

打好品牌建设的人才和技术基础

用高质量的产品打造企业自身的品牌，并且注重用个人的“小品牌”凝聚企业的“大品牌”。

文/王文利



王文利

北京首钢建设集团有限公司董事长、党委书记

高级经济师，中国企业联合会职业经理人，中国钢铁工业协会劳动模范。曾任北京首钢冶金工程建设有限公司党委书记、董事长，现任北京首钢建设集团有限公司党委书记、董事长。

品牌是效益，也是竞争力。近年来，面对严峻的市场形势，首钢建设集团重新审视自身在钢铁产业链的位置，积极探索和实践品牌战略，用高质量的产品去打造企业自身的品牌。

提高职工队伍整体素质，为做强首钢建设品牌打好人才基础

围绕品牌建设需要，优化人才队伍结构。我们按照加强品牌管理需要，重新组织修订下发了首钢建设集团人才管理办法，补充完善了双向选择、择优录用、竞争上岗的用人机制。通过推动干部队伍年龄结构年轻化，为适应品牌建设的要求奠定了良好的基础。我们结合提高品牌管理水平的需要，开展了以“科技伴我行”和“创新在我身边”为主题的科技兴企活动。广大干部职工在重点工程建设的实践中，积极开展技术攻关、科研和推广应用“四新”技术活动，不仅解决了一系列施工生产中的技术难题，而且保证了项目产品的高质量。

围绕提高品牌管理水平需要，采取多种形式加强专业培训。为了打造创新型管理团队，有计划地组织各级专业人员参加团队建设训练营培训。组织各基层单位党委书记、经理、项目经理到经营者培训班参加培训。通过多层次、多渠道、多种形式的大面积培训，职工队伍的整体素质得到了提高，为适应品牌管理的要求创造了重要条件。

加强施工过程控制，为做强首钢建设品牌打好技术基础

建立健全专业管理体系。在机构设置上，我们将工程技术部与质量检查部合并，突出技术质量管理的职能。在管理制度上，组织专业管理人员结合《首钢建设集团质量管理手册》

和贯标程序文件，重新修订了《质量专业管理办法》，在抓ISO9000质量管理体系运行的过程中，建立并实行了一套质量管理的长效机制。质量专业管理制度的健全完善，形成了质量管理工作凡事有章可循、凡事有人负责、凡事有人检查、凡事有据可查的管理格局。特别是质量工作“一票否决制”的严格实施，更加突出了质量管理的地位和作用。

严格按照ISO9000质量管理体系的要求组织落实。从施工前期的图纸审查、编制施工作业方案，到施工中材料和构件供应、上下工序配合、施工现场质量跟踪检查，直至竣工后所有善后事宜，一一细化落实。为确保出高质量的项目产品，我们坚持狠抓施工质量自检、互检、专检“三检制”的落实。凡是检查出的问题，必须立即进行纠正，否则不准继续施工。对修补返工所造成的人工材料费用，由当事人承担，并纳入对项目经理部的考核。

积极推广新技术新工艺，依靠技术进步为品牌增辉。在创建首钢建设品牌的过程中，紧密结合工程特点，先后将地基基础和地下空间工程技术、钢结构技术、建筑节能和环保应用技术等十项新技术应用于施工之中，创出了可观的经济效益。与此同时，我们结合施工中的技术难题，组织工程技术人员研讨攻关。每年，我们都通过对设立的课题进行调研，形成书面报告，推动课题研究成果在工程中得到应用。

培育精细施工的敬业精神，注重用个人的“小品牌”凝聚企业的“大品牌”。企业要成就自己的品牌，每一名职工的工作必须高标准、高质量。在日常工作中，将工程施工质量优劣点记录并拍照，组织当事人在会上介绍好的做法，说清质量问题出现的原因，并组织专家在会上进行点评。☐