京津冀地区燃煤电厂改造全部完成，到2020年底，所有煤电机组将全部实现超低排放——

# 神华：煤电超低排放引领者

本报记者 林火灿

神华集团近日宣布，神华集团在京津冀地区的所有燃煤电厂已经全部实现“超低排放”。到2020年底，神华集团的所有煤电机组将全部实现超低排放。

中国神华副总裁王树民介绍说，今年4月份，神华集团在河北省最后一台按照“超低排放”标准改造的火电机组——国华定州电厂2号机组顺利完成环保设施“超低排放”改造，并试运行168小时。日前，神华国华定州电厂按《关于超低排放改造环保验收监测》的要求，委托河北省环境监测中心站现场监测，各项监测指标达到了验收标准。

监测结果显示，国华定州电厂2号机组总排口在90%负荷下，最大排放浓度分别为烟尘0.9毫克/标立方米、二氧化硫9毫克/标立方米、氮氧化物29毫克/标立方米，均达到并优于燃气机组排放限值，实现超低排放。

记者了解到，最近3年来，神华集团在京津冀地区投资23.5亿元，共完成了全部22台、总装机978.4万千瓦容量机组的“超低排放”改造，以及2台、40万千瓦容量燃煤机组关停工作。其中包括：北京关停2台，40万千瓦；天津改造6台，237.4万千瓦；河北改造16台，741万千瓦。环保改造后各项环保设施运行情况良好，大气污染物排放指标稳定。

地方环保部门出具的检测报告表明，这些燃煤电厂所排放的烟尘、二氧化硫、氮氧化物指标均小于燃气发电机组大气污染物排放标准限值（烟尘5毫克/标立方米、二氧化硫35毫克/标立方米、氮氧化物50毫克/标立方米）。

其中，京津冀地区燃煤电厂“超低排放”的改造率先全部完成。位于河北省的神华国华三河电厂4号机组改造后，经中国环境监测总站现场取样测试，烟尘排放浓度只有0.23毫克/标立方米，刷新了中国煤电烟尘排放浓度的新纪录。

经测算，京津冀地区电厂“超低排放”改造后，年均减排烟尘排放量1716.38吨、二氧化硫排放量2686.13吨、氮氧化物排放量15131.3吨，较改造前分别下降83.96%、71.36%、83.24%。

自2014年6月25日国内首台“超低排放”燃煤发电机组在神华国华舟山电厂顺利投入运行后，至2016年4月底，神华59台机组实现“超低排放”，总容量3091.4万千瓦，占神华煤电总装机容量的43.7%。

近年来，由于全国用电需求放缓及非化石能源发电的快速发展，全国火电设备利用小时数连年下降，但我国贫油、富煤、少气的资源禀赋特点，决定了在当前和今后较长的一段时期，一次能源和发电能源都将以煤炭为主，由此造成的环境污染问题也日益凸显。因此，必须坚持煤炭清洁高效利用和煤电清洁发展。

作为以煤炭为基础的国有特大型综合能源企业，神华集团在电力业务方面认真贯彻落实《煤电节能减排升级与改造行动计划（2014—2020年）》《全面实施燃煤电厂超低排放和节能改造工作方案》，走出了一条“环保领跑、效益领先、创新领航”的煤炭清洁高效利用之路。

王树民告诉记者，神华集团已经印发了《神华绿色发电节能环保升级改造行动计划（2016—2020）》。根据《行动计划》，“十三五”期间，神华集团将实施节能环保升级改造项目1230项，计划投资190亿元，其中节能提效960项、116亿元；环保减排270项、74亿元。到2017年底，神华集团东部和中部地区所有现役燃煤发电机组将完成“超低排放”改造；到2020年底，神华集团所有煤电机组将全部实现“超低排放”，供电煤耗达到295克标煤/千瓦时，碳排放强度控制在835克/千瓦时。

中国工程院院士谢克昌表示，“作为中国的基础能源，煤炭行业肯定要革命，但不是‘革煤炭的命’”。煤炭领域革命的核心在于整体推进煤炭在全行业、全产业链的清洁利用，作为煤炭消耗量最大的火力发电行业，大力发展高效清洁煤电，推广应用燃煤发电的“超低排放”技术，是实现能源革命的重要一环，对保障能源供应安全、实现可持续发展具有重要现实意义。

# “世界的河钢”哪里来

本报记者 雷汉发 通讯员 魏清源

慧眼观企

业界有这样一个说法，世界钢铁看中国，中国钢铁看河北。

作为河北最大的国有钢铁企业，河北钢铁集团日前表示，积极响应国家及河北省去产能的要求，率先进行必要的产能压减，在此基础上，实现企业综合竞争力的全面提升。到“十三五”末，集团营业收入要达到5000亿元，进入世界500强企业前100位。

“推进供给侧结构性改革对河钢来说是重大的发展机遇。去产能不仅不会影响河钢的发展，反而会敦促河钢加快结构调整、产品升级等方面的步伐。”河钢集团董事长于勇告诉记者，去年以来，河钢集团迅速调整发展路径，着力做强做优钢铁主业，推进产业链向海内外高端制造业纵向延伸，向新材料、新能源和生产性服务业横向拓展。未来，河钢将以更加开放的思维，加快推进全球化布局，真正建成全球拥有市场、全球拥有客户、全球配置资源的“世界的河钢”。

图①为河北钢铁集团邯钢公司的2180毫米酸轧线轧机。

图②为河北钢铁集团邯钢公司冷轧厂职工正在检查刚刚下线的S280GD+Z镀锌板产品。

图③为3200立方米炼铁高炉。该高炉采用了国产开口机、气密柜等关键设备以及国内最先进的环保技术、装备。

（资料图片）

## 做强主业，深耕市场新空间

河钢集团管理层认为，随着当前需求结构的变化，满足个性化需求、提高供给质量开启了巨大的市场空间，这不仅是全国钢铁业的机遇，也让具有装备、技术、人力资源和管理创新优势的河钢有了充分释放的空间。

基于此，河钢将“产线直面市场，推进客户群体和品种结构升级”，作为做强做优钢铁主业的核心战略举措，用客户群体的高端化倒逼产品档次和供给结构的升级。

2014年以来，他们大力实施“产线对标”，以产线为中心优化资源配置方式，将“关键人才配置到一线，关键待遇落实到一线”，组建了客户服务中心，率先在行业内全面推行客户经理负责制。

今年，河钢进一步突出“市场”与“产品”，以产线为组织单元直接对接市场一线，全面提升产品档次，全面提升产品质量，全面实现由批量化生产向小微化、定制化的全新生产组织模式转变。

此外，河钢还将关注点从产品升级向产业链延伸，瞄准产业链的“后半端”和价值链的“最前端”，在渠道布局、终端嵌入、服务延伸等方面发力。以控股海尔特钢为例，此举让河钢快速进入海尔的板材供应渠道，实现了由“卖钢卷”到“卖半成品”的跨越。同时，由于成功将钢铁产业链“镶嵌”到家电产业链上，河钢的冷轧涂镀深加工产品迅速向海尔、格力、三星等一线家电品牌产业链延伸，成就了河钢从制造商向服务商的转变。

早转早主动，成效已初显。2015年，河钢品种钢比例达到41%，同比提高11个百分点，吨钢综合售价同口径提高140元。今年1月份，其高端产品产量占品种钢比例提高到46.08%，环比增长11.29%。

“今后，河钢将更加注重有效供给，注重产品质量的提升和结构调整，利用有效的资源，创造出更有价值、更高端的产品。”于勇表示，到“十三五”末，河钢品种钢比例将达到70%，高端客户、高端品种销售比例将达到30%，一批代表钢铁材料发展方向的高附加值、高技术含量产品将引领行业高端用钢需求。

## 多元发展，打造全新增长极

前不久，河北钢铁集团邯钢公司投资的电动汽车项目首批产品在河北临漳工业园正式下线，河钢邯钢依托自身汽车用钢生产能力及品牌优势，打响了进军新能源汽车领域的“第一枪”。

推进供给侧结构性改革给了河钢发挥长处、补齐短板的机会。2015年以来，河钢多元发展全面驶入快车道，从新能源、新材料到医疗合作领域，从装备制造到互联网经济，一大批含金量高的重大项目亮点频出：如携手中信集团成立唐信新能科技发展有限公司、唐山弘慈医疗投资管理有限公司，共同打造能源环保及医疗产业；如搭建河钢能源、河钢化工公司等产业新平台；也有正在加快推进中的项目，如与中建总公司合作的城市民用钢结构建筑项目，与中国铁塔集团合作的铁塔项目，与中石化集团合作的化工深加工及制造项目等。

一边是集团和子公司双层面迈向新产业、新业态，另一边是加快盘活存量非钢单位，使其成为独立运营、自负盈亏，具有较强市场竞争力的经营主体。多方发力，让多元产业在河钢蓬勃发展。2015年，河钢多元产业整体实现了消化25%人工成本的阶段性目标。目前，河钢的金融服务板块、物流板块以及子、分公司互联网、稀有气体、装备制造等新兴产业都初步具备了一定的竞争优势。

“要迈上行业发展新高度，在新的发展领域中就要有河钢的投资、河钢的项目、河钢的利润点，进而由传统行业的‘跟随者’成为新兴产业的‘领先者’。”于勇介绍说，今后，河钢将做大做强矿产资源、现代物流、钢铁贸易、钢材深加工、装备制造、资源综合利用、工程技术、医疗健康、社会服务等十大业务板块。到“十三五”末，多元产业年利润总额将达到35亿元，利润贡献率达到35%。“多元产业不仅将成为河钢主业附加成本的消纳主渠道，更要成为反哺钢铁主业的效益增长极、建设综合产业型集团的战略支撑。”于勇说。

## 全球布局，做“世界的河钢”

去年11月26日，在北京人民大会堂，河钢携手中投海外与塞尔维亚共和国政府签署了关于斯梅代雷沃钢铁公司的合作框架协议。此次合作，是河钢进一步优化全球产业布局，实现业务向欧洲腹地延伸的又一战略举措。

对河钢而言，全面推进国际化进程，既是基于企业成长的选择，也是对国际产能合作战略的积极回应。近年来，河钢在全球化经营中不断积累经验，配置资源的能力日益增强。截至目前，河钢在海外投资置业积累的资产总值已经达到26亿美元以上。

以控股德高公司为例，此举让河钢迅速拥有了遍及全球的成熟的商业网络，具有了小“联合国”式的跨国经营团队、全球品牌和全新的商业模式，能够直接为全球4.3万多家客户提供产品服务，年销售钢材达2200万吨以上。通过德高全球布局的营销网络，河钢产品还成功打入德国海洋风电、缅甸压力管道、美国阿尔斯通水电、挪威海洋平台等10多个国外重大项目。

“走出去”更让河钢拥有了培育国际化人才、提升技术创新能力的新平台。2014年，河钢加入国际钢协，先后向其派出2名访问研究员，有11名员工出任国际钢协下属各委员会的委员。目前，河钢已与澳大利亚昆士兰大学等国外知名科研院所、大专院校建立学术交往，国际竞争力大幅提升。

“未来，河钢将以更加开放的思维，加快推进全球化布局。按照规划，到2020年，河钢将形成‘2232’的海外发展格局，即培育海外服务国内钢铁主业和海外新事业两大功能集群；搭建投资、融资两个上市平台；打造资源、制造、贸易三大核心业务板块；依托德高建设国际市场开发主基地，依托南非PMC矿业公司建设海外实业发展主基地，真正建成‘世界的河钢’。”于勇说。

生意经

狗狗专车：

# 带你的狗狗看世界

本报记者 王轶辰

那还是4月初的一天。一大早，狗狗专车的创始人吴雅辉就从西三环穿越大半个北京城，来到公司位于东南六环的狗狗学校。因为他要接待一位知名“狗友”——德云社的相声演员于谦。

吴雅辉还清晰地记得，于谦把自己的泰迪“三儿”送到狗狗学校来的情形。“那只灰色的泰迪犬健康状况极差，走路一瘸一拐，后来检查肝部受损严重，导致营养不良。于老师找到我们，希望我们一定帮助这只可怜的狗狗。”

经过狗狗学校几个月的专业护理、治疗和恢复，之前那只弱不禁风的小泰迪，已经变得生龙活虎，满院子疯跑。在吴雅辉看来，这只狗狗的经历就像自己的创业历程一样：从最初不被大家看好的专车业务起步，短短大半年时间就形成了包括狗狗专车、家教、托运、学校在内的产品生态链，其中狗狗专车和狗狗家教业务都做到了行业第一。要知道，去年与狗狗专车同时起步的宠物初创公司已经倒了一大片。

创业之前，吴雅辉曾经是中央电视台财经频道的调查记者，在一次针对宠物行业的暗访调查中发现，这个行业乱象丛生，和发达国家相比成熟度太低。结合自己在互联网行业的调查经验，吴雅辉萌生了改造升级行业的想法。

“带你的狗狗去看世界。”这是吴雅辉选择以狗狗专车作为切入宠物市场的第一款产品的初衷。由于公共交通禁止携带狗狗，90%的狗狗活动空间都限制在居住位置周围3公里，无法远行在给“狗友”们带来烦恼的同时，也极大限制了消费需求的释放。

“一开始很多人都不看好这个项目，认为是伪需求。当我们将车辆进行专业化改造，建立标准化服务和一整套高效物流系统后，立刻就供不应求了。即使后来迫于成本调高最低消费之后，每天还有大量用户无法订到专车。”吴雅辉透露说，专车上线不到半年，就吸引了首旅集团、国内最大宠物连锁酷迪集团以及日本最大宠物连锁品牌永旺宠物的合作请求。“事实证明这是刚需。截至目前，狗狗专车已经完成了超过15000次的运输。”

专车的成功让吴雅辉逐渐意识到，物流是突破目前传统宠物行业经营困境的关键点之一。对于宠物店来说，周围3公里的用户是有限的，其房租却以每年10%至15%幅度增长。与此同时，从2014年底兴起的宠物上门洗澡美容，也随着一大批公司的倒掉，证明其并不具有市场竞争力，毕竟，美容师私下切单、大型犬无法吹干、满屋飘毛的问题很难解决。两条路都堵死了，宠物行业如何突围？

答案就是，搭建狗狗专属的物流平台。无论是宠物服务还是宠物交易都可以使用这个物流平台，打破空间的局限。事实证明，狗狗专车的出现帮助服务优质的宠物店成功将用户从3公里扩展到周围10公里范围。有了专车的托管业务，主人只需要在微信服务号上下单，不需跟车也可以将狗送到店里美容洗澡，增加了消费频次。

正是看中了狗狗专车的物流优势，北京已经有90%的线下门店与其达成了合作，主动帮其推广业务，甚至有几十家宠物店和宠物医院主动换上了狗狗专车的广告。

“中国的宠物行业还处于起步阶段，更重要的是没有巨头，我们当然想做行业老大。”吴雅辉表示，和发达国家相比，中国的宠物市场缺乏标准化的服务和产品，以致宠物消费受到极大抑制。以北京梨园狗市为例，狗市的交易量虽然不少，但其中充斥着大量私人摆摊的摊贩，如果买了生病的狗狗，消费者只能自认倒霉。

对于宠物行业的痛点，吴雅辉早已了熟于心。他在心中画下了一张宠物行业突围的版图：打造一个一站式狗狗买卖服务平台，主要以狗狗出行服务为核心，致力于打通宠物活体运输渠道，借助互联网技术，形成“活体买卖+服务+产品”生态链。

在这块巨大的版图上，目前除了狗狗专车，吴雅辉已经完成了狗狗家教、狗狗托运、狗狗学校等第一阶段的产品拼图。其中，狗狗家教主打标准化上门训练，帮助用户纠正狗狗最常见的十余种不良习惯，按课时标准化收费，填补了市场空白，目前已服务超过1000个家庭。

“未来，狗狗专车将不断拓展自己的业务，完善产业链服务，狗狗的生老病死都可以一站式解决。”吴雅辉透露，下一步，他们还将与首旅酒店集团共同打造中国连锁狗狗酒店；与世界500强日本永旺集团共同打造集狗狗洗澡、美容、医疗为一体的狗狗医馆；同时，还将加速狗狗优粮的上线。此外，狗狗专车预计5月底前完成500万元的Pre-A轮融资。

面对之前疯狂烧钱补贴的竞争浪潮，吴雅辉有着清醒的认识，“过去一年，多少公司在烧钱中加速了自己的灭亡。我们考虑最多的是如何做好产品和服务，在保证活下去的前提下，为用户带去福利，为行业带来新的气象”。

本版编辑 韩 叙
美 编 高 妍
本版邮箱 jjrbqyb@163.com