

9月份,公司开展以“强化质量风险防范,助力高质量发展”为主题的“质量月”活动,组织开展质量宣传、培训,以强化质量管控、提升质量效益为目标,强化质量管理体系建设,开展产品提档创优、质量隐患排查等活动。从领导层到基层员工,从内部管理到外部合作,公司上下一心,营造了积极向上的质量文化氛围。

# 持“质”以恒 全力推进高质量发展

●记者 吾布力哈斯木 通讯员 赵丽丽



1 炼油二部组织员工进行油品质量控制培训。  
通讯员 匡佳玉 摄

## 策划部署:全面狠抓质量

“质量月”期间,公司党委书记徐文清多次强调要严守质量生命线,抓质量任何时候都不能松懈。公司统筹组织人员,优化生产装置运行,持续提高工作质量,在技术消化方面狠下功夫,从原料进厂、加工工艺到产品销售协同发力,全力推动工作质量和产品质量提升。

公司各部门各单位积极配合,大力宣传中国石油“质量是企业的生命,质量就是效益”的理念,将“质量月”活动提上重点日程。各基层单位高度重视,将质量管理重心从“事后救”转变为“事前防、事中控”,多措并举,严格要求,增强了员工的质量意识,提升了产品质量。



1 聚烯烃一部员工查看聚丙烯粒料外观质量。  
记者 吾布力哈斯木 摄

## 专项行动:推进质量管理

为了持续推进质量管理工作,公司在“质量月”活动期间重点落实了集团公司提出的“三个质量专项行动”。

一是持续推进化工产品提档创优行动。大力实施品牌产品方案,产品过程能力指数(Cpk)和六西格玛(6σ)管理水平持续提升;在国内首次利用气相法成功实现聚烯烃弹性体(POE)的工业化生产,取得重大技术突破。截至今年9月,公司生产的25个牌号新材料产品产量位列炼化销售和新材料子集

团第一。

二是公司主管部门牵头组织物资配送中心和各单位开展物资质量合格率专项排查行动,共排查出物资质量风险隐患17项,逐项落实整改。

三是开展运输环节质量受控行动。公司严格执行危险化学品装卸规定,加强装车、卸车环节视频监控过程管理,进一步完善化工固体产品出厂管理及运输方案。运输橡塑产品包装破损率降至0.085‰,较2023年明显降低。

## 质量强企:提升管理水平

公司扎实推进质量强企工程,通过召开质量专题会议、研讨会议、集中宣讲等,对质量管理中的重点突出问题进行了深入剖析,并制订了有针对性的改

进措施。各单位组织召开质量专题会议、研讨会议、集中宣讲共计45次,梳理出质量管理中的突出问题32项,制订防范措施36项。相关部门和单位针对

每项问题制订改进措施,将责任落实到个人。

公司以下半年体系审核为契机,结合量化审核标准,对典型问题、重复性问题、低老坏问题进行了集中整治,确保所有问题闭环整改,有效提升了公司的质量管理水平和工作效率。

## 发动员工:激发创新活力

公司注重发挥员工的创新精神和主体作用。各单位QC小组、质量信得过班组深入开展群众性质量活动,通过分享和推广一批质量创新成果,激发了员工的创新热情和创造力,形成尊重创新、崇尚工匠精神的良好质量文化氛围。

为了进一步增强员工的质量管理能力,公司邀请国内质量管理小组高级资深专家来独授课,主要内容有QC小组活动程

序中的关键步骤、常用统计工具的使用及成果案例分析讲解,共计50名QC小组质量管理骨干参加了培训。

公司各单位组织员工参加中央企业全面质量管理知识竞赛网上答题。累计6991名员工参与答题,参与率达87%。

“质量月”活动的开展,营造了“人人重视质量、人人享受质量”及全员关心质量效益、参与质量改进、促进质量提升的良好



氛围,使质量意识深入人心。在2024年自治区质量管理小组成果交流会上,公司被评为2024年自治区质量管理活动推进工作表现突出企业,3个QC成果获二等奖,4个QC成果获三等奖。

## 宣传鼓劲:营造浓厚氛围

为了扩大“质量月”活动的影响,公司各部门各单位点面结合,提前策划,采用多种形式开展“质量月”宣传活动;公司网站主页开辟了“质量月”宣传海报专栏,多媒体平台共同发力,形成“质量月”宣传舆论声势。

“质量月”活动期间,《独山

子石化报》刊登6篇相关报道,独山子在线官微发布8篇相关报道,独山子在线抖音和独山子在线官微视频号发布相关短视频作品8件,推出“质量月”活动海报22张,各单位撰写质量信息稿件70余篇、制作电子版海报20余张。



## 对外交流:合作共谋发展

“质量月”活动期间,公司积极开展“质量开放日”“客户体验日”等对外宣传活动,联合各大区销售公司、重点客户开展独山子石化公司品牌产品、新产品交流推荐活动。

公司特邀20家重点客户来独参观交流,共享行业信息,探讨SSBR新产品研发方向,推进官能化溶聚丁苯橡胶扩销增量,交流POE材料市场发展前景;通过一系列活动推介公司重点

产品,展示公司质量保障能力和“以客户为中心”的服务理念,展现为社会持续提供高质量产品、工程和服务的良好形象,增强“中国石油”品牌影响力。



1 公司开展群众性质量管理培训。  
通讯员 赵丽丽 摄