

从全球“追赶者”迈向“首发者”

中国宝武钢铁集团是中国改革开放的产物，是国企改革的先行者，创出了世界一流业绩，建成了世界一流企业

□ 李 荣

前不久，中国宝武钢铁集团（以下简称中国宝武）旗下的宝钢股份邀集全球汽车板用户，在福建厦门召开了第四届宝钢汽车板论坛。从论坛上传出一个令人振奋的消息：中国宝武在全球已率先具备汽车板三代超高强钢研发和批量供应能力，最新一代汽车板超高强钢种成功实现了全球首发。

这是一个有力的信号，反映了中国宝武改革开放再出发的一个明确的方向：从全球的“追赶者”变成全球的“首发者”。

40年里的“三个宝钢”

宝钢是中国改革开放的产物，是国企改革的先行者，创出了世界一流业绩，建成了世界一流企业。2016年12月，原宝钢集团和原武钢集团联合重组成立中国宝武钢铁集团有限公司，引领并示范行业的转型升级，全面提升企业的竞争力和影响力。

中国宝武党委书记、董事长陈德荣说，宝钢是40年前在党的十一届三中全会公报发布当天破土动工的，被称作“改革

开放的产物”，最是贴切不过。宝钢的发展史，可以用“三个宝钢”的说法来概括，就是“建好一个宝钢、上交一个宝钢、输出一个宝钢”，向全国人民交出了三份出色答卷，以优异的经营业绩实现了国有资产的保值增值目标。从1985年宝钢一期工程投产到2017年中国宝武联合重组第一个完整年，累计实现钢产量7.3亿吨、商品钢材6.7亿吨、营业收入4.2万亿元、利润总额2881亿元、利税总额4913亿元。

宝钢走出了一条大规模“引进—消化—吸收—创新”建设特大型现代化钢铁企业之路，开创了中国钢铁企业赶超国际先进技术之先河，同时也走出了一条中国国有企业做大做强做优的改革之路，成为市场经济体制下独立经营、自负盈亏的市场竞争主体，其汽车板年生产能力超过1000万吨，是国内最大、全球前三的汽车板制造企业；取向电工钢年生产能力达到80万吨，产量规模世界第一，约占全球取向电工钢总产量的1/3，完全满足我国输配电行业的全部需求。

“初战告捷”再出发

宝钢与武钢实施联合重组，从行业和企业的内部结构与机制上进行再探索、再创新，是中国钢铁业改革开放“再出发”的一个崭新起点。经过近两年的实践，可以说“初战告捷”。

宝武联合重组虽说是做“加法”，但其入手处却是做“减法”：瘦身健体、深化供给侧结构性改革。这在行业内作出了表率。陈德荣说，坚持“企业不消灭亏损，就消灭亏损企业”的原则，持续化解和压减过剩钢铁产能。这是确保“再出发”取得成功的根本条件，也是行业再发展“正向动力”的根本来源。

有决心，就必然有成绩。翻阅中国宝武的经营业绩年表：2016年和2017年累计压减化解钢铁产能1542万吨，三年目标两年完成。与此同时，累计压减法人户数180户，为发展新业务腾挪了空间。

在中国宝武改革开放“再出发”的成绩单里，至今最为“浓重的一笔”就是：以市场为导向，积极探索混合所有制改革。近年来，中国宝武实施了23个混合所有制改革项目，引

入非公资本17.3亿元。目前，中国宝武共有混合所有制企业115户，占企业总数的23%，集团营业收入和利润的70%来自混合所有制企业。中国宝武十分看重新兴业务板块——钢铁电商平台“欧冶云商”，实施了首轮股权开放和员工持股，引进了本钢集团、首钢基金、沙钢集团、建信信托、普洛斯和三井物产等6家战略投资者，126名员工成为股东，募集资金超过10亿元人民币。

聚力“全球首发”

在中国宝武的发展中，一次次攻坚克难、自主研发，完成了一个个“进口替代”产品的制造和稳定供应，实现了“人有我有、人有我优”。但在宝武人的心里，始终还存在一个更高的目标：在全球钢铁业中发出更多的“中国第一声”，形成重大独有技术和产品，实现“人无我有”。

经过中国宝武40年的发展和积累，再加上改革开放再出发的动力驱动，宝武人心中这个始终存在的愿望，开始有了一步步得以实现的条件和环境。陈德荣表示，中国宝武将以“成为全球钢铁业引领者”为

愿景，以“共建高质量钢铁生态圈”为使命，引领中国钢铁业的转型升级，助推中国经济高质量发展。

中国宝武研究人员分析认为，中国已是世界的钢铁大国，但在劳动效率、研发效率、财务效率等运营方面，与世界先进钢铁企业尚有差距。在中国钢铁“由大到强”的转型中，中国钢企必然会产生更多的“全球首发”。

除了最新一代汽车板超高强钢种成功完成了全球首发之外，宝钢股份自主集成建设的全球首套大型高炉控制中心也在今年上半年建成启用，成功实现了对宝山基地4座高炉的集中化操作控制和生产管理，并可对其他基地高炉进行远程技术支持。

中国宝武在其更多的“全球首发”中，将坚持“开放创新”之路，最新启动的面向全球的众研平台，即是明证。中国宝武总经理胡望明表示，中国宝武将拓展智能制造、人工智能、高端装备等方面的国际优秀合作伙伴，大力发展“智慧制造”能力，努力成为全球钢铁行业的引领者。

为“钢花”注入绿色发展新动能

沙钢集团淮钢特钢股份有限公司加大科技创新，优化产品结构，以信息化提升竞争力，打造信息化环境下的新型竞争力

□ 宋莹莹 齐春华

璀璨的钢花映红了炉前，火红的钢坯犹如浴火巨龙在辊道上滚滚向前……走进江苏省沙钢集团淮钢特钢股份有限公司（以下简称淮钢）生产车间，看到的是热火朝天的生产场面，感受到的是高质量发展的铿锵步伐——

在“安全、环保、质量、效益”理念的引领下，淮钢将绿色发展作为新引擎，加大科技创新，优化产品结构，以信息化提升竞争力，阔步迈上高质量发展新征程。

注入绿色发展新动能 钢花与鲜花“兼得”

在淮钢，绿色发展已经成为企业上下的发展共识。“安全是员工的生命线，环保是企业的生命线。在安全环保工作面前，所有工作都得让路。出现问题时，宁可减产、停产，也要确保安全生产、达标排放。”公司董事长、总经理、党委书记陈少慧说。

在不断加码的环保形势下，淮钢加大技改力度，铁腕治污，让环保压力变为转型动力。今年4月份，环保监测信息平台建成运行，将在线的22个检测点全部接入。打开平台界面，随便点击任何一个排污点，实时排放量一目了然。“有了这个平台，可随时掌握污染物排放的动态数据，还可以查询任何时段的历史数据，充分体现准确性、及时性和指导性。”设备环保处处长助理何宝富说。

先人一招，快人一步，才能抢得先机。目前，淮钢已经集结了一批节能减排的“好帮手”：除尘系统78台(套)(含36台单体除尘器)，脱硫系统3台(套)，脱硫脱硝系统1台(套)，水



江苏省沙钢集团淮钢特钢股份有限公司全景

费希摄

处理系统35台(套)，污染源自动监控设备22套。139台(套)环保设施，年运行费用约6亿元，经过处理后的废气、废水全部实现达标排放。

公司以6S精益管理为基础导入TPM，大力开展设备微缺陷治理和“六源对策”，从领导层到普通员工，齐心协力为厂区“添绿”：烧结原料厂对67个溢尘点全部实施了堵漏；焦化厂针对化产尾气味道较严重的问题，组织对冷鼓工段多个气味溢出严重的部位进行了密封改善，效果明显；炼铁厂对3^号炉、4^号炉重力除尘放灰点扬尘问题进行改善，彻底解决放灰时粉尘外溢现象。

今年6月，公司以红头文件印发产量攻关奖实施安全环保否决的通知，再次体现了环保上的“一票否决”“铁面无私”：当月环保工作发生冒烟或超标排放被公司查到的，每起挂钩否决20%~50%；被上级环保部门查到冒烟等超标排放事件的，直接否决当月产量奖。“也就是说，绝不能为了提高产量而放松对环保的要求，严格做到不踩红线，不越雷

池。”陈少慧说。

升级科技创新发动机 让“特色”发挥“特效”

自2007年形成300万吨产能规模以来，淮钢就确立了全面实施“转优、转特”的战略目标，努力走出一条“让特有成为特色，让特色产生特效”的结构调整之路。

淮钢先后投资建设和申报了省级企业技术中心、企业重点实验室、先进钢铁材料工程研究中心和特钢研究院等多个技术研发平台。利用研发平台加强与科研院所的技术交流与合作，先后与钢铁研究总院、内蒙古科技大学、北京科技大学、东北大学、上海大学、中国铁道科学研究院等建立了长期的技术协作关系，为推进公司技术创新、产品升级工作打下了坚实的基础。

为提高竞争力，淮钢于2015年初制定实施了5年产品质量提升规划。规划的指导思想是以提升企业形象，进一步发挥和培育企业核心竞争力为目标，通过产品标准提升、产品实物质量稳定和产品结构档次

提升、用户服务水平提升、工作标准提升、员工素质提升，持续提供质量最稳定、性价比最优的产品，不断提升品牌影响力，实现持续健康发展。

淮钢生产的汽车用钢产品零部件广泛应用于大众、上汽、东风日产、标致、吉利等国内外知名品牌，成为行业合格供应商，铁路提速用弹簧扣件圆钢应用于京沪、石太、武广、沈大等高速铁路。

“在稳定现有用户的基础上，我们还将深挖市场潜在需求，逐步开发高端智能制造企业客户群，以品质竞争市场，以高端用户需求提升产品档次，助力淮钢产品升级换代。”淮钢总工办主任郑力宁介绍道。

搭载信息化“加速器” 多系统联合发力

走进淮钢生产能源调度指挥中心，生产调度员范云守在电脑前，密切监视各分厂的煤气、氧气、氮气、蒸汽等能源介质使用情况。“过去，想了解这些情况必须一个个打电话。现在，我就像长了顺风耳和千里眼，轻点鼠标尽在掌握。”范云

幽默地说。

自2001年提出构筑“数字淮钢”以来，淮钢发挥后发优势，借助先进的信息技术促进企业生产、质量和研发能力提升，将信息化融入产品质量提升、生产过程管控、新品研发设计、采购降本、客户服务等领域的各个环节。信息化已经成为生产经营管理、战略实施和绩效监控、精细化管理控制、实现个性化生产与服务的强大载体。

2010年，原辅料检化验系统上马建设；2011年，能源调度系统投资建设，有效平衡能源介质，减少放散；2013年，在全国钢铁行业第一批勇吃“螃蟹”，在二轧厂建设PDA销售发货系统，利用3G、物联网技术实现智能发货；2014年，智能检斤系统开始建设，实现地磅现场无人远程集中计量。

2015年，淮钢投资1090万元，依托制造执行系统(MES)平台，上下连通现场控制设备与企业管理平台，前后贯通钢轧所有生产线，实现了生产、物流、质量的集中一体化管控，达到订单进程跟踪、质量跟踪、成本跟踪。“这是我们信息化建设史上具有里程碑意义的一件大事，实现了降成本、提效率、保质量的目标，极大缩短交货期。”淮钢信息中心主任徐慧君说。

从提高工作效率，到提高经济效益；从优化内部管理，到服务外部客户，淮钢的信息化工作一步一个脚印。下一步淮钢将围绕“制造业与互联网深度融合”的发展战略，按照“重点突破、持续改进”的原则，结合企业实际情况及行业发展形势，在生产、质量、研发、销售、仓储、设备等业务领域，运用信息技术提高内部管控水平，打造信息化环境下的新型竞争力。

新能源汽车产业发展面临三大挑战

□ 钟 欣

全国政协近日召开以“促进新能源汽车产业健康发展”为主题的双周协商座谈会。与会委员围绕当前新能源汽车产业面临的问题，建言献策，致力促进其高质量发展。

委员们认为，关于新能源汽车产业面临的问题与挑战可以归纳为三个方面。

从产业端来看，产能过剩问题不容忽视。据统计，目前我国新能源汽车产能超过2000万辆，这是国家规划设定2020年达到200万辆目标的10倍。另外，诸如燃料电池技术短板等产业技术问题也尚待解决。

从消费端来看，新能源汽车使用的便利性、经济性、持久性不足，如汽车充电难充电贵问题突出。全国政协常委、清华大学经济管理学院教授李稻葵直言，新能源汽车产业能不能发展壮大，最终由消费者说了算。消费者不买账、不掏钱，再好的技术也没用。

从政策端来看，新能源汽车产业面临财政补贴退坡和综合政策完善、核心技术创新与对燃油汽车替代、取消外资准入限制及下放投资审批权限等政策问题。全国政协委员、经

经济连线

美国福特汽车加速进军中国汽车市场

本报讯 美国福特汽车在第十六届广州国际车展展览会发布消息称，美国福特汽车正在加大进军中国市场的力度。

在火爆的广州车展上，福特品牌携旗下14款车型、共计23台车登台展出，其间包括刚上市的新一代福克斯等和不久将推向中国市场的全新中级SUV（运动型多用途车）领界在内。与此同时，多款福特进口车的亮相也引人注目，其中的美式跑车将在中国推出更多个性化定制。

中美合资汽车长安福特高层表示，今年7月长安福特全国销售服务机构正式成立，负责包括所有福特品牌乘用车产品在中国的市场、销售和售后服务。未来还将致力于全球同步的领先科技，持续在中国扩大产品谱系，不断提供多样化的产品选择。

值得注意的是，作为福特

济委员会副主任苏波呼吁，需要尽快研究制定以电代油的汽车发展战略规划和时间表，为新能源汽车有序发展及燃油汽车行业逐步退出留出足够的调整时间。

苏波认为，应采取措施严格规范地方政府在国土、财政、税收、金融等资源配置环节竞相优惠，使企业在投资环节就获得巨大利益，诱发新能源汽车产能过剩的行为。

为解决新能源汽车充电难充电贵问题，全国政协委员、经济委员会副主任房爱卿提出，引导各类社会资本投资建设运营公共充电桩，鼓励发展移动充电车等应急充电设施，完善充电服务网络。全国政协常委、恒大集团董事局主席许家印提议，在用电价低谷时充电应给予电价优惠。

就政策层面，苏波提议，抓紧启动制定新能源汽车下一个十年发展规划，尽快建立完善适应新时期新能源汽车发展的行业管理体系。作为行业代表，全国工商联常委、比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福也希望，提前明确补贴退坡时间节点及要求。政策的不确定性和临时变化，不利于行业的稳健发展。

汽车旗下的高端汽车品牌，林肯汽车此次在广州车展隆重推出全新林肯航海家Nautilus和新款林肯MKC，正式将这两款林肯SUV家族的最新主打产品引入中国市场。

林肯汽车负责人透露，随着林肯深化在中国的发展，从2019年~2021年，林肯将每年推出一款国产化车型。在中国，为中国生产的林肯车型将满足更多豪华车细分市场的需求。

在销售与服务领域，林肯将通过全新上线的天猫林肯官方旗舰店和“林肯之道云服务”等线上与线下渠道相结合的方式，以及更多新颖的市场推广形式，吸引更多新一代中国豪华车客户。截至目前，林肯已在全国布局116家林肯中心，两家全新的林肯中心旗舰店将分别于今年年底及明年年初落户上海和北京。

(闫晓虹)

大众汽车(中国)加速电气化进程

本报讯 大众汽车集团(中国)近日透露，大众汽车集团(中国)与合作伙伴将于2019年共同投资超过40亿欧元，以确保电动汽车、互联互通、移动出行服务、研发、高效生产流程及新产品开发等领域的稳健转型。

大众汽车集团管理董事会成员、大众汽车集团(中国)总裁兼CEO海兹曼(Jochem Heizmann)表示，通过与合资企业——一汽-大众、上汽大众、江淮大众，以及在科技和移动出行服务等广泛领域的全新合作伙伴携手并进，大众汽车集团将为中国消费者提供以人为本的移动出行服务。

未来两年，大众汽车集团将在中国推出规模最大的新能源车型产品组合。旗下品牌将推出超过30款新能源车

型，其中50%的车型将本土化生产。到2020年，集团计划在中国市场交付大约40万辆新能源汽车，到2025年交付量将达到约150万辆。同时，到2020年，首批基于领先的模块化电动平台MEB打造的纯电动汽车将会在一汽-大众佛山工厂和上汽大众安亭工厂下线。在基础设施领域，从2019年起，大众汽车集团将与合作伙伴共同探索在中国搭建公共大功率快速充电网络的解决方案。

在自动驾驶领域，大众汽车集团正在中国加速发展自动驾驶技术，为中国提供智慧城市解决方案。目前，奥迪品牌已在北京和无锡两座城市获得了第四级自动驾驶测试资质，而大众汽车品牌也于近期加入了百度Apollo自动驾驶平台。(闫晓虹)