

以匠心造精品 用品牌赢未来

——记集团公司品牌建设工作

记者 李朝婷

2026年5月10日,是第十个“中国品牌日”。近年来,酒钢集团深入学习贯彻习近平总书记关于“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”的重要指示精神,坚决贯彻甘肃省委省政府“强科技、强工业”行动部署,将品牌建设作为企业高质量发展的核心引擎,持续深耕技术创新、品质提升与品牌培育,一批标志性产品接连获得权威认可:“酒钢”牌低合金结构钢热轧钢带、“甘铝”牌重熔用铝锭获得甘肃省首批“陇字号”认证证书;CSP低合金结构用热轧宽钢带、钢筋混凝土用热轧带肋钢筋(直条)等产品获评冶金产品实物质量品牌培育“金杯优质产品”……

战略领航 构建品牌路径

方向明则思路清,目标明则步履坚。酒钢以“创建世界一流绿色新材料企业”为战略目标,遵循“统一规划、分层实施、动态调整”原则,构建“母品牌引领、子品牌协同”的品牌建设机制,明确钢铁、有色、电力能源等主业品牌发展路径,推动品牌建设与生产经营深度融合。

——钢铁产业着力打造“精品+服务”模式,采取多品种、小批量、高品质的差异化产品发展之路。巩固西北地区建材品牌龙头地位,稳步提升风电钢、中低碳钢市场占有率,实现热镀锌铝镁、超纯铁素体不锈钢、马氏体不锈钢、双相不锈钢产品高品质及系列化;提升综合服务水平,将酒钢钢铁产品打造成中国钢铁行业高端、优质品牌。

——有色产业聚焦“绿色+全产业链”方略,以清洁绿色新能源为支撑,以较全产业链配套为依托,积极传播绿色“甘铝”品牌理念,把铝产业链产品打造成国内独树一帜的绿色化、高端化、全产业链优势明显且竞争力强的品牌。

——电力能源产业向“清洁+综合服务”转型,通过燃煤机组超低排放改造、深度调峰改造、新能源配套建设、“多能互补”一体化建设等工程,不断发展清洁绿色新能源,对内支撑钢铁产业、铝产业发展绿色品牌,对外向新能源综合服务型科技型型企业转变,打造绿色新能源综合服务品牌。

与此同时,酒钢以“符号化传播+场景化触达”为核心,有序开展品牌形象识别与传播工作。在视觉层面,将“酒钢造”提炼为品牌超级符号,通过国家重点工程应用案例强化技术品牌形象,使抽象技术具象为可感知的市场标签。在传播策略上,构建“国家级展会+融媒体矩阵”双通道,参展中国品牌博览会、中国西部国际博览会、中国兰州投资贸易洽谈会等,让国际领先的“卡脖子”材料,直接触达行业客户;通过“外部媒体+内部媒体”联动,实现从专业受众到公众认知的破圈。

质量赋能 夯实品牌根基

过硬质量是打造优秀品牌的基础。酒钢以“产品卓越、品牌卓著”为目标,逐步构建完善的质量管理体系,扎实开展各类质量活动,进一步深化全员质量意识,持续提升质量管理水平,夯实品牌建设基础。

——系统构建质量强企支撑体系。酒钢推行全面质量管理,进一步完善顶层设计,在关键业务单元及工厂层面严格选聘并任命首席质量官,明确赋予其质量管理决策权一票否决权,并让其深度参与企业质量规划与执行监督,实现质量规划与风险防控一体化管理。同时,深化全员质量能力建设,分层级开展质量培训,实现关键岗位职工全覆盖;广泛开展QC小组活动,2025年职工参与率创历史新高,达到14.9%,基层质量改进效能显著增强。

——数字智能转型提升管控效率。酒钢加强系统谋划和前瞻布局,聚焦5G、IPv6、工业互联网、大数据、人工智能等新一代信息技术与制造业的融合应用,夯实数字基础设施根基,加快推进数字化资源深化应用,推动质量管控向数字化、智能化转型。建成83处5G宏基站,实现生产区域5G网络全覆盖;建成宏翔能源公司智慧焦炉、储运部嘉东智慧料场等4个5G工厂,宏兴宏博新材料公司热轧酸洗板镀锌铝镁、西部重工公司3D打印智能铸造等14个智能工厂;打造炼铁厂7号高炉无人抓渣、东兴铝业公司出铝流程自动化等20余个数智化典

型场景;建立基于云平台的海量数据采集、汇聚、分析服务体系,支撑制造资源的泛在连接、弹性供给和高效配置……

——推动体系认证实现价值跃升。体系认证是提升企业形象的重要抓手。酒钢积极推动认证相关工作,有效打破了关键产品的准入壁垒,获取了市场信任并实现价值跃升。钢铁、有色、装备制造、现代农业等产业的15家单位取得质量管理体系认证,其中8家完成质量、环境、职业健康、能源四体系整合认证。此外,宏兴股份公司A、B、D级船板钢通过中国、英国、挪威、德国和日本五国船级社认证;西部重工公司获得中国起重运输设备制造资质、D1和D2类压力容器企业一级资质、钢结构制造企业一级资质等。

技术添力 锻造品牌实力

锌铝镁产品凭借优异的耐腐蚀性能、较高的性价比、较广的应用范围,远销阿根廷、马来西亚、阿联酋等多个国家;低膨胀铁镍合金4J36填补国内空白,实现产业化应用;第四代核电快堆用316H不锈钢铁素体在重大核电项目中实现国产化替代;超级双相不锈钢在耐蚀性与力学性能上达到国际先进水平,应用于核电及化工高端装备……

近年来,酒钢聚焦市场需求,深化“产学研”模式,积极推进“增品种、提品质、创品牌”行动,持续加大研发投入力度,研发投入强度达到行业高位;建成省级以上创新平台47个,每年开展科技项目400项以上,获省部级科技奖30余项,新增产品品种数量同比增长15%,覆盖领域从传统工业向高端制造、新能源等领域延伸,为高端制造业提供了核心材料支撑,进一步擦亮了酒钢品牌。

项目建设是推动产线优化升级、产品向绿向新的重要抓手。酒钢实施宏博新材料公司工艺装备提升及产品结构调整、宏宇新材料公司工艺流程优化及产品结构调整等一批项目。项目投产后,酒钢管理、技术、生产等人员协同发力,推动项目产线初见成效——依托4200mm宽厚板生产线,无磁钢产品厚度拓展至6至100毫米全系列,且下线产品各项指标优于行业标准,顺利通过高端客户严苛检验;攻克CSP与常规热轧混合轧制产线极限规格轧制难题,成功实现1.2mm—28mm规格产品轧制……

在创品牌过程中,酒钢还坚持知识产权保护,持续推进锌铝镁等核心产品商标注册,主导制定《电力变压器用高锰无磁钢板行业标准》等多项标准,构建“标准+品牌+专利”三重保障机制,有效提升了品牌声誉。

“十五五”新征程上,酒钢将深入贯彻品牌强国战略,以久久为功的韧劲推进品牌建设,构建协同联动的品牌治理体系,打造多维融合的品牌传播路径,强化技术与可持续性品牌支撑,建立全周期品牌风险管控体系,力争成为国内冶金行业品牌卓越的标杆企业,为质量强省、质量强国建设贡献力量。

短 评

久久为功 锻造品牌硬实力

之 喻

企业竞争,最终是品牌之争。回看酒钢品牌建设足迹,不难看出结论:品牌不是一时的宣传,而是实力与口碑的沉淀。酒钢能在市场变幻中行稳致远,靠的正是把品质、创新、责任刻进基因,以日复一日坚守,把“酒钢造”做成经得起检验的金字招牌。

品牌之基,在于守得住质量底线。市场最公平也最严苛,过硬品质是品牌立身之本。酒钢始终把质量视为品牌生命线,以严苛标准贯穿生产全流程,通过完善质量管理体系、强化全员质量意识,从源头守住品质关口。同时积极推进权威认证与行业认可,多款产品斩获甘肃省“陇字号”认证、冶金产品实物质量“金杯优质产品”等多项荣誉,以过硬品质赢得客户信赖与市场口碑,让品牌根基更加稳固。

品牌之强,在于跟得上时代步伐。不创新就会落后,不升级就会褪色。酒钢紧跟智能化、绿色化、融合化发展趋势,坚持以技术创新驱动品牌升级,聚焦高端材料与关键领域突破,在多款产品上实现技术突破与国产化替代,不断提升产品附加值与核心竞争力。从传统钢材到高端新材料,从满足需求到引领市场,持续创新为品牌注入不竭动能,让“酒钢造”不断走向行业前沿。

品牌之远,在于担得起时代责任。真正有生命力的品牌,既追求经济效益,更承载社会责任。作为西北地区重要骨干企业,酒钢围绕钢铁、有色、电力能源三大主业,坚持绿色低碳与全产业链协同发展,在推动产业升级、服务国家重点工程等方面主动作为,把企业发展融入地方与国家发展大局。责任与担当,让酒钢品牌更有温度、更有分量。

品牌是企业的核心竞争力,更是长期发展的底气所在。站在新的起点,酒钢更要坚持战略引领、质量固本、创新赋能,不断完善品牌体系,提升品牌价值、扩大品牌影响,以一流品牌支撑一流企业建设,在绿色新材料领域勇当标杆,为行业升级与地方发展注入更强品牌力量。

- 图①:储运部嘉东智慧料场内景。
图②:酒钢宽厚板产品吊装场景。
图③:酒钢碳钢产品。
图④:酒钢东兴嘉宇新材料公司铝材吊运场景。
图⑤:酒钢产品亮相中国兰州投资贸易洽谈会。
图⑥:酒钢冶金厂区一角。

