

## 河钢销售华北公司党员先锋岗汇报材料

尊敬的各位领导：

我是河钢华北销售中心营销第四党支部书记、北京业务部经理刘振东，借此机会汇报我们市场最前沿的基层党组织，推进开展“对标一流再破冰，效率效益双提升”主题先锋赛情况。

### 一、创新推进重点工作，在追赶客户、追随客户中当先锋

首先，统一团队思想，做好先锋赛总动员。我们全员深入学习了于勇董事长在集团 2021 年重点工作推进会上的讲话，华东公司调研讲话及河钢销售干部大会讲话精神，明确工作方向。

其次，明确载体抓手，推进先锋赛纵深开展。二季度以来，河钢销售党委结合业务特色开展了“全面提升工作作风”“区域阵地党旗红”“百名旗手庆百年”等活动，营造了良好工作氛围。在此基础上，我们充分用好“对标一流再破冰、效率效益双提升”主题先锋赛有效抓手，推动集团关注的重点工作落地见实效。

再次，对标先进找不足，补齐短板再提升。我们和同区域内竞争对手敬业、凌钢等钢厂，在资源布局、现场服务等方面对标；与同单位内工程部、雄安业务部等先进部门，在内部协同、运输协调等方面对标；与下游终端用户如北京住总、中铁建工等，在

党建引领、内部管理等方面对标。全面对标推动了工作，实现了由“钢材制造商”向提供整体材料解决方案的“总包方”的转变，满足了客户需求，与客户保持同步。

## **二、立足重点工程主阵地，在为客户提供优质服务中当先锋**

一直以来，重点工程用钢销售都集中在京津冀区域。作为主战场上的主力军，我们在开拓市场、服务客户、提量增效方面的做法是：

首先，建立“高效项目开发团队”，深耕区域市场。我们发挥区域公司更贴近客户和市场的一线优势，对北京区域内所有钢材存储仓库、终端用户、国家重大工程项目，全面调研摸底、逐一走访。针对市场需求和用户诉求，建立了党员骨干为核心的“高效项目开发团队”：通过 EVI 先期开发，上半年在副中心项目二期 160 地块中，与客户达成 1.2 万吨中厚板合作，预计吨钢创效 100 元、整体创效 240 万元；新开发副中心 C03/05 地块、北京地铁 22 号线等 20 余项重点工程，上半年重点工程直供用钢达 8 万余吨。

其次，突破市场及区域格局，立足北京、抓牢雄安。我们针对北京区域央企、大型国企总部较多的优势，深挖潜在市场，凭优质产品和服务赢得雄安启动区、雄安站枢纽 2 个地块项目。保供关键期，因北京区域限行，部分工程只能后半夜进场，且限载要求繁多。面对巨大的保供压力，24 小时坚守在保供第一线的先

锋岗成员率先示范，通过思想“破冰”推动业务突破——副中心团队一次次紧急落实工地急单，以专业服务与综合实力赢得用户点赞；总用钢量约23万吨的雄安“金湖·未来城”团队，发挥一体化营销优势，厂库直发量由5月份的0.12万吨，提高到6月份的1.5万吨，为后续加深合作提供了支撑。

### **三、以推荐河钢品牌为己任，在集团产品价值最大化中当先锋**

于勇董事长要求营销团队，要当好河钢品牌的推荐人，最大程度地提升产品价值。这方面我们的举措是：首先，全面推介宣传河钢产品、河钢品牌，拓展企业品牌在客户端的价值空间。我们利用各种参会契机，在兰格钢铁年会、金属材料推荐会等北京行业展会、重要会议上，主动推介集团品牌、扩大河钢影响力。特别是把握河钢钢材独供北京香山革命博物馆、中国共产党历史展览馆等“红色地标”机遇，在庆祝建党一百周年之际彰显了河钢的国企担当。最近又签约4·28保密工程，进一步实现了河钢品牌溢价再提升。

其次，突出党员先锋岗特色，以党建共建推动合作。我们把党建工作同销售业务紧密融合，与党建共建单位北京住总对标以来，多次组织业务座谈会，强化互帮互学；还与北京住总物流党支部，联合开展“风华百年、奋勇向前”等主题活动，双方党组织紧贴营销业务和经营发展实际需求，通过参观交流、主题座谈

等，进一步拓展了合作规模及领域，实现了多元化共融。在副中心二期东南组团、北京国道 109 高速新线、北京地铁 17 号线、22 号线等多个项目上，通过党建共建实现了合作双赢。

各位领导、各位同事，今后工作中我们将再接再厉，把自己的工作做到最好，继续当好集团“两个结构优化”的排头兵，绝不辜负集团的信任和期望，为集团改革发展、转型升级做出新的更大贡献。