

钢铁业谋求智能化突围 低端钢企面临生死大考

■ 本报记者 洪涛

中国钢铁行业麻烦不断,企业连年亏损,裁员消息不断曝出。未来的中国钢铁行业将何去何从?

在5月16日举办的第九届中国国际钢铁大会上,工信部副部长辛国斌表示,在积极化解钢铁行业过剩产能的基础上加快推进钢铁行业转型升级,当前推进钢铁行业转型升级的重点是加快智能制造发展。智能制造是制造业未来发展的重大趋势,也是当前钢铁行业提质增效的重要着力点。

政策引导钢铁智能化

据记者了解,工信部4月发布了智能制造试点示范2016专项行动方案。方案提出,将在钢铁行业开展流程型智能制造、大规模个性化定制、远程运维服务等方面重点开展试点示范。那么,中国钢企离智能制造究竟还有多远?

“中国制造业在关键的共性技术方面与制造业强国差距还比较大,德国、美国是在高平台上创新,不像我们,想吃馒头得先从麦子开始。”曾经参与起草《中国制造2025》的工信部规划司副司长李北光在接受《中国企业报》记者采访时表达了上述看法。

李北光指出,在政策层面,国家对智能化创新给予重点扶持。《中国制造2025》规划提出的“工业强基”工程中,明确了高端装备制造、电子信息、海洋工程等领域需要重点发展18项技术、19项核心基础零部件、5项先进基础工艺以及13种产业技术基础公共服务平台。财政部为此专门设立专项补助基金给予相关企业资金支持,专项补助标准原则上不超过项目总投资的20%,单个项目专项资金补助总金额不超过5000万元。

他同时表示,这些扶持政策主要针对的是具有研发创新基础的企业。就钢铁行业而言,受益最大的细分市场主要还是具有一定规模、有研发能力的大型钢企。如钢研高纳、抚顺特钢、宝钢股份、久立特钢等新材料公司。

兰格钢铁信息研究中心主任王国清在接受《中国企业报》记者采访时则认为,单一依靠钢企自身解决智能制造问题的模式远远不够,需要从监管、资金、技术等多个层面,政府、社会以及科研机构、装备制造企业形成合力来推动。应该多鼓励企业集成现代通信与信息技术、计算机网络技术、行业技术和智能控制技术等技术融合技术,从整体上提高钢企智能化水平。

体制阻碍钢铁业转型

在天津冶金一钢铁集团有限公



图为某特钢公司线材厂员工在车间工作 CNS供图

工信部副部长辛国斌表示,在积极化解钢铁行业过剩产能的基础上加快推进钢铁行业转型升级,当前推进钢铁行业转型升级的重点是加快智能制造发展。

司总经理杨泽普看来,虽然全球500种主要工业品中,中国有220种产品产量位居全球第一位,但是中国距离一流制造强国的目标还很远。

“现在我们的管理体制还处在工业2.0电气化的时代,这种体制要适应工业4.0几乎是不可能的。体制上的问题不从根本上解决,规划再好的蓝图,实施起来难度都很大。”杨泽普说。

著名经济学家宋清辉在接受《中国企业报》记者采访时也认为,虽然在中国以智能制造推动钢铁行业转型升级发展迫在眉睫,但欲速则不达,这个过程很艰难。“长期处在2.0工业思维

之下的技术工程师和管理人员是其最大障碍,因为他们的技术与思维模式相对滞后。这是一个渐进的过程,领导者必须要有长远的战略眼光,要防止急功近利、拔苗助长。”宋清辉说。

中国机械工业经济管理研究院产业经济研究所副所长、采购研究中心常务副主任吕汉阳在接受《中国企业报》记者采访时则指出,我国钢铁行业“两化”融合发展不平衡,仍存在落后的企业和落后的生产线,有的还处在工业2.0的水平,甚至1.0的水平。即使是先进的钢铁企业,与国外发达国家的同行相比也还有一定差距。他认为,目前我国粗钢产能很高,与高端钢铁的生产相比差距还很大。

吕汉阳认为,智能制造更多是一个体制和结构的分布问题。他进一步解释,钢铁行业如果一开始就采取市场化运作体制,就不会出现地方企业一窝蜂上马项目,也不会陷入产能过剩的困境。“所以,无论是智能化还是转型升级,解决好体制和结构分布问题才是关键。否则一切都是空谈。”吕汉阳说。

市场化手段 助钢企去产能

有业内人士指出,钢铁企业在面对技术、资金造成的诸多问题时,已然没有更多的选择。那么智能化能否使钢企走出产能过剩的怪圈呢?

据记者了解,面对即将来临的智能化制造浪潮,一些低端钢铁企业处在生死边缘。“主要是缺乏资金,上项目搞研发没有钱怎么办?同时,一些

技术或是工艺都需要升级改造,但依然是要钱。按照现在企业的经营情况难度非常大。”东北地区一位不愿具名的钢铁企业负责人向《中国企业报》记者抱怨。

他认为,钢铁去产能不能简单地关停并转,要采用市场化的手法公平处理。如严格执法,从环境保护、能源消耗以及工业废弃物排放等方面下手;税收金融及政策扶持也要一碗水端平,不能厚此薄彼;还要从工艺技术是否先进,装备是否优化,效益高低的角度优胜劣汰,产品结构不符合市场需求的也应让其自然出局,而不是强制关停。

青岛钢铁控股集团有限责任公司副总经理王勇在谈到钢铁去产能时认为,“去产能应以企业为主,政府统筹协调,员工配合,重点是做好员工的转产、转移和职业再培训、再就业,以及下岗人员的妥善安置和社会补救工作。”

昆明钢铁控股有限公司总工程师张竹明在接受《中国企业报》记者采访时认为,《中国制造2025》给钢铁行业带来发展机遇的同时,也迫使钢铁企业在去产能转型升级的过程中只有两条路可走,一是绿色制造,另一个就是智能制造。

张竹明指出,《中国制造2025》为整个行业智能化、自动化提供了纲领性的指引。“从数据化、信息化、网络化、智能化等多方面转型升级,最后达到智能制造的高度。只要瞄准方向坚持不懈,就能实现最终的赶超。当然,具体还需要一步一个脚印地踏实去做。”

资讯



数百孕妈尽享户外创新胎教音乐盛宴

5月7日,北京的钓鱼台国宾馆迎来了“新晋国宾”——400位准妈妈。幸福又美丽的孕妈妈与她们未来的小天使一起,躺在柔软的草坪上,惬意地享受中国国家交响乐团演奏的美妙音乐,共同感受万物生长与宝宝成长的萌动,真切地体验了“十月皇后”的待遇。这是由伊利集团携手全国心系系列活动组委会共同举办的“首届孕妈妈关爱公益户外胎教音乐会”,创新的举办形式和曲径通幽的环境,不仅吸引了400位孕妈及其家庭成员积极参与,来自全国妇联、中国儿童少年基金会等单位领导也纷纷出席,共同聆听中国国家交响乐团所带来的精彩演奏。同时,伊利集团还特邀权威专家坐镇现场,为准妈妈们提供专业检测及孕期知识解读和分享。此次胎教音乐会的举行,是继“孕妈妈关爱公益”公益活动之后,政企推进母婴关爱公益的又一代表事件。伊利两度牵手全国心系系列活动组委会,共同推进孕妈妈及母婴人群的关爱公益事件,就是对这一趋势最好的见证和实践。从孕妈妈空中课堂到户外胎教音乐会、伊利母婴生态圈,母婴公共服务步伐已涉及孕妈妈群体的出行、健康、教育等多个生活层面。(张磊)

宝驾出行助推“526汽车共享工程”

5月10日在京召开的“526汽车共享工程”建设专家研讨会已就拟建“526汽车共享工程”建设专家委员会、技术专家委员会、评审专家委员会、顾问专家委员会等分机构达成了初步意见。宝驾出行创始人兼CEO李如彬在会上发言中透露了宝驾出行“分时租赁战略”的发展规划。他表示宝驾出行将深化与租赁企业、汽车厂商、互联网企业的合作,计划第一阶段至2020年将为全国100座城市的每个城市建立至少100个提供电动汽车分时租赁服务的示范汽车共享站,并重点将10座城市建成千站规模。

华兴新锐在京发布H5光纤熔接机

5月17日,华兴新锐通信科技集团有限公司在北京钓鱼台隆重举行“H5光纤熔接机新品发布会”,华兴新锐董事长阎志兵现场宣布H5光纤熔接机新品正式推出,该产品将填补国产熔接机高端市场空白。此次发布会上,来自中国移动、中国联通、中国电信、广电网络行业的领导,河间市政府领导,宽带应用厂商等合作伙伴以及媒体朋友齐聚一堂。阎志兵向与会嘉宾详细阐述了新品熔接机——引进国外先进技术,国内消化吸收而推出的具有自主知识产权、高性价比的H5型光纤熔接机。

美的匠心系列电饭煲媒体见面会举行

5月18日,《疯狂煮夫》大电影首映礼暨美的匠心系列电饭煲媒体见面会在广州太古仓3号仓库举行。发布会采用电影首映礼形式,正式对外发布美的高端新品电饭煲。除复古的电影票根设计、接地气的好米饭体验环节之外,美的更想表达的是众多匠人潜心煲饭20余载背后的积淀和初心,以及用“硬件+软件+生态”还原地道滋味的“米饭哲学”。发布会后,美的电饭煲相关负责人也阐述了下一步规划:“智能化与适配性是美的煲饭接下来的两个方向——深入智能化,为上千种大米匹配千种烹饪程序;提升适配性,实现软件升级,甚至实现中国煲更懂世界饭。”

威能热水器智能化技术引领市场变革

作为供热领域的领导者,德国威能始终致力于打造中国家庭健康舒适的新标准,旗下各个类型的水器除了多重安全保护功能,还采用了数字热水技术,保证舒适智能,实现真正恒温。威能经过两年时间的潜心研究,利用现代的微电脑控制技术,将数字智能化控制成功运用到热水器上,使热水技术成功迈入精确到数字的“恒温”新时代。高性能的比例式燃气阀和无刷直流风机结合精密的控制电路板,在对燃气用量精确调节的同时,将进水流量进行数字精确调节,确保了即使在燃气压力波动地区和不同季节都可以正常燃烧,始终为用户提供温度恒定的出水,从而保证最佳的舒适热水体验。

PPTV聚力品牌升级发力文化创意产业

5月19日,国内知名综合视频服务平台聚力传媒在北京召开主题为“聚力”的品牌战略发布会,宣布全面发力文化创意产业。聚力传媒最新战略定位“以流媒体为介质、以社群服务为核心的文化O2O平台”,打造文化产业工业化革命的引擎,实现文化创意与消费的连接。本次战略发布标志着聚力传媒从单纯的视频网站,演变为涵盖虚拟产品、实物商品、周边服务的综合文化O2O平台。为用户提供了丰富的、可参与的、社群化的优质内容,以沉浸式的消费体验,打造“开放式螺旋生态”,助力文化创意产业的消费升级。

行旅国际应对变化快速反应

中国商务旅行支出规模的增长及差旅管理普及率的提升,催生了中国商旅管理市场规模快速增长。在众多商旅管理企业中,行旅国际凭借其专业的服务赢得了业内的肯定。

行旅国际联合创始人,COO梁鹏表示,中国差旅市场规模接近3000亿元,但市场占有率不足15%。自2015年6月1日起,南航、国航、东航陆续取消机票代理费,传统的票务公司、酒店管理公司渐渐淡出市场。同年,商旅管理行业兴起,越来越多的企业选择通过差旅管理帮助自身优化差旅流程,降低差旅成本并提高出行效率。梁鹏表示,行旅国际早在2014年就开始进入差旅管理市场,但因为针对的都是企业客户,所以行旅国际的媒体宣传比较少,发展速度却十分迅速。

“商旅管理是一项进入门槛极高的业务,虽然眼下很多旅行社、差旅公司号称也提供商旅服务,其实质主要是提供酒店预订、机票预订,服务区域也极其有限,技术、服务、资源等能力远远无法满足大型企业的需求。”据行旅国际梁鹏解释,目前市场中的商旅管理公司分为三类:主要为C端客户提供服务的OTA企业、刚刚进入国内的外资TMC企业,以及行旅国际这样只针对B端服务的本土企业。B端用户的接入有一定的标准。第一,企业对差旅管理服务有需求;第二,企业具有一定的规模;第三,企业对于差旅管理服务有一定的认知。梁鹏说:“B端用户最大的特点是变化,而我们的价值就是变化产生时的应变能力。目前我们主要的客户来自于金融和劳务业。”

工商部门提醒网上预订酒店要多方核实

2015年11月25日,消费者李先生在某网站上预订了“北京某花园酒店”住宿服务。网站宣传称该酒店为“五星级酒店”。但李先生入住后,观察发现酒店餐厅规模较小,健身、游泳设施都未配备,酒店设施明显并未达到五星标准,也没有发现酒店悬挂五星标志。为此,李先生有种上当的感觉。后又与酒店和旅游局确认,均被告知“该酒店无星级”。气愤之下,李先生向工商部门进行了举报。经工商部门查实并处罚后,商家对网站宣传用语进行了改正。

本案例中消费者在网上预订酒店时,主要依靠网站提供的相关信息来获知酒店的基本情况,而这些信息远远不够。为避免出现被不全面、不真实信息的误导,建议消费者可以事先通过查阅酒店评价、酒店官网,或通过电话咨询等方式获取如地理位置、交通、星级、酒店设施等信息,核实完后再决定。入住后,如发现实际情况与网站宣传不符,消费者可以通过拍照、摄像等手段保存证据,联系网站客服解决问题。同时,提醒消费者在网购商品或服务时,要注意拍照或者截图,留存证据,以便遇到消费纠纷时向工商部门或消费者协会投诉举报,挽回经济损失。

北京海淀工商专栏