(应该说对企业来讲，抓住机遇、不放掉机会是非常重要的。因为在金融危机大背景下，资源价格迅速下跌。在这时候本身就是一个好的机遇，我们看清楚这一点了，而且我们也看清楚了，谁掌握了这个资源，抓住了这个机遇，将来就会好。)

在积极融入世界经济大潮的同时，太钢根据市场的变化，不断调整经营策略，创新经营方式和方法。

在国内，他们与天津钢管集团合资设立不锈钢冷轧薄板精品基地和焊管生产基地；在郑州、无锡、沈阳、广东佛山，太钢投资参股，共同建设钢材加工配送中心，构建起一条条紧密的产业链、价值链。

在省内，太钢利用品牌和资本优势，参与煤炭资源整合，实现了钢铁企业与煤炭企业的互利双赢和可持续发展。

这里是太钢不锈钢工业园区，又一批不锈钢餐具将发往美国。这些印有维尼熊、长颈鹿、小白兔等图案的餐具是为迪斯尼专门生产的，将成为迪斯尼乐园里小朋友们最喜爱的纪念品。

【字幕 哪里有对标 哪里就有创新的奇迹诞生】



第四集 以人为本

【引子】

双良门，在一般人眼中再普通不过了，但在太钢人的心中却是一座丰碑。

沿着双良路走几十米你就会看到太钢渣场。

步履蹒跚的李双良今年已经八十八岁了，天气好的话，他还会每天来这里走一走，和大家说说话，护坡上至今还书写着治渣人用心血凝成的两句话。

历经十年，没花国家一分钱，仅仅是靠着一双手，年复一年，日复一日，硬是搬走了堆积半个多世纪、一千万立方米的渣山，李双良成为太钢人永远的骄傲。

二十多年过去了。太钢，这个曾经释放了无数人能量的企业，还将上演怎样的传奇呢？

2008年9月12日，《太钢日报》刊登了一则《太钢筹建大型文化体育活动中心》的消息。这则报道称，公司将着手筹建面积约15000平方米的大型文化体育活动中心。消息发出不久，文体中心就开工建设了。

但包括多数太钢人在内，大家并不知道，这样一个大型文体中心的建设，竟源于太钢“在线倾听”上一个网友发出的帖子。

【采访 太钢“在线倾听”网站管理员 程筱明】

（我记得这个帖子是08年9月3号发布的，这是“在线倾听”开办不久发布的一个比较有代表性的帖子，是一个名叫“三只角的牛”网民提交的，主要内容



是建议太钢尽快建设职工文体活动中心，这个帖子从五个方面论述了太钢筹建职工文体活动中心的必要性、可行性、措施以及步骤等。）

“三只角的牛”是谁呢？太钢为什么要建立这样一个网站呢？

【采访 太钢董事长 李晓波】

（这个“在线倾听”让我们所有的管理层第一时间能够得到职工各种意见、建议，这当中有好的，哪怕是不好的，可能对我们工作也是一种促进。）

“三只角的牛”在发布帖子的时候绝不会想到，自己的建议竟然得到如此的重视。

【采访 太钢董事长 李晓波】

（我觉得这个栏目，让我们和职工的心贴得更近了，让我们的职工感到他们的意见会越来越的被高层所重视。我觉得这就形成一种很好的合力，企业是大家的，我们只有这样才能办好企业。）

“三只角的牛”是谁现在仍然是个谜，但已经不重要了。他也许是你，也许是我，也许就是太钢几万职工中的普通一员。

大型体育场的主体建设目前已接近尾声，“在线倾听”像一根无形的线，拉近了领导和职工的距离。

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

（我觉得这是太钢领导人长期建设企业文化形成的文化敏感和文化自觉的体现。）

【采访 北京大学社会责任与可持续发展国际研究中心主任 殷格非】

（这也说明太钢尊重各个利益相关方的意见和诉求，所以一个帖子也能引起他的重视。）

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

（这说明太钢的领导人把以人为本这种文化着实落实到实际当中。对职工、对





民意的重视，正是以人为本的体现。)

【鞭炮声】

2010年12月4日是太钢职工武滨搬新家的日子，亲朋好友都来帮忙。

【同期声 武滨和家人贴对联】

(放到大门的正中间，我看是不是正中间，差不多了，好!)

【同期声 武滨介绍新家】

(这个是书房，妈、姐姐都来帮忙收拾来了，这是我姑娘的家，这是我们两口子的家，帮忙的人这么多。)

【同期声 太钢职工 武滨】

(像做梦一样，能住上这么大的房子，高兴的昨天老妈一晚上都没有睡着。)

不难看出，武滨沉浸在乔迁新居的喜悦中。然而，太钢还有近万人没有他这么幸运，这也成为困扰公司领导的一个深层次问题。

在2008年职代会上，一个掷地有声的消息从会上传遍十里钢城，公司将每年新建20万平方米的住宅，解决职工的住房问题。

【采访 太钢房地产开发公司经理 王喜洪】

(每年新建20万平方米职工住宅，这是我们从来没搞过的建设速度，这对我们房地产公司来说，是一个严峻的挑战。我们现在准备开工的项目有36万平方米左右，今年在建的工程有34万多平米，另外我们今年还要交付37万平米左右的职工住宅。)

有房才有家，安居才能乐业。

在太钢，企业更像是一个大家，经营者扮演着家长的角色，努力让家庭保持和睦、团结和秩序，让家庭成员分享幸福。

每月一次的民主接待日为有困难职工分忧解难，为有现实问题的职工开心疏导，为有疑问的职工答疑解惑。

这是太钢领导在几年前就定下的规矩，“十必访，十必谈”、全员体检、军训、休假、荣誉休养，每一项都落在了实处。

【采访 中国钢铁工业协会名誉会长、顾问 吴溪淳】

(太钢之所以有这么好的发展，能够践行科学发展观，这跟他们的领导作风是分不开的，求真务实、严于律己，太钢的领导干部以身作则，号召别人要做的，号召职工要做的，首先自己要做到。正是这种人格的魅力，使得太钢干部和群众形成一个团结向上的浓厚氛围。)

只有真正调动起人的力量，文化的力量才能无形胜有形!

从“515”人才战略工程到每年数千万重奖科技人员，从“以人为本”到让每一个职工都共享改革发展的成果，让所有员工实现物质和精神幸福，太钢“以人为本”的核心价值观与内涵被不断延展。

【出片花】

【郭晓兵转炉前同期声】

这是一名普通的技术工人，他的名字叫郭晓兵。

在一次观察中，他把冶炼钢种进行科学分类，找出了冶炼控制要点，极大地提高了产品质量。也是在一次细心的观察后，他提出了直接用预处理铁水冶炼铬不锈钢的工艺改进设想，降低了生产成本，简化了生产工艺，提高了生产效率。

也正是因为他对工作一丝不苟的严谨态度，使他成为太钢第一名金牌工人，在他的头上有着山西省冶金行业享受国务院特殊津贴第一人的光环，我们几次相约采访都被以检修转炉为由拒绝。他真的就那么忙吗?

【采访 太钢二钢厂一冶炼作业区主管 史永丰】

(当时是他连续干了一个礼拜，这一个礼拜下来就抽空休息一下，那天下午我看见他咳嗽得挺厉害，一摸脑袋还有点发烧，后来我就问他，你这咋了，他说重感冒，我说身体不行就休息休息，他告诉我，后面的活儿没多少





了，再处理处理，弄好了再回去休息。我说你自己看的办，自己身体第一，别把身体累垮了。第二天早上来了，我正好碰上他，他正从炉子里面钻出来。我说你这一晚上又没回，他说是没回。）

是什么促使郭晓兵工作起来这么玩命呢？

【采访 太钢二钢厂技术工人 郭晓兵】

（其实我们生产一线，就像打仗一样，它的条件在千变万化，可以说是瞬息万变，领导把我放在这个岗位上，我在现场一线，就可以及时发现问题，及时解决问题，保证不锈钢生产线的顺行。）

【采访 太钢二钢厂一冶炼作业区主管 史永丰】

（我觉得怎么说呢，这个职工就是这样，以厂为家，把厂里的事情当成自己的事情。）

把平凡的事情坚持做好就是不平凡，把普通员工的积极性都调动起来、凝聚起来，就是不普通。

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

（人在企业各种发展要素中是首位要素。人的积极性、人对文化的认同、人的价值取向、人的工作主动性和创造性，都是高尚的文化才能够激发出来的，应该说它是各种要素中的关键要素，是各种动力的根本动力。）

太钢特殊钢冶炼厂。连铸工段的二百多人有一段时间都在为一件事情犯愁。

工艺改造后，铸坯表面频频出现压坑、麻点。职工们每班都要组织检查，钻进密封室用铲子铲，下到出坯坑用工具捅，处理一下好一点，但三炉钢过后，就又不行了，把人累的够呛，却收效甚微。到底是什么原因造成的呢？

就在大家一筹莫展的时候，钳工班一个叫姚献府的职工有了新的发现。

【采访 太钢特殊钢冶炼厂检点工 姚献府】

（我就发现这个辊子表面的渣皮是随着辊子生产过程越长，温度越高，渣皮就越多，所以主要原因就是温度高，既然找到温度高了，咱们就把这个温度降下来，就用水把温度降下来，表面用喷淋水，把它冷却，这就找见问题的解决办法。）

解决问题的办法是有了。但一个普通工人的建议能得到重视吗？姚献府心里在打鼓。可当他把自己的想法告诉工段领导后，马上得到采纳。四个辊子的上方，对应装上了四排铁管子，每次过钢之后给辊子痛痛快快的冲个凉水澡，这样，辊子的温度降下来了，渣子沾的少了，麻点也就没有了

【采访 太钢特殊钢冶炼厂连铸工段原综合室主任 张斌】

（原来坯子出来得经过修磨，现在不用修磨，并且职工的劳动强度大大减轻了。）

虽然是一个简单的问题，但由于提高了产品的质量，公司拿出一万块钱对他进行了奖励。

【采访 太钢特殊钢冶炼厂检点工 姚献府】

（当时公司奖励我一万块钱，我很高兴，通过自己工作的努力，把铸坯表面压坑问题解决了，更高兴的是为下道工序提供高质量的产品和合格的铸坯。）

上工序为下工序服务，一个小小的建议解决了大问题，正是这种被重视的感觉塑造了太钢人的创造力和凝聚力。

【采访 山西大学教授 容和平】

（太钢的企业文化核心价值观，是一种实践性的企业文化，它深入人心，深入太钢整个生产工艺全流程的每一个工序、每一个岗位、每一个工种，成为太钢人自觉的一种行动。那么这种企业文化是非常有价值的，他代表了中国企业文化发展的





一流水平。)

在太钢，每年都会有不少以职工的名字命名的操作法产生，到2010年已经有50个。有2万余名职工参加了“我为企业献计策度严冬‘金点子杯’合理化建议竞赛”，占到了在岗职工的一半，共提出合

理化建议31382条，体现可计算经济价值2.78亿元。

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

(这点很大程度上源于太钢人的文化建设，凝聚了人心，取得了文化认同，大家的这个干劲就出来了。所以就能够对企业形成一股强大的向心力，就能推动企业进步。用文化力推进经济力，用软实力盘活硬实力，这是文化作用的一个重要体现。)

【采访 山西大学教授 容和平】

(这一点我认为这是一个世界级优秀企业常胜不衰的奥妙所在。正像世界著名的企业家索尼的创始人他说过一句话：“你把我索尼全部资产拿走，就留下我索尼的员工和大脑，五年我再造一个新的索尼。”太钢我想也是有这种财富的，你可以把它的设备，什么东西都拿走，留下太钢人，留下太钢人的灵魂，留下他的思维，就可以再创造一个新型的太钢。)

冬日的太钢，整洁的厂房，宽敞的马路上干干净净，一片落叶进入视线。

也许你不会相信，但这是我们记者亲眼看到的感人一幕。

一位路过的职工把它捡了起来，放到了路边的草丛中……

这就是太钢人。

这就是太钢。

【字幕 上下同欲者胜。——《孙子兵法》】

第五集 绿色责任

【引子】

这是山西太原一个普通的早晨。

标志性大道——迎泽大街，车流匆匆、人流匆匆。

正像福特成就了美国的汽车城底特律，波音飞机和微软让世人记住了只有150年历史的西雅图，钢铁工业使德国的杜伊斯堡、日本的千叶有了“钢铁之城”的美誉。每一个成功企业的背后，都矗立着一座生机勃勃的城市。全世界最大的不锈钢生产企业就在身边，已经像每天呼吸的空气一样自然。

企业是城市发展中最具活力的推动力量，企业与城市相互依赖，不可分割。可是，2010年发生的几个环境事件，让每一个人有更深的思考。

1月，兰州石化发生爆炸，布局不当的化工厂成为城市的“定时炸弹”。

7月3日，福建紫金矿业污水泄漏导致两条江全境污染，摧毁了所有环境保护的屏障。

7月28日，吉林省两家化工企业七千多只化工桶被冲入松花江，城市供水管道被切断，大批市民到超市抢购矿泉水。

肇事的都是大企业！受害的大多数是普通市民！

企业究竟是城市的异体，还是与城市和谐发展的共同体？

太钢能给这个城市带来什么？太钢未来之路将如何走呢？



2010年11月20日，周六，又是一个太钢开放日。

【同期声 太钢导游】

（尊敬的游客大家好，首先非常欢迎大家来到太原钢铁（集团）有限公司参观游览。）

市民邹华和其他报名者一起乘上了大巴，准备开始太钢之旅。

【采访 太原市民 邹华】

（我们一个月之前就报了名，但是因为参观太钢的人特别的多，昨天晚上接到这个通知以后，轮上我们可以参观了，所以非常地激动，特别地高兴。）

迟来的参观对邹华来说还是愉快的，绿色钢城给她留下的印象不仅仅是美好。

【采访 太原市民 邹华】

（今天通过参观太钢，我感到太钢的厂区非常整洁，车间非常整齐，又现代化，通过这次参观，我才知道太钢的不锈钢就像镜子一样能照人了，我们花的一毛钱的硬币，就是太钢不锈钢生产的，所以作为一个太原人，我感到非常荣幸和自豪。）

与越来越多自豪的太原市民一样，许多外地人在来到这花园一样的地方后，都有一种惊诧，这里是工厂吗？

【采访 太原市旅游局局长 刘鹗】

（我们依托太钢优美的厂区环境、厚重的历史人文底蕴，以及先进的工艺流程，特别是太钢人昂扬向上、转型跨越的发展激情，来打造太钢的工业旅游点，把太钢工业旅游列入我们首批命名的七家旅游点之一，并且起了一个响亮的名字，叫“钢铁是怎样炼成的”。）

百炼才能成钢。从解放前的西北炼钢厂到解放后的全国特殊钢生产基地，经过70多年的发展，“十里钢城”已逐步被城区所包围，成为城市的一部分。企业大，污染大。曾几何时，太原市承受着巨大的环保压力，在城市上风向的太钢也颇受责难。

【采访 太原市民】

（像10年前差不多那会儿，一到这些刮风天气的时候，太钢那边往过吹，特别脏。）

【采访 太原市民】

（在太钢你要是走上一圈，不洗脸，那都是黑。）

【采访 太原市民】

（十年前太钢给我的印象是太钢很大，但污染也很严重。）

十年前的污染大户如何变成花园式工厂？太钢蚕蛹破茧似的重生每一步都撼人心魄。

【拆旧设备同期声】

（现在开始倒计时 5 4 3 2 1，起爆。）

2000年至2010年，太钢累计投资63亿元实施了101项节能减排、循环经济项目，世界上钢铁企业节能减排的项目全部用在了太钢，为加速绿色转型、融入城市经济圈提供了重要支撑。

【采访 中国工程院副院长 谢克昌】

（太钢作为特大型国企的责任感、使命感特别强烈，所以他才可以勇于担当、与时俱进、创优争先、绿色发展。这个话好讲，但是要实现这个勇于担当、与时俱进、创优争先、绿色发展那会很坎坷，有很多困难要克服，你要冒着风险，你不能光求数量的发展，你必须内涵式发展，这里有许多是需要和科技进步关联起来的。所以我才感到太钢这么多年来有那么多自主创新的技术，在不锈钢生产科研开发上世界领先，在节能减排循环经济方面成为典范。）

经过近年来的努力，太钢的节能减排指标、万元产值能耗、吨钢综合能耗、新水消耗、烟粉尘排放、二氧化硫排放、化学需氧量、一次能源消耗、二次能源回收利用等，在中国钢铁行业已经处于领先水平，并且形成了以粉煤灰、钢渣及高炉水渣综合利用为主的固体废弃物循环经济产业链，以工业废水、生活污水、酸再生为主的液体废弃物循环经济产业链，以焦炉煤气脱硫制酸、烧结烟气脱硫脱硝、余压余热发电为主的气体废弃物循环经济产业链。



【采访 北京大学社会责任与可持续发展国际研究中心主任 殷格非】

（太钢在节能减排，包括对资源的有效利用，尽量减少废弃物的产生，这些都是反映在他的整个生产经营管理方式上的一种本质上的转变，绿色发展方式的转变，也是他对环境责任的一种体现，这个也是我们所倡导的，在“十二五”经济发展方式转变中很重要的核心内容。）

如果企业是树，城市就是根，根深才能叶茂；如果企业是水，城市就是源，源远才能流长。

在太钢厂区的西部，有一股污水从一个进水口肆无忌惮地流入太钢。

这些污水从哪里来，又将流往何处去呢？

【采访 太钢能源环保部副部长 赵亚伟】

（这里的污水不是我们太钢的，每天大约有5万吨是流经我们太钢的，都是太钢周边尖草坪、光社，包括下游胜利街这一带的废水。）

这每天五万吨流经太钢的污水，如果排进汾河，将会直接威胁汾河的水源，造成新的污染。面对这一问题，太钢的有关领导在思考。

【采访 太钢能源环保部副部长 赵亚伟】

（我们太钢考虑，能不能把它变废为宝。）

2008年，在市政府的支持下，一个投资一亿多元的城市污水处理中心在太钢建成投入使用。

【采访 太钢能源环保部副部长 赵亚伟】

（我们太钢的工业废水已经经过全部的处理回用，没有给城市排入一滴，在这个基础上，我们又把城市每天5万吨的废水引入，给我们太钢增加了新的补充水源，所以我们太钢这几年吨钢耗新水由10年前的20吨降到不到2吨。）



现在，流经太钢的居民生活污水，经过环保处理后，可达到饮用的标准，若不是亲眼所见，还真不敢相信。

现在，流经太钢的居民生活污水，经过环保处理后，可达到饮用的标准，若不是亲眼所见，还真不敢相信。

太钢对城市环保的贡献不仅

仅是对污水的治理。

2010年11月10日，太钢两台30万千瓦热电联产机组开始并网调试，正式投产后，它将承担起太原市城区800万平方米住宅的冬季供暖任务。

【采访 太钢能源动力总厂厂长 韩森】



（这个上来以后，太原市北部地区有120座采暖锅炉都可以停掉，这些锅炉虽然小，但是污染比较严重，这样会使太原市北部地区污染大大减轻。）

这里是太钢能源动力管控中心调度室，随着电脑上这些数字的跳动，太钢每天有十万立方米的焦炉煤气，通过这里输往市区。

就在2009年那场大雪过后，太原市居民生活用煤气空前紧张。

【太原新闻 太钢煤气援助市区】

（据煤气公司工作人员介绍，暴雪给全市焦化企业造成严重影响。市煤气供应的七成以上焦化企业停产，已经严重影响到了太原市民的生活。）

在市政府的协调下，有关部门不得已找到了太钢。

【采访 太钢能源环保部部长 冀岗】

（本来太钢正常生产的时候就有二三十万的缺口，在正常时候这个需要太原市煤气公司给我们供应，如果要是反供太原市几十万，我的缺口三四十万，这个生产就非常难组织了，被迫的必须对一些轧钢厂进行停限产。）

一边是等着用气的市民，一边是企业的经济效益，对于绝大多数企业都需要仔细掂量。可太钢仅仅在二十分钟之后就给出了答案。

【采访 太原市副市长 吉久昌】

（当时太钢的领导二话没讲，表态坚决办好。这样的话，不讲价钱不要条件，回去就改线，很快把它们的气就送到了城市的煤气管道里了，这样保证了全体市民安全稳定用气，而且没有要钱，这种高度的社会责任感令我非常感动。）

轧机停下来了，煤气送到了市民的家里。

城市是企业的载体，企业是城市发展的引擎，太钢与这座城市相互支撑，已成为和谐共生的文化典范。

（上海世博会开幕式）

【字幕 2010年5月1日 上海】

【同期声 国家主席 胡锦涛】

（中国2010年上海世界博览会 开幕）

在世博会举办期间，以“动力演绎时代”为主题的山西馆成为世博会颇受关注的省区市馆之一，参观人数达313万余人。

世博会山西馆长30米，宽15米，高5.2米的粉煤灰加气混凝土砌块外墙，是太钢人变废为宝，用工业废料粉煤灰为世博会量身打造的。

【采访 山西省发改委副主任 程泽业】

（太钢粉煤灰的这个砖生产实际上是有多年的历史，但围绕世博山西馆的特殊要求，按照国际级的展览会生产制作砖确实还是没有经验。但是，太钢接到这个任务后，我觉得使我非常感动有这么几个方面，第一，太钢公司从上到下的领导从来没有谈过价钱的问题，不记分文利益。第二，而且表态，只要世博会需要太钢做什么，太钢肯定按照组委会的要求来完成任务！）

接到任务后，太钢连夜组织技术人员制作专门的模具，结合刚度要求和色彩一致性研究配方，在很短的时间内，将三千零七十六块砖精制而成。



2010年正月初八，太钢举行了隆重的赠砖仪式。世博山西馆成了中国馆中最后一个设计、最后一个施工、最早建成的场馆之一。粉煤灰加气混凝土砌块用于山西馆墙体更好地突出了山西的本土特色，体现出山西节能环保理念，代表了建筑材料未来的发展方向。

【采访 山西省发改委副主任 程泽业】

（实际上另一个层面反映了我们太钢准备承担更多的社会发展责任，包括绿色责任，包括可持续发展的责任，包括节能减排责任。而且这次我们世博会宣传的主题，动力演绎时代，怎么演绎时代，我们就要演绎山西未来发展的大世界、大形势、大趋势，那就是一个崭新的、绿色的、环保的、节能减排的山西。）

【采访 太钢董事长 李晓波】

（绿色，是每个制造企业追求的目标。我们的绿色有着内涵，首先对钢铁企业来讲，其制造过程应该是绿色的，不仅体现在花园式的工厂，而且整个制造过程，其能耗水平是最低的，污染物的排放要大大低于国家标准。所以制造过程中，是体现清洁生产的。再一个是其产品是绿色的。这一点非常重要，我们的产品是有着高的技术含量的，所有的客户使用了我们产品，都会为他们的产品绿色，节能减排提供帮助。）



现代企业的竞争，乃至城市的竞争，归根到底是文化的竞争。此一观点早已经成为世人所认同。文化作为一种软实力，在企业发展、城市进步的步伐中，正扮演着越来越重要的角色。太钢人没有因此而止步，他们有着更多的目标追求，太钢绿色发展的水平不仅要在国内领先，而且要在世界领先，要干干净净进入世界500强。

【采访 中国工程院副院长 谢克昌】

（我认为正确的科学发展观、先进的科学发展理念、绿色发展的途径，创新能力和创新氛围的建设，综合起来，构成了太钢先进的企业文化，是他的集中体现。那么这种先进企业文化，我想必将为太钢的进一步加快经济发展方式转变，在“十二五”期间更好更快的发展，可以提供很重要的保证。）

【采访 中国企业文化研究会常务副理事长 孟凡驰】

（对于山西的企业来讲，我认为应该向太钢学习，以文化来引领企业发展，提

炼整合自己的企业文化，用文化来管理企业，使自己的企业摆脱传统的粗放的原始的管理，使他上升到一种文明的、现代的、文化管理层次上来，这样才能符合我们21世纪信息社会知识经济为特征的智慧集约化时代的要求。)

太钢的经验告诉我们，要创造一流，就必须把文化作为支撑和引领发展的切入点和结合点，塑造一个卓越的核心价值观。

太钢的经验告诉我们，要创造一流，就必须把开放创新作为支撑和引领发展的着眼点和制高点，时刻树立对标意识，要干就要干好，要干就要干出一流。

太钢的经验告诉我们，要创造一流，就必须把“以人为本”作为支撑和引领发展的出发点和落脚点，实现发展为了群众，发展依靠群众，发展成果由人民群众共享。

太钢的经验告诉我们，要创造一流，就必须把绿色和责任作为支撑和引领发展的着力点和立足点。实现经济、社会、环境三个效益的统一与协调，坚定不移地走可持续发展之路。

【同期声】

(各位游客大家好，首先非常欢迎大家来到太原钢铁(集团)有限公司参观访问。)

又一批参观者来到了太钢。

他们了解的是太钢的过去，看到的是太钢的现在，而我们期待的，则是太钢的未来……

【字幕 无论是一个企业还是一座城市，历史的机遇稍纵即逝，它只属于引领潮流的开创者……】



《不锈之魂》研讨会纪实

由太原市委宣传部、太原广播电视台联合出品，太原电视台摄制的五集电视专题片《不锈之魂》于5月2日-5月6日在太原电视台新闻频道播出。

该片以太钢应对金融危机、提升企业竞争力为背景，以太钢独具特色的企业文化为主题，运用纪录片的叙述方式和国内著名专家的精彩评析，生动展示了太钢人自觉实践“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的核心价值观，化危为机、勇于担当，创造新业绩的奋斗历程，播出后在省城引起强烈反响。

6月8日，太原电视台《不锈之魂》摄制组邀请相关专家和领导召开专题研讨会。参会人员认为，《不锈之魂》以纪录片的方式生动诠释了太钢核心价值观的涵义，立意高远、内容丰厚、说服力强，对观众树立正确的社会价值观具有良好的引领作用。

现摘发参会专家和领导的发言，希望以此激励全体太钢人珍惜荣誉，谦虚谨慎，牢记责任，履行使命，向着新的发展目标奋力前行。

站在新起点 创造新业绩 推进新发展

——五集电视专题片《不锈之魂》研讨会发言纪实

【中国商业联合会零供委执行主任 谭新政】

看了《不锈之魂》后非常感动。一是有高度。李晓波董事长“三只眼睛看世界”的战略思维在片中反映的很深刻。二是有深度。专题片深刻揭示了企业发展归根结底是品牌的竞争，而品牌的背后又是企业文化，文化是推动企业快速发展的核心和灵魂，这一点片子挖掘的很深、很成功。三是有宽度，片中展现的太钢不单单是为了经济效益，而是重在服务、重在顾客满意度、重在社会责任，这几方面都做得非常好。应当扩大该片的影响，以体现其价值。



【中国质量协会用户工作部副部长 王红】

通过《不锈之魂》专题片，对太钢有了一个更全面、深入的了解。专题片全面、系统地反映了太钢企业文化的核心价值观，诠释到位、清晰；专题片从做操、排队、工装等具体而生动的事例展开叙述，给人以深刻的印象，非常有冲击力；专题片展示了从不锈钢历史、中国传统文化，到现代绿色责任的历程，文化气息非常浓厚，使人不仅仅是收获了太钢的现代文化，还收获了丰厚的历史文化知识。专题片适用范围比较广，无论是做企业管理的，做咨询的、做企业研究的，还是普通百姓，都值得看。我相信，不同群体的人都可以从中学到不少东西。片子对于引导人们加深对价值观的重新思考，对于在全社会树立正确的价值导向非常有意义。



【《WTO经济导刊》主编 于志宏】

《不锈之魂》立体展示了太钢实施持续发展的全景，是企业与城市及社会各利益相关方进行沟通的好工具，有助于城市和企业之间的可持续发展。通过观看片子，我感到，一是立意高。该片与传统的企业电视片相比，突破和超越体现在突出

了企业文化特别是企业核心价值观在企业发展过程中的引领作用、凝聚作用，同时，又生动反映了中国企业的新形象，这种新形象就是不仅在全球要规模大，更要强，特别是可持续发展的能力要强。二是内容实。过去企业文化的内容往往都是千企一面，

《不锈之魂》从董事长的讲话和客户的反馈，再到职工自觉的行为，都让我们看到企业文化在太钢的落地生根。我理解，企业文化是企业的品德，一个有品德的人作出的事情应该是高尚的。一个有着扎实的企业文化，并能够把核心价值观落地生根，肯定是一个具有优秀品德的企业。它在与客户和所有利益相关方的沟通过程中，在管理过程中，能够把这种品德体现出来，这也就是我们所说的社会责任管理方式。企业文化或者企业的价值观，实际上是凝聚的共同意识，这是企业吸引人到这个企业工作、追随这个企业的根本原因。太钢人为什么这么热爱这个企业，是因为这个企业有文化，他愿意追随这个企业。第三是实证多。《不锈之魂》摄制组通过对太钢的客户、合作伙伴进行大量的实证采访，有很强的说服力。片子里涉及的人群比较多，包括员工、高管、行业的代表、客户、专家、市民等等，非常丰富。我相信，作为一个普通观众、普通市民都可以从片子得到启发。总之，这部片子的推出，突出体现了两个责任，一个是太钢的社会责任，一个是媒体的责任。



【山西省记协常务副主席 任思霖】

看了这部片子，首先感到太钢了不起！这个片子以及所展示的太钢在我心目当中已经占了很重要的位置，我对太钢的看法不那么简单了。我感到，第一，这部专题片立意非常高，不是一般的反映了一个企业，而是体现了太钢人的思维方式和处理问题的姿态，许多情节很感人。我以前听说过太钢人给城市供气的事，但是不知道太钢是在停下自己的设备、在20分钟就决定了。这是什么风格？这是什么责任？片子将太钢的社会责任体现得淋漓尽致。第二，手法新颖。片子通过大量详实、生动的资料和故事，反映了太钢对人对事的积极态度。专题片中无论是太钢的领导，还是职工，讲的全是实实在在的东西，不是作秀。摄制组也不是有意拔高，而是讲述很实在的事情。这个片子可以成为教学片、案例片。



【山西广播电视台副总编辑 张敬民】

我更想把《不锈之魂》称为纪录片。作为电视行业来说，纪录片是最能反映一个电视台的理念追求、水平和团队精神的载体，一个电视台能够自觉地投入到纪录片当中，是其责任的体现。通过《不锈之魂》我们认识了一个真实的太钢、鲜活的太钢，认识了一个具有现代企业精神的太钢，这就是纪录片带来的作用。



纪录片与新闻不同，纪录片是通过大量鲜活的事例或者其他方面，把它真正软化之后再给我们受众看，给观众以身临其境和鲜活可信的感觉，纪录片的形式是其他任何形式所无法替代的。现在的纪录片更多的是拍文化、历史、人文，或者其他方面的纪录片，真正直面现实，特别是拍企业的少之又少，因为现实的企业拍起来难度非常大。“一个国家没有纪录片就好像一个家庭没有相册”。太原台牢牢把握住了纪录片的特性，将一个鲜活的太钢展示给大家，发挥了影像的作用和魅力，勇气可嘉。

我的体会有这几方面：一个是立意高。片子的主题立意是成败的关键。《不锈之魂》不是就企业说企业，而是放在全球不锈钢之都的高度和背景下审视太钢的发展。二是角度新。《不锈之魂》多以问题出发，多以事件入手，具有可视性、深刻性、观点性。如“三只眼睛看世界”、“制度是约束，文化是引导”、“用户是上级、质量是品格”等大量新观点贯穿始终，思想性很强。三是挖掘深。《不锈之魂》对非常多的典型事例和典型人物进行了深入挖掘，抓住了很多内在的灵魂。四是内容实。《不锈之魂》内容厚实，可视性强，一环扣一环，用悬念提出问题，用悬念去引导大家观赏。《不锈之魂》为太钢制作了一部精美的相册，充分体现了艺术为社会服务、发挥引导功能的社会责任。

【山西工商管理学院常务副院长 容和平】

作为高校从事经济研究的工作者，我一直关注太钢。今天看《不锈之魂》还是被它的震撼力所感染。体会之一，应当重视《不锈之魂》的社会效应。国家刚刚颁布了《“十二五”时期哲学社会科学的发展纲要》，并发布



了《“十二五”时期哲学社会科学的重大项目示范》。《不锈之魂》从诸多方面符合我国哲学社会科学发展的趋势要求。比如在经济学领域，有一个重大课题就是中国模式，这是一个国际性的话题。中国作为一个崛起的新兴经济体，成为世界经济社会关注的焦点。金融危机反映出中国模式的崛起，前两年有《复兴之路》、

《大国崛起》，这两个纪录片都很不错，但都是宏观的。中国模式的根基是中国企业模式，是具有中国特色的企业管理模式。《不锈之魂》就是全面、真实地反映这个新形象的代言人。再从管理学角度讲，有一个重大的课题，就是中国大企业集团的成长模式。今天我们从《不锈之魂》中找到了典范。中国经济要立于世界经济之林，大企业集团，担任着突击队、先锋队的作用。《不锈之魂》专题片利用多种手法和众多文献资料，鲜活地展示了一个市场化、城市化的太钢，有力地回答了当代经济社会的重大战略问题，其社会效应很深刻。体会之二，从企业管理学科的专业角度来讲，《不锈之魂》专题片的成功之处，在于运用了大量鲜活的案例（不是事例），以案说理，雅俗共赏，让不同的人群都能引起心灵的震撼，获得不同的思考，应当是生动的教科书，是案例教学法的精品。《不锈之魂》不说很多的道理，它是一个很好的中国企业改革开放以来文化建设、战略管理的一个很好的案例教学片。也使我在以后的科研教学中，底气更足，因为山西有一个太钢这样的优秀企业。

【太原市委宣传部常务副部长 吴国荣】

《不锈之魂》震撼非常大，比较完美，特别在一些表现手法上，树立了标杆。一是对太钢精神和核心价值观把握得非常准确，把太钢精神诠释得非常生动。二是专题片要素的运用非常好，无论是采访职工、专家学者还是其它细节方面都非常好，基本上把太钢文化总结提炼到位。三是《不锈之魂》的拍摄播出和今后进一步的宣传运营对于我们太原市乃至山西省的转型发展，跨越发展，对于把太原建设成为一流省会城市，都是极大的推动和促进。建设一流省会城市更大程度上要从文化教育出发，也就是从文化理念、文化氛围、文化自觉等出发。《不锈之魂》恰恰从文化的角度对太钢精神和太钢核心价值观进行挖掘、概括、提炼和总结，所以，《不锈之魂》专题片对于太钢的宣传，特别是对太原市转型发展，建设一流省会城市是很大的促进。



【太原市文广集团副总裁 太原电视台台长 赵欣】

这次拍摄《不锈之魂》有几个方面的突破。一是《不锈之魂》把文化放到了重要位置，把枯燥的数字蕴藏于文化中，强化了可视性。二是在叙事方式上有突破、有事实、有展示、有评论，涵盖了从企业到城市、从行业到产业、从国内到国际的方方面面，带给观众以广阔的开放空间和思维。三是运用国际化的元素树立了中国企业的形象。太原电视台要求所有的频道和所有中层干部都要观看《不锈之魂》，并写观后感。通过《不锈之魂》专题片，太原电视台内部也更加突出倡导，要树立观众至上的理念，不容许生产劣质产品。我相信，我们几代人将来再看《不锈之魂》的时候，也会感到，太钢人的这种精神是永恒的。当你们白发苍苍的时候再拿出这个片子，它依然有生命力。作为电视人，我们将为此不懈努力。

**【太原市委宣传部理论处处长 马峻敏】**

《不锈之魂》的灵魂是企业文化，文化是企业发展的灵魂，价值观肯定是一个文化的灵魂，应该说这部片子就是以比较多的事例和编导良苦的用心，所合成的高水准的制作，给我们的一个启示是，他讲的就是一个价值观的力量。第一，《不锈之魂》生动展现了价值观的力量，这为我们进一步凝练和概括太原的城市核心价值观，塑造推动太原新发展的灵魂提供了有益的启示。第二，《不锈之魂》生动展示了太钢这样一个大集团、大公司的形象，这对我们塑造太原的城市形象，甚至塑造国家的形象，都有很好的启示。第三，作为个人来讲也是很好的教育，促使我们无论做人还是做事要有一个正确的价值取向。《不锈之魂》当中，无论从李晓波董事长、中层干部，到每一个普通员工，他们的表情从容而自信，表达语言自然而平和，但内心充满了激情。正是《不锈之魂》这种真实、自然所展现的魅力，才深深地感染了我们，打动了我们每一个人。



《不锈之魂》观后感

《不锈之魂》以太钢应对金融危机、提升企业竞争力为背景，以太钢独具特色的企业文化为主题，生动展示了太钢人自觉实践“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的核心价值观，化危为机、勇于担当，创造新业绩的奋斗历程。该片播出后在全公司广大干部职工中引起强烈反响，大家纷纷以细腻的笔触抒发对太钢跨越发展的激动之情，表达对太钢美好未来的无限憧憬……



自豪！太钢蓝

□炼铁厂 安瑞珍

一口气看完让人荡气回肠的五集电视专题片《不锈之魂》，真是百感交集！作为一名身穿太钢蓝的职工，自豪感油然而生！

自豪！太钢蓝。因为我们可以用“三只眼睛看世界”，拥有厚度只有头发丝的三分之一的不锈钢板；因为我们的不锈钢已大规模应用于城市轻轨、三峡、“神舟”系列飞船等新兴行业和重点领域；我们是值得骄傲的全球最大、工艺技术装备水平最高、品种规格最全的不锈钢企业！

自豪！太钢蓝。因为我们一直把质量当做企业的品格，把产品看做员工的人格，因此我们才会把用户当作上级，把质量当作品格；我们才能对用户有百分之百的承诺，才能把用户的需求做到百分之百地回复、百分之百地处理，让用户百分之百地满意；我们才有了风雨同舟的朋友式的用户群，有了荣辱与共的兄弟般的客户群！

自豪！太钢蓝。因为我们敢于创新、勇于创新！因为我们把创新作为企业的灵魂和发动机，所以才有了“金字塔”型的创新平台！因为我们有了创新发展的大谋略，所以我们才构建起一条条产业链、价值链，实现了独具太钢特色的钢铁企业与煤炭企业的互利双赢！

自豪！太钢蓝。因为我们有一流的团队、一流的研发人员、一流的金牌员工，有以他们名字命名的操作法和工作室，有一流的文化，所以我们才能有真正体现“以人为本”的核心价值观，才能让员工真正爱岗敬业、爱岗敬业。企业文化就像一条隐形的纽带，牢牢地系住了职工的心，使得职工与职工、职工与企业相互依赖、共同发展！

自豪！太钢蓝。曾几何时，我们是污染大户，因为我们的城市被环境所困，地处上风向的太钢颇受责难。但我们能够破茧重生，能够像凤凰涅槃一样获得新生！因为我们有责任，因为我们敢于担当！于是，老旧设备被拆除了，落后产能被淘汰了，花园式的工厂诞生了！

于是，我们自豪！因为我们是身穿太钢蓝的太钢人！我们期待着，太钢的明天更美好！

不锈之魂

□技术中心 杨 樱

大地的灵魂至善至厚，孕育万物；高山的灵魂坚毅磅礴，造化风景；江河的灵魂汹涌澎湃，一往无前。我想，我们太钢不锈的灵魂应该就是那面迎风招展、昂扬奋进的核心价值观的旗帜：以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新。

《不锈之魂》专题片象一首钢铁的赞歌，诠释了太钢的企业核心价值观；象一幅精美的画卷，展示了太钢新的企业形象；又象一个冲锋的号角，吹响了新时代钢铁行业的最强音！

一幅幅振奋人心的画面缓缓在我们眼前流动：

碧空如洗的晴空下，矗立着栉比鳞次的厂房，白色的烟囱高高耸立，4350立方米的大型高炉雄姿巍巍；花园式工厂已颇具规模，到处绿树成荫，绿草如茵；炼钢炉炉火熊熊，喷吐着锤炼的火舌，钢花飞溅，映红了太钢人永不服输的脸庞；不锈钢冷轧、热轧，轧辊飞舞，机声铿锵，仿佛一台盛大的交响音乐会，唱响神州大地；熠熠生辉的不锈钢卷，一排排，一行行，像一个个等待检阅的士兵；现场整齐划一，工作一丝不苟，质量精益求精，5S现场管理、6σ精细管理大显神威；150万吨不锈钢工程的投入运行，显示了太钢人的豪气冲天、胸怀壮志；秦山核电站、三峡大坝、“神舟”系列飞船等重点工程中太钢产品的投入使用，预示着太钢人已大踏步迈进高科技领域，显示出非凡的勇气和智慧。

年产量千万吨，营业收入过千亿，获“全国质量奖”、“全国用户满意产品”、“中国名牌产品”称号，太钢站在了全国钢铁企业的前列，太钢人正在用行动践行着企业核心价值观……

看到这些，每个太钢人无不感到骄傲与自豪！



啊！太钢不锈，不锈太钢，应对形势，迎难而上，坚持不懈，奋勇向前，像搏击风浪的海燕，在汹涌澎湃的市场大潮中振翅高飞！

太钢不锈，不锈太钢，挑战自我，敢为人先，不断创新，以质取胜，像搏击长空的雄鹰，在广阔的天地间自由翱翔！

熊熊燃烧的炉火中孕育着不锈之魂，熠熠生辉的钢花中流淌着不锈之魂，精益求精的态度中蕴藏着不锈之魂，建设全球最具竞争力不锈钢企业的凌云壮志展现了太钢的不锈之魂！

不锈之魂，在每个太钢人的肩上；不锈之魂，在每个太钢人的心中；不锈之魂，在每个太钢人兢兢业业的工作中。让我们高擎企业核心价值观的旗帜，在祖国大地上引吭高歌，在钢铁行业中独领风骚！

不锈之魂礼赞

□复合材料厂 白旭峰



君不见不锈之魂太钢来，
五柱擎天众志筑彩。
君不见领舞世界多豪迈，
转型跨越顺应时代。
三只眼睛看世界，
企业文化为基台。
技术引领共进步，
同心创富赞誉来。
优质优价凝客户，
风雨同舟送关怀。
敢对标，胆气壮，
创新开放向前迈。
抓循环，促减排，
绿色责任与城在。
求务实，严律己，
以人为本魂不衰。

太钢——我的家园

□技术中心 谢振亚

太钢经过70余年的发展历程，发生了翻天覆地的变化，作为一名太钢职工，看到那一卷卷精美的不锈钢，一座座漂亮的现代化厂房，一处处簇拥着鲜花、绿树的厂容，不由得心中备感自豪。

《不锈之魂》记录了在激烈的市场竞争中，太钢激流勇进的成功之道。近几年，太钢加快转变经济发展方式，以科技创新和技术进步为支撑，大力倡导节约、环保、文明的生产和生活方式，完成了从“天灰水黑”到“碧水蓝天”的转变，颠覆了传统钢铁产业“高能耗、高污染”的发展方式，走出了一条钢厂与城市和谐发展的绿色之路。每一个太钢人都由衷地感叹：太钢的变化真大啊！

太钢始建于1934年，其成功的秘密就在于有一个放眼全球、科学理性的企业发展战略目标——建设全球最具竞争力的不锈钢企业。企业文化愈来愈成为企业核心竞争力的灵魂。太钢的成功，还在于铸造出一种崇尚和谐、永续发展的企业文化。以曾经鼓舞了整整几代人的“李双良精神”为支撑基石，以“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”为核心价值观的企业文化体系，塑造了太钢新的企业形象，实现了人与人、人与企业、企业与社会、企业环境的和谐发展。

以人为本，深刻反映了太钢人顺应时代发展要求的崇高境界，体现了太钢强烈的时代责任感和追求美好愿景的高尚情操。正是这种精神，激励着太钢人积极创新进取。

良好的机制使太钢人把企业的事当做自己的事。“用力做事只是合格，用心做事才是优秀”、“只有每个人把自己的本职工作做好了，太钢才具有竞争力，才能实现宏伟的发展战略目标”。正是有这样一支爱岗敬业、乐于奉献的职工队伍，支撑着太钢跨越式的改革与发展，创造了太钢又好又快发展的奇迹。

太钢的成功，不仅在于创造了丰厚的物质财富，还在于太钢创造了“自主创新、敢为人先、追求和谐、干事创业”的精神。这也是每一个太钢人为之自豪与骄傲的精神，更是一种可贵的精神财富。

要干就干最好，要做就做第一，这就是太钢！

赞太钢不锈之魂 系硅钢辉煌之路

□冷轧硅钢厂 曹华

太钢在日新月异的变革、发展以及激烈的市场竞争中，连续几年位居世界不锈钢企业前列。科学的发展、创新的精神，让太钢有了超强的竞争能力，使太钢登上世界之巅。在每一名太钢人的心中，都有着属于自己的永不生锈的精神，而我们精神的聚合，就成为了我们企业的不锈之魂。

在《不锈之魂》影片中，我们可以看到无数太钢人艰苦奋斗、勇于奉献、不断进取的优良传统。同样，也能够深刻地感受到，太钢人正以科技发展为基础，敢为人先，全面开放，不断创新。“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的核心价值观已经成为每一位太钢人工作的根本和行动指南。

太钢的发展融入了我们几代太钢人的汗水与艰辛，我们又需要克服更多的困难，才能拥有更大的成绩。我们每一位太钢人，都在平凡岗位上默默无闻，创造着不锈的奇迹；在团结奋斗中，创造着属于中国人的不锈辉煌。

在太钢的家族中，有着这样一块好钢——冷轧硅钢，它正跟随着我们企业的发展，在一步一步地壮大着。我们每一位硅钢人，以企业核心价值观为基本，不断提升着产品的品质。从第一卷硅钢的成功轧制开始，从低牌号硅钢到中牌号硅钢，再到现在的高牌号硅钢，我们在一步步地探索与实践中发展着。

作为一名冷轧硅钢厂的普通职工，我见证着、参与着公司的变革与发展，同样也期盼着我们硅钢冷连轧改造工程的建设。未来，我们的冷轧硅钢会是什么样的场景？我想，通过我们全体硅钢人的齐心协力，在太钢核心价值观的指导下，以“对标、转变、创新、超越”为工作标准，以《不锈之魂》为起点，一定能开创出冷轧硅钢的新里程。



有感于“三只眼睛看世界”

□东山矿 刘三鱼

近日，东山矿竖窑作业区党支部组织党员观看《不锈之魂》专题片，片中“三只眼睛看世界”给我的感触最深，一只眼睛看客户、一只眼睛看同行、一只眼睛看政策，道出了我们企业用户至上、质量兴企、对标赶超、与时俱进、放眼世界的共同信念，就是这个信念，支撑着企业渡过金融危机的冲击，走上了跨越式转型发展的征程。



“一切围绕客户”、“一切为了客户”、“一切服务于客户”的理念建立起了太钢与全球客户相互信任、相互支持和相互依存的关系，“感人心者，莫先乎情”，太钢人用火热的情怀架起了顾客和不锈品牌之间联系的桥梁，走访客户、调研客户满意度让我们及时了解和掌握了客户对产品的需求，准确调整产品结构，走出了金融危机阴影的笼罩，也使不锈宽幅冷轧板赢得了众多的客户，销量稳居国内第一。

“要做就做第一”，“哪怕是0.1的差距，也绝不放过”，道出了太钢人对标找差的坚定信念，学习借鉴同行的先进经验和做法，以提高我们的工作水平和工作绩效，有效消化不利因素，克服不利影响。把全球范围内、行业内的高标准，或者自己历史上曾经达到过的最好水平作为标杆，保持谦虚、开放、学习的态度去对标，力争实现改善、创新和超越，就是我们对标找差的目标。

放眼世界、抓紧机遇让太钢人走出了国门，走向了世界，土耳其、缅甸矿产资源的开发，展示了太钢人以豪迈的胆识、主动的姿态来抢占未来发展制高点的高瞻远瞩，也带领着不锈钢产品步入了石油、石化、造船、集装箱、铁路、汽车、城市轻轨、大型电站、“神舟”系列飞船等重点领域和新兴行业。

现在的十里钢城生活区高楼林立，生产区红花绿树环绕，鸟语花香，厂在林中，人在景中，仿佛置身于某个园林景区，令人心旷神怡，穿一身太钢蓝漫步在绿树环绕的厂区，我觉得我很幸福。

太钢不锈 精神不朽

□冷轧硅钢厂 钱秋佐

太钢不锈，精神不朽，以人为本，科学发展，用户至上，服务争优，质量兴企，卓越追求，全面开放，互通有无，不断创新，别出机杼。擎天五柱，率先提出，思想统一，助力行动。5 S 管理，更新面目，整理整顿，清扫清洁，素养提升，效果显著，现场规整，产能上升，安全升级，故障降低，节约成本，缩短周期。企业文化，落地生根，意识自觉，引导行为，不锈龙头，傲视全球。韩国电报，震惊四座，分析调查，赝品假货，质量危机，尘埃落定，一场虚惊，引起思考。收集意见，集思广益，顾客满意，全厂追求。造船材料，全新挑战，压力面前，同心协力，排除困难，产品成功，一鼓作气，占领先机，

船舶市场，独占鳌头。汽车大梁，太钢主打，青岛一汽，战略伙伴，盟厂求助，全力以赴，问题解决，用户称赞。汶川地震，阴云密布，四川汉旺，受灾严重，伸出援手，捐资捐物。对待客户，尽心尽责，以情待人，终得善果。价格倒挂，履行合同，海南三亚，客户座谈，沟通价值，风雨同舟。金融危机，逆流而上，国际情怀，战略眼光。高层占位，创新开放，技术中心，钢业第一，国际对标，攀升品质，降本增效，优化结构，节能减排，不断创新。高炉会议，发现问题，利用系数，相差点一，改善工艺，全面超越。奥运火炬，来到太钢，火车传递，动力十足，科技引领，技术带路。铬矿稀有，走出国门，

土耳其内，开矿建厂。镍矿短缺，深入缅甸，拥抱挑战，接轨国际，抓住机遇，纵横延伸，励精图治，多元发展。双良精神，全厂弘扬，你我她他，都是主人，文体中心，源于网络，在线倾听，拉近距离，文化自觉，人本关怀，职工住房，加速建设，保质保量，分享幸福，科技人员，享受重奖，金牌工人，以厂为家，主动创造，文化激活。昔日污染，破茧重生，绿色钢城，责任在肩，花园厂区，工业旅游，节能减排，与时俱进，废物废液，循环利用，能源紧缺，反供市区，相互支撑，和谐共生，变废为宝，亮相世博，绿色责任，创造一流，不锈之魂，钢铁铸成。

太钢人的骄傲

□能源动力总厂 郭年珍

单位组织观看《不锈之魂》五集电视专题片后，觉得意犹未尽，又和家人一起分享。再次看过之后感慨的不只是我，正上高中的儿子被一幅幅精彩的生产画面所吸引，当看到一面蓝色的太钢厂旗飘扬在8848米的珠穆朗玛峰顶时，认真地说，这真是你们太钢吗？好气魄啊，我以后大学毕业也要做一名太钢人！是的，这就是我们太钢，日新月异转型跨越发展中的太钢，我们太钢人的骄傲。

近几年，随着太钢节能减排、技改升级工程的全面启动，多项污染、耗能的设备被淘汰，一批批节能环保设施投入生产，我们工作地点周围不仅新建了污水处理系统、清洁的大型储煤罐等，而且对公司在不锈钢生产过程中产生的高炉煤气、余能余热等能源加以回收、循环利用，一批批节能环保高效的新机组，已成为太钢实施清洁生产、发展循环经济、低碳经济的典范工程。如今，工作在太钢是一种享受，一种快乐。

正如一位邻居大姐参加了太钢“公众开放日”活动后，喜悦的心情溢于言表。她告诉我，看到火红的钢板从轧机里飞速而出的瞬间，就像一个新生命的降临；看到太钢渣场昔日堆积如山的渣山图片，对比如今荷叶掩映、假山亭榭、绿意浓浓的新渣场，仿佛目睹了太钢的昨天和今天；看到太钢花园式的绿色厂区、清洁的不锈钢生产线、排列有序的钢材卷，真切感受到了太钢企业文化的魅力所在。

《不锈之魂》不仅是对太钢企业文化的诠释，更是对太钢企业精神的演绎。李晓波董事长“三只眼睛看世界”的新观点，不锈钢产品在地铁、货车车辆、造船、集装箱等行业的广泛应用以及不锈钢新产品的开发等，是我们太钢人的骄傲。在我们身边“把太钢的事当作自己的事”的双良式职工层出不穷，以他们名字命名的“先进操作法”、“创新工作室”等，也是我们太钢人的骄傲。几代太钢人用行动践行着敬业、创业、团队、科学、创新的精神，创造了不锈钢、不锈复合板、火车轮轴钢、军工钢等诸多产品国内市场第一的占有率，这些同样是太钢人的骄傲……

太钢的发展令人向往和期待，我们感恩于太钢，奉献于太钢，骄傲于太钢。

我为我是太钢人自豪

□冷轧硅钢厂 郝晓丽

近日，观看了五集专题片《不锈之魂》，心潮澎湃、激动万分。《不锈之魂》专题片详尽介绍了太钢一步一步发展壮大、走向成功的艰难历程。作为一名太钢人，我深感自豪，同时感触颇多。

我印象最深的是著名经济杂志《财富》所写的，“没有强大的企业文化，没有卓越的企业价值观、企业精神，再高明的企业经营战略也无法成功。”的确，太钢的企业文化已经深深扎根于每一位太钢人的心中，正如片中所说，从排队交接班到5S，从开始的抱怨到接受，再到久而久之成为习惯，我感同身受。正是这些良好的习惯生动形象地诠释了太钢企业文化的魅力。正所谓落地生根的企业文化是太钢强盛的根本。

用户至上、质量兴企是太钢企业核心价值观的主要内容，也是这些年来我们不断追求的目标。太钢用实际行动对所有用户发出郑重承诺：不合格产品不出厂！特别是在2009年金融危机中太钢提出了“三只眼睛看世界”的新观点，并且用实际行动为用户提供更全、更好、更快的解决方案，在长期合作中实现共赢，使太钢一步一步走出金融危机的阴影。当我看到一名年轻的太钢经销商将印有TISCO的旗帜高高飘扬在珠穆朗玛峰顶时，心中的感动油然而生！

只有真正调动起人的力量，文化的力量才能无形胜有形。当我得知太钢文体中心的建设源于“在线倾听”一名“三只脚的牛”普通网友的帖子时；当听到近几年



公司准备每年兴建20万平方米的职工住宅小区时，我又一次被感动了，太钢真正把职工的利益放到了第一位。多年来职工的免费体检、带薪休假，还有今年实行的工间餐补助……现在职工的私家车逐渐增多，生活日益提高，那是笑在脸上，甜在心里！太钢真正将以人为本落到了实处。

现如今，太钢已今非昔比。在宏伟战略目标的引领下，一座座高大宽敞的厂房拔地而起，一台台先进的设备放飞梦想。然而太钢没有忘记她的绿色责任，加大节能减排、循环经济项目投资，不仅自己的废气、废水、废渣没有排出，并且将厂区周边的废水变废为宝。放眼看太钢厂区，何尝不是一个花园似的景区呢？听着许多游客参观太钢后由衷地称赞，身为一名太钢人，我深感自豪！

百炼才能成钢，太钢的今天来之不易！每一位太钢儿女都应在各自的岗位上尽职尽责，奋发图强，倾力建设和谐太钢，把我们的家园建设得更加美好！

太钢明天更辉煌

□炼铁厂 邵宏大

近日，作业区组织观看了《不锈之魂》专题片，我深刻体会到太钢在转型跨越过程中，企业核心价值观和企业文化对太钢发展的重要性。该片从各个角度着眼，立意高远、内容丰富、说服力强，鼓励我们珍惜荣誉、牢记责任、勇于担当、履行使命，向着新的目标奋力前行。

太钢作为一个特大型钢铁联合企业，从无到有、从小到大，经过多少太钢人辛勤努力，不断发展壮大，逐渐形成了自己独有的企业文化。什么是“不锈之魂”呢？按我的理解，它不是一个人、不是两个人，而是我们全体太钢职工。片中说得好，如果把我们太钢的设备全搬走，只要留下我们太钢人和太钢精神，我们依然能建设一个崭新的太钢！这就是几代太钢人给我们创造的太钢精神和企业文化。在企业核心价值观中把“以人为本”放在首位，说明公司上下深刻认识到了人的重要性。只要我们人员的素质提升了，大家的工作积极性提高了，何愁我们的企业不发展呢？

看完专题片后，大家深受鼓舞，太钢能够在世界不锈钢的舞台上领舞，作为一个太钢人，感到很自豪，也感到身上的责任重大。我们只有在自己的本职工作中精心作业，严把质量关，善于发现问题，及时解决问题，才能为我们的下工序服务好。

作为新一代的太钢人，我们应该放眼世界，抓住机遇，让我们的太钢做大做强走向世界，以太钢人的豪迈气势，抢占未来发展的制高点。我深信，沿着转型跨越发展的步伐不断前进，太钢的明天一定会更辉煌。

我们有信心

□二钢厂 时慧斌

近期观看了《不锈之魂》，不仅让我热血沸腾，也让我明白：是“为全球消费者提供最精美的不锈钢产品”让我们不断追求更加精优的产品来满足客户需求；是企业宏伟的战略目标让太钢一跃成为全球最大、工艺装备水平最高、品种规格最全的不锈钢企业，让太钢在世界不锈钢舞台独领风骚；是“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的企业核心价值观，不断激励着我们太钢人为企业发展努力。

2009年的金融危机对全球钢铁企业造成严重冲击，使得钢铁产业出现负增长。面对这样的困境，太钢领导提出的“三只眼睛看世界”的决策让我们太钢人内心充满希望，成为我们太钢人的共同信念，就是靠着“一只眼睛看客户，一只眼睛看同行，一只眼睛看政策”这样的决策走出了金融危机的严冬。有这样敢于面对困难、挑战机遇的领导团队，有这样在困境面前做出正确决策的领导团队，我们有信心勇于面对和战胜困难。

质量是企业的品格，产品是员工的人格。只有不断提高产品质量，完善产品性能，研发新型环保节能产品，才能在世界不锈钢舞台立于巅峰。在2009年全国575家国家认定企业技术中心评价中，太钢技术中心位居第二位，在钢铁企业中排名第一。在对标中降本增效，在对标中优化品种结构，在对标中深化节能减排，在对标中不断创新，将对标意识深化到每位职工心中，这种对标意识无疑成为太钢人争创一流的必胜信念。

绿色发展是太钢永恒的追求。为解决环保问题，太钢利用先进技术研发，将高炉渣作为水泥混合材料，将电炉渣用于生产白水泥或彩色水泥，渣山由此成为太钢的“第二矿山”，治渣治出一条环保产业化之路，使固体废弃物重新作为一种次生资源，延伸了钢铁产业链。就像是太钢领导所说：“太钢的发展，得益于社会责任的良好履行。”正是有这极大的社会责任感，我们才会不断发展。

为作为一名太钢人而骄傲，期望太钢的未来更加美好！我们信心坚定！

领略不锈之魂魅力 实现转型跨越发展

□技术中心 郭凯

当历史的车轮驶入新世纪，当新一轮的装备及技术革新如火如荼在全世界蔓延开来的时候，当昔日名不见经传的产业同行们脱颖而出的时候，当太钢还在为未来发展战略与方向迷茫的时候，被挤出“十大钢”行列的残酷现实已经摆到太钢人的面前。此时的太钢人痛定思痛、重振精神，通过审时度势、自我剖析，提出了自己宏伟战略目标，并将企业文化建设推向了一个全新的高度。在“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的企业核心价值观的引领下，太钢上下全体员工展开了一场前所未有的思想大讨论并最终达成了思想上的一致和认同——太钢需要破茧重生，太钢需要跨越发展。

在之后的几年里，太钢人通过大规模的技术改造和新建项目的建成投产，以前所未有的勇气和魄力实现了大家的共同夙愿，一跃成为全球最大、工艺技术装备最高、品种规格最全的不锈钢企业。

“客户是企业的上级，质量是企业的品格”，是太钢人对其产品品质和服务向用户许下的庄严承诺，同时也是太钢人坚定的执行标准。正是这种诚信的力量，正是这种不折不扣的执行力使太钢在全球金融危机的大背景下能够得到广大客户的大力支持与信任，实现了“利”与“信”的绝佳诠释。

“全面对标，争创一流”，将对标作为一种提升工作绩效的基本思路和方法，是太钢提出的又一指导思想。“他山之石，可以攻玉”，这种思路和方法的使用使我们通过了解标杆企业的相关情况，给自己一个相对明确的定位，知道自己的差距与优势在哪里，设定可行的工作目标，制定有针对性的赶超措施及保障体系，进而直接而快速地实现自身综合竞争能力的提升。

一流的产品，离不开一流的员工队伍。太钢



人从小事做起，从细节做起，通过扎实推进“5S”管理，全面提升员工素质。通过规范行为促成习惯的养成，进而提升思想认识和自我约束能力，最终保障工作绩效的提升和员工自我价值的实现。

社会是企业赖以生存的载体，企业的直接目标固然是追求利润的最大化，但其终极目标必然创造更多的社会价值。如今，太钢在实现转型跨越发展的过程中，以崭新的姿态、高度的社会责任感提出了绿色发展的理念并在短时间实现精彩转身，把十里钢城建成了植被覆盖率超过40%以上的花园式工厂，并运用国际先进节能环保技术对现有生产系统进行升级改造，实现了固体废弃物及废水废气的循环综合利用，赢得了社会的尊重和赞誉。

“不锈之魂”——太钢独具特色的企业文化

□尖山铁矿 白晋峰

近日，单位组织观看了电视专题片《不锈之魂》，这是一部反映太钢核心价值观的五集电视专题片，片子从各个角度着眼，生动诠释了太钢核心价值观的涵义，立意高远，内容丰厚，说服力强。从文化的角度对“太钢精神”进行了挖掘和总结，准确地把握住了太钢核心价值观的内涵，展示了太钢人实践企业核心价值观的全过程，对太钢的发展具有积极的影响。



镜头中，从高管到普通员工都身着统一的工装，整洁又大方。那一曲所有太钢人都耳熟能详的《太钢厂歌》，听起来是那样铿锵有力，催人奋进。还有那生产流水线上刚出炉的钢坯，好像一团团鲜红的火焰，映射得每一个太钢人的心里都是一片火红。看片后，给人的

第一感觉是：太钢人的思想和精神非常统一。确实如此，曾记得《太钢日报》报道过这样一个典型的事例：某二级单位组织进行一台电机的检修，在即将收尾工作中，一位细心的老师傅发现少了一颗螺丝。责任心驱使他们重新拆卸电机，硬是从机壳内找回这个“不祥物”，避免了设备事故的再次发生。在太钢，这样的师傅们太多了，他们虽然不经常把企业的战略目标挂在嘴边，也不一定能意识到自己的言行，但体现出来的是“把太钢的事当做自己的事”的主人翁精神。多年来，他们已经形成了这样的行为规范，这就是企业文化的表现，这就是“不锈之魂”。2002年，276吨次品不锈钢材进行了集中销毁，多么悲壮的一幕。在熊熊烈火中，所有太钢人仿佛看到了一个新的质量形象在十里钢城崛起，这可以说是太钢文化落地最典型的一个事例，包括战略目标、企业精神、核心价值观、职工行为规范、杜绝不良行为公约等，多年来，已经形成了一整套具有太钢特色的企业文化体系。每个员工对这一套体系都有自己的理解，并在认同的基础上，很好地激发了自己的工作热情。

很多事例表明，太钢人时刻在用实践回答，企业文化不是写在纸上、挂在墙上的装饰品，而是从员工的日常行为中体现出来的素质和精神。这样的企业文化才能成为企业竞争力的源泉，成为企业制胜的法宝。“十二五”是太钢跨越发展的机遇期、转型发展的攻坚期，也是所有太钢人的艰苦奋斗期。转型跨越发展之路艰难又漫长，只有以“不锈之魂”做后盾，让每一个太钢人很好地去践行太钢核心价值观，众志成城，以坚强的意志、顽强的作风、良好的精神状态，以更大的胆气、更主动的姿态去战胜困难，太钢一定会为未来发展赢得新的竞争优势。

热爱本职乐敬业 誓与太钢共飞翔

□尖山铁矿 边晓玫

不知不觉，在太钢工作已十八个年头。十八年来，我无时无刻不在享受着发展中的太钢带给我的进步。这种进步不仅包括个人成长的进步，更多地包括生活水平的进步。在享受这种进步的同时，常常在想，是什么力量让太钢有了如此辉煌的今天？又是什么力量让一代又一代太钢人为了太钢的生存发展如此执着、如此痴迷？



看过《不锈之魂》后，心头豁然开朗：那是一种极其朴素的，发自内心的，却能散发无穷力量的爱岗敬业的情愫在激励他们前行。

爱岗敬业，这四个字，我们天天在讲，天天在写，天天

在听。到底怎样才能把这四个字切实地体现在我们的工作中和行动上呢？专题片《不锈之魂》让我体会颇多。

首先必须要乐业。乐业就是从内心里热爱并热心于自己所从事的职业岗位，把干好工作当作最快乐的事，做到虽苦犹乐，乐在其中。不知大家是否有这样的感受：当你经过一番艰苦努力，完成一项比较棘手的工作任务，受到领导和同志们赞扬的时候；当你经过加班加点撰写的材料，得到领导肯定的时候；当你经过冥思苦想写的文章发表的时候，总有一种小小的成就感温暖着心田。把工作当成享受，再苦再累也愉快，也心甘情愿，就感到不累、不无聊、不枯燥，反而乐此不疲。

其次要勤业。勤业是指忠于职守，认真负责，刻苦勤奋，不懈努力。忠于职守指的是工作责任心，是忠实地履行岗位职责，执行岗位规范。认真负责指的是工作态度，工作要精力集中，心无旁骛，一丝不苟，“专心致志从其事”。一个天性乐观，对工作充满热忱的人，他的工作激情是不会因为自己是小小的门卫、清洁员而有所不同。这种人无论何时都会对自己的工作充满兴趣，像希尔顿一样：哪怕是洗一辈子马桶，也要做个洗马桶最优秀的人。

第三要守业。守业就是要严格遵守公司各项规章制度和 workflows。俗话说：没有规矩，不成方圆，凡事均须遵章而行。制定规章制度和 workflows 的目的是规范我们的工作，规章制度是实施管理的有效手段。假如大家工作都可以随心所欲，那么管理从何谈起？就像人们过马路要遇见红绿灯一样，试想，人们要是过马路都不看

红绿灯，都不遵守交通规则，会是什么样子？

最后要精业。精业是指对本职工作业务纯熟，精益求精，力求使自己的技能不断提高，使自己的工作成果尽善尽美，不断地有所进步，有所发明，有所创造。因此，要想从事好本职工作，就必须加强业务学习，不断学习和更新知识，否则，光靠吃老本，不学习提高，不用多久就会胜任不了工作。

做一名勇于担当的太钢人

□尖山铁矿 鹿秀娟

《不锈之魂》播出后，在全市乃至全国引起强烈的反响，我为自己有幸成为一名太钢人感到骄傲与自豪。太钢的奋斗历程和取得的成就在鼓舞着每一位太钢人，太钢的战略目标又期待着每一位太钢人去用心实践，我们要肩负起太钢发展的使命，做一名勇于担当的太钢人。

勇于担当，就要勇于正视差距。我是一名基层管理人员，在参加工作的近20个年头中，亲身经历了太钢的变迁和发展，在深感太钢今天成绩来之不易的同时，考虑更多的是如何保持和提高。要真正做到保持和提高，就必须找准差距，正视差距。

勇于担当，就要勇于创新。做勇于担当的太钢人，不光要有勇气，还要有谋略。有勇有谋，才能担当得起。创新就是要在原来的基础上改善与提高，尖山铁矿的“三级改善”机制，为每一位员工提供了勇于创新的平台，我们要人尽其才，各尽所能，创新文化、创新机制、创新能力，为尖山矿实现“建设国内一流、受人尊重的铁精矿生产基地”的发展目标而努力。作为基层管理人员，我们要把更多的精力放到生产现场，用所学的知识和掌握的技能去改善和消除生产过程中存在的缺陷，用创新的思维方式去发现问题、解决问





题。

勇于担当，还要做到持之以恒。做好一件简单的事情很容易，难的是把一件简单的事情长期做好。在日常的工作岗位上，我们每天都要面对同样的环境，做着同样的事，时间长了，原来的细心和认真劲就会消磨殆尽。所以，要做到勇于担当，还需要意志和毅力，需要我们把一件简单的事持之以恒地做下去。我们既能担当困难和风险，又能担当挑战和考验，在困难的时候我们能勇于担当，在条件优越时，我们同样能担当得起。把我们所做的工作持续做好，太钢战略目标的实现将指日可待。

创新力就是竞争力

□尖山铁矿 李志峰

好久没有这样感动了。一口气看完《不锈之魂》，作为一个为太钢奋斗了近二十年的矿山人，心潮久久不能平静。

五集电视专题片《不锈之魂》，以太钢应对金融危机、提升企业竞争力为背景，以太钢独具特色的企业文化为主题，生动展示了太钢人自觉实践“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的核心价值观，化危为机、勇于担当，创造新业绩的奋斗历程。

创新力就是竞争力！太钢人实现自己的宏伟战略目标，靠的就是坚持不懈的自主创新精神。事实证明：自主创新让太钢在激烈的市场竞争中抢占了许多先机——不锈钢、不锈复合板、火车轮轴钢、军工钢等国内市场占有率都居第一，许多太钢生产的不锈钢已经走出国门，在国际市场上争得一席之地。正是依靠创新力，这个走过70载风风雨雨、曾经一度“山穷水尽”的老牌国企，短短几年时间，竟发生了

脱胎换骨的变化——成为全球最大、工艺技术水平最高、品种规格最全的不锈钢企业。

创新力就是竞争力！装备大型化、工艺现代化、节能降耗、清洁生产、循环发展、绿色环保也是创新力的一个体现。以尖山矿为例，以前，这里矿石品位下限为20%，低于这个标准的低品位矿石就被视为废品白白扔掉，既浪费了资源又污染了环境。太钢立足长远，对自备矿山选矿系统进行了技术改造，将尖山矿矿石采出品位下限降至15%，使矿山服务年限延长了4年。事实证明，没有现代化的装备和工艺技术，就不会有创新力，更谈不上竞争力！

前不久，翻阅《财富》杂志，在分析总结全球成功企业经验时，有一段话给我启迪很大：“成功来自第一是创新，第二是创新，第三还是创新。”的确，凡是真正取得成功、卓有成效的企业，无不极富创新精神并不懈地开展创新活动。这一“铁律”已被太钢的发展所印证，并将在新一轮的发展中得到诠释！

做一名合格的太钢人

□尖山铁矿 张高全

近日，观看了详尽介绍太钢发展史、成功史的五集专题片《不锈之魂》后，心潮澎湃，感触颇多，很庆幸能成为太钢这个有着七十余载沧桑历史的老企业中的一员。

身为一名太钢人，看到自己为之付出与奋斗的企业逐日壮大、强盛，激动、自豪、欣喜，无以言表。几多耕耘、几多收获，太钢骄人的成绩凝聚着全体太钢人的心血，是他们上下同心、努力奋斗的成果。



激动兴奋的心情平静之后，不由得在想这样一个问题：随着太钢的日渐昌盛，企业对职工的要求也将日渐严格，如何才能做一名合格的新型太钢人呢？

首先，我们要有一颗感恩、报恩之心。是太钢给了我们稳定的工作、发展的空间、温馨的家庭、幸福的生活，我们有什么理由不努力工作，回报太钢呢？古语讲“滴水之恩，当涌泉相报”，而太钢给予我们的又何止“滴水之恩”，所以我们必须热爱太钢、热爱自己的工作，竭力回报太钢。其次，要不遗余力地干好自己的本职工作。“合抱之木，生于毫末；九层之台，起于垒土”，太钢就是“合抱之木、九层之台”，而我们每一名职工就是“细小的萌芽、筑起高台的每一堆泥土”，太钢要走向世界，实现企业的发展战略目标，当然离不开我们每个人的努力。在具体的工作中，不管在什么样的岗位上，我们都要以大局为重，提高执行力，全心全意地干好自己的工作，只有每名职工各尽所能，才能实现这一宏伟目标。最后，我们要有“把太钢的事当作自己的事”的主人翁精神，太钢荣我荣，太钢辱我辱，我们要像呵护自己的家庭一样，呵护太钢。

太钢美好的未来，就是我们自己美好的未来，让我们做一名合格的太钢人，尽心尽责，为太钢的建设增砖添瓦。

在太钢工作着并快乐着

□复合材料厂 朱丽平

近日，复合材料厂组织职工集中观看了《不锈之魂》。作为一名太钢职工，在观看该专题片后，我不禁生出了无穷思考。

《不锈之魂》专题片从太钢员工整齐地做操、排队交接班、军事化上岗、太钢蓝工装等具体而生动的事例展开叙述，给人以深刻的印象；专题片生动诠释了太钢核心价值观的涵义，展示了太钢企业文化的魅力，记录了金融危机下太钢人干事创业、开拓进取，不断提升企业竞争力，创造新业绩的奋斗历程。

通过观看专题片，我深刻体会到：一是帮别人就等于帮自己。太钢之所以能一步步走出金融危机的阴影，靠的不仅是自己的新观点——“三只眼睛看世界”、“制度是约束，文化是引导”、“用户是上级，质量是品格”，也得到了与太钢曾

经合作过的和太钢曾努力帮助过的单位的共同力量，正如太钢企业文化理念中营销理念所说：为用户提供更全、更好、更快的解决方案，在长期合作中实现共赢。特别是当我知道太钢人在20分钟就决定了停下自己的设备而给城市供气的事情后，我好感动，也很自豪！



二是良好习惯成自然。参加工作多年来，通过太钢安全理念、质量理念、廉洁理念、职工行为规范、核心价值观等企业文化理念的灌输和学习，加之参加公司和厂部组织的长期坚持不断的安全培训、警示教育、专业知识培训，以及两级公司特级劳模和身边先进人物的感染，使大多数职工逐渐养成了我要安全、日事日毕、追求卓越的良好习惯。

三是以人为本落到了实处。自1994年毕业分配到太钢工作，先后经历了几次工作岗位的变动。每一次岗位的变动，对自己都是一种锻炼，一次提高。纵观自己近20年的工作经历，我深深感到：爱太钢，就等于爱自己。在太钢工作是快乐的！尤其是当看到专题片中公司领导高度重视在线倾听栏目“关于建设大型文化体育活动中心”帖子所做的决定时，当听到近几年公司准备每年新建20万平方米的高层楼房解决职工住房问题时，还有金牌工人、以职工名字命名的操作法，以及多年来职工每年享受的免费体检、带薪休假、荣誉休养、工间餐补贴，以及公司进一步加大节能减排、循环经济项目投资，为职工提供花园式工厂的工作环境，努力实现清洁生产绿色产品……这一切的一切都完完全全地体现了公司以人为本的核心价值观，使广大职工都获得了物质、精神的幸福双丰收。

《不锈之魂》不仅是对过去的重温，更是对未来的呼唤。作为一名太钢职工，在今后的工作中，我一定再接再厉，努力干好本职工作，牢记企业使命，为实现公司发展战略目标而贡献自己的微薄之力。

弘扬“不锈之魂” 创造美好明天

□设备物资采购部 米晋峰

近日，设备物资采购部组织员工观看了《不锈之魂》，并以科为单位组织员工进行了集体学习和讨论。在讨论中，我深深地感受到作为一名太钢人的骄傲，片中表现出太钢员工军事化的管理，让人感受到太钢的精神，尤其是所有太钢人耳熟能详的《太钢厂歌》，更让人心潮澎湃。片中从各个角度反映了太钢独具特色的企业文化，诠释了太钢核心价值观的涵义，展示了太钢人实践企业核心价值观的全过程。

片中首先体现出太钢人对待客户的诚信态度，真正做到用户至上，尤其是客户陷入困境时，太钢及时向老客户伸出援助之手，帮助别人的同时也帮助了自己，赢得了客户的信任。其次，片中反映出太钢随着全球生产能力最大的新不锈钢系统的投产，装备现代化水平越来越高，科研技术不断创新，职工的综合素质也大幅度提升，“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的核心价值观，促进了企业竞争力的稳步提升，推动了太钢的转型跨越发展。第三，“把太钢的事当做自己的事”体现了主人翁的精神。《不锈之魂》反映了我们每个太钢人无论在什么岗位都能以大局为重，全心全意干好本职工作，为共同的奋斗目标而努力工作。

《不锈之魂》定会激励我们每个太钢职工再接再厉、不断创新，为了太钢更美好的明天努力奋斗。



把自己融入大海

□型材厂 张卫东

《不锈之魂》的播出，不仅使太钢人感到振奋和鼓舞，同时，也引起了社会各方面的强烈反响。一部以反映太钢核心价值观的电视专题片，因何能引起世人的关注？那就是太钢多年来已经形成了一套独具特色的企业文化，太钢人称之为“不锈之魂”。

进入21世纪，TISCO的崛起，使世界不锈钢企业十强重新排序，其气势如虹，仅用3年时间，就确立了世界不锈钢行业新的领军者地位。《不锈之魂》以太钢应对金融危机，提升企业竞争力为背景，以太钢独具特色的企业文化为主题，生动展示了太钢人自觉实践“以人为本，用户至上，质量兴企，全面开放，不断创新”的核心价值观，化危为机，勇于担当，创造新业绩的奋斗历程。

在这个全球化竞争与合作的时代，太钢作为一个70余载的老企业，因何能历久弥新，青春永驻？那就是太钢人始终以民族振兴、国家强盛为己任，义无反顾地冲在时代的最前沿；拥有着一支热情高涨，纪律严明，凝聚力极强的队伍，缔造了一支文明之师，雄壮之师。太钢早已把“以人为本”作为企业生存、发展之本，加快实施人才战略；太钢特有的企业文化，不仅提高了职工队伍的综合素质，增强了企业凝聚力，更有力地促进了企业生产经营，这就是太钢事业常青的基因，决战市场的武器。

曾记得一位名人说过：“一滴水只有放在大海里才不会干涸，一个人只有当他把自己和集体融合在一起的时候才能最有力量。”正是千万个太钢人撑起了太钢不屈的脊梁，铸就了不锈之魂。

把自己融入大海，发挥最大的力量。用心去实践我们的企业文化，从日常行为举止中体现我们的素养和精神，使企业文化植根于企业，让其具有持久的生命力。让我们把自己投入到大海之中，托起TISCO号不锈航母永远前行。



打造医疗卫生事业的航母

□太钢总医院 刘峰



我是太钢总医院肿瘤科的一名护士长，看过《不锈之魂》后，心情久久不能平静。对我们每个太钢人来说不仅仅是一种感动，更多的是可以激发我们的潜质。

《不锈之魂》讲述的是以太钢应对金融危机、提升企业竞争力为背景，以太钢独具特色的企业文化

为主题，生动展示了太钢人自觉实践“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的核心价值观，化危为机、勇于担当、创造新业绩的奋斗历程。

太钢从“中国十大钢铁企业”之一，被迫挤出前十位，此后通过转变经营理念、大胆创新、奋发努力，尤其在近十年中飞速发展，成为全球不锈钢龙头企业，是太原、山西乃至中国的骄傲。太钢不锈的成功，是太钢人将勤劳、智慧发挥到极致的结果。

先进、超前的企业理念，是太钢生产经营的核心价值观，它是“太钢不锈”这艘航母的核动力。质量第一、用户至上，为太钢产品拓展了广阔的市场，人脉资源遍布全国乃至全世界各地。“5S”管理模式使太钢人爱厂如爱家，“厂家合一”。太钢厂区如今像花园一样美丽，职工对企业的认知度、归属感及自豪感空前高涨。不畏艰险、敢于创新，使太钢产品更加多样化，技术储备大增，企业竞争力及综合实力不断提高，使企业连续几年位居同行业的前列。

太钢不锈的今天，是全体太钢人不断务实、努力拼搏、积极向上的结果。“太钢不锈”的成功轨迹是我们医疗卫生部所要学习的超前意识、求实的精神、创新的态度，用户至上的服务理念。作为太钢医疗卫生部的一员，我们一定要以太钢精神为指导思想，在各自工作岗位上创先争优，积极进取，为打造太钢医疗卫生事业的航母贡献出自己的一份力量！

精神的洗礼

□物流中心 吴逢春

观看完《不锈之魂》专题片后，我深受感动。片中传递出的精神和思想感染着我，那种久违了的激情又在心中荡漾开来。看到满眼朝气的“太钢蓝”后，心中油然而生一种无比的自豪感。

精神的洗礼，品德的修炼，思想的改造，无一不由其忧患意识而来。回想过去，再观现在，公园式的厂区环境让人精神舒畅，紧张而有序的“太钢蓝”斗志昂扬，厂区到处充满着朝气和活力，一个现代化的大型钢铁企业，成为了这座城市的靓丽风景线。

太钢是全国同类企业的幸运者，之所以幸运是因为我们有正确引领方向的思想者，有什么样的思想就会产生什么样的发展方向。这几年我们太钢经历了凤凰涅槃式的重生，已冲出亚洲走向了世界，走向了更加美好的未来……

一个强大的企业，不但要有横向的社会责任，而且还要有纵向的历史使命感。而这些也必然是在先进的企业文化下产生的。片中有一名话说：“危机面前，文化的力量总能创造奇迹”。太钢的奇迹正是有了兼收并蓄的企业文化而创造的。



中国传统文化中有一名言：“苟日新，日日新，又日新”。这句话也印证了我们太钢的今天。不锈之魂已成为我们中华民族之魂的组成。在中华民族伟大复兴之路上，一群身穿太钢蓝的干部职工，正意气风发地走在大路上……

创新就是竞争力

□峨口铁矿 杨国平

观看专题片《不锈之魂》之后，作为一个为太钢奋斗了近二十年的矿山人，颇受感动，心潮久久不能平静。该片生动地展示了太钢人自觉实践“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的核心价值观理念，诠释了太钢核心价值观的涵义，立意高远，内容丰富。

创新力就是竞争力，太钢人实现自己宏伟战略目标，靠的就是坚持不懈的自主创新精神。事实证明，自主创新让太钢在激烈的市场竞争中抢占了许多先机。太钢的变化，每天都在矿山职工口中议论着，公司取得的骄人成绩也在他们之间传诵着，太钢独具特色的企业文化已经深入矿山职工的心中。

专题片看后很多职工议论，咱们太钢不锈钢能够在世界不锈钢的舞台上领舞，作为一个太钢人很自豪；公司的发展太快了，当我看到大秦铁路上的不锈钢车厢、地铁上使用了咱们的不锈钢，就感到我们太钢不锈钢发展前景广阔；有的职工对姚献府的事迹感受颇深，他是一个普通工人，就是因为他敬业、细心，发现了辊子表面渣皮积聚的原因，而且积极出主意想办法，解决了表面压坑。大家从中感悟到：每一道工序的质量好坏，决定于我们的操作，只有精心作业，善于发现问题，及时解决问题，才能为我们的下工序服好务。

雄关漫道真如铁，公司“十二五”重点项目已正式启动，标志着太钢转型跨越发展进入一个新的阶段。作为一名太钢职工，一定要结合公司发展战略目标及本单位目标任务，结合本岗位实际，强化对标意识，积极找差距，以高度的主人翁责任感为太钢的发展作贡献。

