为“世界的河钢”打Call

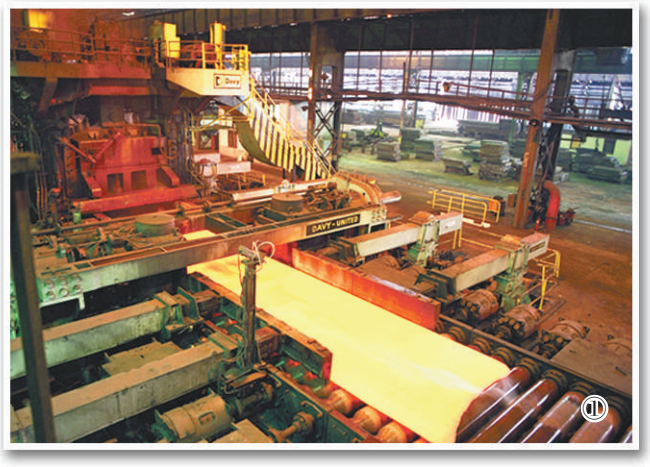
经济日报·中国经济网记者　宋美倩　通讯员　魏请源

慧眼观企

河钢集团10岁了！

从2008年到2018年，河钢集团已经从一家区域性传统钢铁企业发展成为具有全球竞争力的世界级跨国集团。

“以高水平开放推动高质量发展是中国经济高质量发展的必然要求。河钢要建设成为最具竞争力钢铁企业必须融入世界，成为‘世界的河钢’，共同创造并分享世界钢铁工业进步的成果。”河钢集团党委书记、董事长于勇说。



图①　河钢马其顿公司生产车间内景。

图②　河钢德高公司大楼外景。

图③　河钢塞尔维亚公司生产车间内景。

（资料图片）

以全球销售平台融入市场

在河钢邯钢公司的生产车间里，记者看到，一批镀锌汽车板材刚刚下线。这批厚度只有0.6毫米的板材是河钢为大众斯柯达汽车量身定制的。营销服务中心工作人员郭振国介绍说，以前集团没有拿到国际大公司的“零件认证”，再好的钢材也不能出口。如今，这一切都伴随着河钢控股瑞士德高公司改变了。

德高公司拥有全球最大的钢铁材料营销与服务网络，在110多个国家和地区从事商业活动，全球客户达4.3万家，年销量超2200万吨。

于勇表示，在国外陌生的商业环境中形成顺畅的商业流，需要营销和服务网络支撑。正是看中了德高公司的优势和国际影响力，2015年6月份，河钢集团控股德高公司，初步搭建起钢铁产业链的全球化营销服务平台。

自从加入河钢“大家庭”，德高便成为集团国际化发展的桥头堡，为河钢提供采购、销售、物流、融资、风险控制等综合服务。借此，河钢逐步实现了全球拥有资源、全球拥有市场、全球拥有客户的目标，德高也同步收获了继续发展壮大的机遇。

郭振国介绍说，控股德高使河钢迅速成为世界上营销网络最发达的钢铁企业之一，叩开了欧洲高端客户的“大门”。大众、西门子、卡特彼勒、奔驰、宝马等世界巨头都成了河钢国际“朋友圈”的一分子。

2017年，河钢德高“丝路能源钢铁公司（简称‘BRESCO’）”项目启动。BRESCO项目旨在整合河钢与德高公司在钢铁材料制造、营销网络、金融服务以及国际化运营方面的综合优势，引入全球各相关领域的战略合作伙伴，帮助德高由行业领先的国际化营销服务商向产品多元化的能源、大宗商品贸易商和生产商转变，为促进“一带一路”建设和世界经济包容性增长作出新贡献。

以全球制造平台贴近需求

7月5日，在万里之外的河钢塞尔维亚公司，高炉车间主任达科·德约杰维奇目不转睛地盯着2座正在运行的高炉。随着河钢投资实施的高炉1号热风炉改造项目完成，该公司铁水月产量从过去的6.5万吨猛增至16万吨。

当天，塞尔维亚总统武契奇在出席河钢塞尔维亚公司正式接管斯梅代雷沃钢厂两周年庆典仪式时表示，河钢让塞尔维亚斯梅代雷沃钢厂获得了成功和进步。

斯梅代雷沃钢厂成立于1913年，曾被誉为“塞尔维亚的骄傲”。可惜，由于国际市场竞争激烈以及管理不善等原因，该厂逐步陷入低谷，面临倒闭。2016年，河钢收购斯梅代雷沃钢厂并成立河钢塞尔维亚公司，建立了我国钢铁行业首个海外全产业链生产制造基地。通过输入先进管理与技术，当年12月份，钢厂就实现了盈利，扭转了连续7年亏损的局面；2017年，对塞尔维亚GDP贡献率达到1.8%；今年1月份，销售收入达1.03亿美元，开创了企业发展的新纪元。

在遥远的南非有一处幽静的小镇。小镇名为帕拉博瓦，连同周边8个酋长部落共同组成了帕拉博鲁瓦地区。河钢集团南非矿业公司就坐落于此。

自2013年全面接管该公司至今，河钢不仅强化了公司生产经营，还通过实施铜二期项目、铜冶炼厂改造和铜产品深加工项目、磁铁矿选矿能力提升项目、厂区物流优化项目等，帮助其筑牢中长期发展优势，预计可保持20年以上的市场竞争力。

如今，河钢南非矿业公司已拥有2亿吨品位56%的磁铁矿、3000万吨铜品位0.54%的在产铜矿，蛭石年产量和销售量均达15万吨至20万吨。该公司已成为南非最大的铜产品供应商、南非有较强影响力的磁铁矿供应商，还成为北美、亚洲和欧洲最大的蛭石供应商，其铜产品在南非的市场占有率超过50%。

除此之外，河钢还通过资本输出，先后控股或收购了澳大利亚威拉拉铁矿和马其顿中板公司、南非开普敦DSP公司、美国克拉赫公司，初步构建了全球钢铁材料制造平台。

目前，河钢海外运营资产已突破80亿美元，与新兴市场及“一带一路”相关国家的产能合作也在加快推进。

以全球研发平台引领潮流

不久前，河钢东大产业技术研究院9项课题通过验收。这9项课题涵盖了含钒热成型高强钢及氧化铁皮控制技术、智能制造顶层设计等多项重要内容，可推动河钢产品结构、质量、智能制造的全面提升。

业界专家告诉记者，河钢东大产业技术研究院的成立首开钢铁技术研发平台国内校企合作实体化运作的先河，使河钢协同创新跃上了新高度。

中国工程院院士、河钢东大产业技术研究院院长王国栋进一步表示，该研究院的宗旨是通过企业和学校的深度融合提高河钢的整体装备水平、技术水平，提高河钢的核心竞争力，为“世界的河钢”提供强大支撑。“从目前的情况看，效果确实不错。”

河钢人深知，创新是引领发展的第一动力，必须主动融入全球创新网络，营造开放的创新环境。

为此，河钢与昆士兰大学共建可持续钢铁创新中心，启动“新型高强汽车钢深加工新技术的应用”等研究项目，同时建立联合培养专业化高端人才的长效机制，定向培育储备一批国际化高端人才；与海尔等企业共建联合研发中心，与科研院所共建产业技术研究院，依托各方产业资本与技术资源优势，聚焦钢铁前沿技术和制约集团产业升级的关键性、根本性问题，实施协同创新，共同参与承担国家重大课题研究；作为中科院科研成果转化基地，2017年世界首条亚熔盐高效提钒清洁生产线在河钢投入运营，引领战略资源钒向绿色清洁生产转型……

截至目前，河钢已拥有25个协同创新平台。“十三五”期间，河钢承担或参与了15项国家重大科技专项研究课题，科技创新实力走在了行业前列。

凭借强大的创新能力，河钢清洁生产技术、绿色矿山开发技术、低成本炼铁技术、自动化炼钢技术、洁净钢平台技术、钒的清洁提取和钒产品生产技术等均达到了国际领先水平，填补了国际、国内多项空白，实现了从技术“跟跑者”向“领跑者”的转变。2017年中，河钢集团实现营业收入3068亿元，年末资产总额达到3762亿元，分别比上年增长970亿元和158亿元。

经济日报 中经创业榜

人形机器人领域知名企业优必选：

商战的本质是技术博弈

《中国企业家》记者　张弘

深圳市优必选科技有限公司创始人兼CEO周剑一直保持着夜里工作、次日午后才出现在公司的习惯。

2008年，优必选依靠自主研发“伺服舵机”起家，至今已实现人形机器人量产。

在此之前，广为外界熟知的人形机器人只有软银、阿里巴巴、富士康同时注资的Pepper和本田公司研发的面向家庭服务的仿人形机器人ASIMO。

“在人形机器人领域，日本等国家和地区技术优势巨大。在这个行业里，中国起步虽晚，但可以在产业化道路上走得更快。”周剑说。

来自中商产业研究院的数据显示，2018年中国人形机器人销售额预计将接近60亿元。面对如此庞大的市场蛋糕，优必选自然会加快脚步。据统计，2014年优必选销售额仅为200万元，2016年就增长到3亿元。周剑称，2018年公司销售额预计将突破20亿元，2019年有望达到40亿元至50亿元区间。

迅猛增长的业绩吸引资本频频下注。自2013年完成天使轮融资后，优必选相继拿下两轮融资，今年5月3日又拿下腾讯领投的8.2亿美元C轮融资，刷新AI领域单轮融资纪录，企业估值达到50亿美元。

值得注意的是，在经历了前些年的投资热潮之后，国内资本对机器人行业的追逐渐趋理性。松禾成长基金董事总经理冯华就曾告诉记者，相比2016年机器人最火爆时的行情，这两年资本进入普遍较为谨慎。不过，他依旧认为优必选前景看好，因为其不断迭代的产品具有“陪伴成长”功能。

周剑告诉记者，实际上公司早在去年7月份就大体敲定了腾讯的融资，之所以一直拖到今年才落地，主要是因为资本涌入得比较“凶猛”，超出了自己的最初预想。“于是，我们将财务投资变更为战略投资，主要看合作伙伴的资源能否带来场景应用与落地的优势。”

2017年12月份，优必选联合腾讯云小微发布了智能教育娱乐人形机器人Qrobot Alpha；今年2月份，又联手腾讯叮当助手推出个性化智能教育机器人Alpha Ebot。对于频繁“牵手”腾讯，周剑表示，未来公司与腾讯在AI层面将展开深入合作，并围绕人形机器人这一智能终端共同打造服务与内容生态。

周剑认为，从PC端到手机都是被动交互，未来机器人将承担起主动交互的责任。他告诉记者，腾讯看中的正是优必选机器人的主动交互能力，“我相信腾讯一直在考虑下一代交互设备的变化”。

优必选曾经专注于伺服舵机技术，且“一头扎下去”就是10载。周剑坦言，像优必选这样肯下“笨功夫”搞科研的企业不太多，有不少公司入行不久就开始商业化布局了，不过“市面上那些没有使用伺服舵机技术的智能积木产品体验效果并不好”。

早在去年接受专访时，周剑就提及曾经花费5年时间研发机器人的“关节”，主要是为了降低成本，建立技术壁垒。如今，优必选认为自己已全面掌握平价伺服舵机的量产能力。优必选深圳工厂的伺服舵机月产量可达到60万个至100万个，每个舵机的单价只有市场均价的几十分之一。

周剑认为，目前行业面临的最大困扰是所有企业都在集成产品，但缺乏核心技术，更没有清晰的战略布局。任何一项技术的突破都需要时间，依靠深耕伺服舵机技术10年构筑起来的“护城河”就是优必选的信心所在。

实际上，优必选的优势并不仅仅局限于伺服舵机，还包括对舵机背后的控制算法、机器视觉等方面的布局。“机器人和人一样，不仅要把关节‘搭’起来，还要训练它。让机器人为人类服务是软件、硬件都得‘过关’的综合性问题。”周剑说。

在周剑看来，谁能够在接下来的商战中占领高地，只有时间和市场才能给出答案，但无论如何，一切的本质依旧是技术博弈。

创业者说

在人形机器人领域，日本等国家和地区技术优势巨大。在这个行业里，中国起步虽晚，但可以在产业化道路上走得更快一些

从PC端到手机都是被动交互，未来机器人将承担起主动交互的责任

任何一项技术的突破都需要时间。依靠深耕伺服舵机技术10年构筑起来的“护城河”就是优必选的信心所在

立白集团努力打造非公企业党建新样本——

党建就是生产力

本报记者　杨忠阳

企业产品研发和党建有关系吗？

还真有！这是记者日前在广州立白集团得到的答案。

“如果没有集团党委对我的培养，我就不可能有足够的动力研发出‘易漂洗’‘不烫手’洗衣粉。”立白集团研发中心主任研发工程师赵顺祥说。

赵顺祥是立白集团一名从大学生党员成长起来的技术团队带头人。2007年，应用化学专业毕业的他正式进入立白，成为一名喷粉车间工艺技术员。尽管职级不高，但赵顺祥很热爱这个岗位，经常放弃休息时间在车间做各种试验，还提出了很多合理化建议。立白集团党委经过一段时间考察后，决定将赵顺祥列为技术骨干，调入研发中心重点培养。

日化行业竞争激烈，“易漂洗”技术也成为各大企业角逐的焦点。面对挑战，赵顺祥主动请缨，带领研发团队“驻扎”在实验室合力攻关，历经21次试验，很快便开发出了“易漂洗”洗衣粉。由于该产品技术配方先进，既能减少漂洗次数又省水，因此一上市便供不应求，形成了强大的市场竞争力和较高的环保效益。截至目前，赵顺祥带领的研发团队组织新品及原料试产共计180余次，优化升级产品共计130余项，为企业创造了巨大的价值。赵顺祥也因此被评为“广州市劳动模范”。

“把党员培养成骨干，把骨干发展成党员”是立白的重要发展理念。广州立白集团党委书记、副总裁许晓东说，作为一家民营企业，立白始终把加强党组织建设与建立现代企业制度统一起来。集团探索出的“五个全面结合”工作法有效推动了企业发展，被中组部选定为十大优秀非公党组织先进典型。

何为立白“五个全面结合”工作法？“就是将党建工作与生产经营、企业文化、人才培养、群众工作和廉政建设相结合，通过‘关键岗位’的党员带动作用，激发和提升企业活力。”许晓东告诉记者，在“两学一做”学习教育中，立白集团党委把党建活动与经营销售结合起来，利用组织优势为销售一线搭建平台、开拓渠道，通过“看得见的数字业绩”化“无形”为“有形”，让广大员工、客户深刻认识到“党建就是生产力”。

对于这一思路的“力量”，朱维深有感触。作为一名普通党员，朱维在接任立白销售公司安徽皖南片区经理期间，面对全省“垫底”的销售业绩没有气馁。通过主动研究市场，精耕细作，皖南片区硬是“落后变先进”——各品类销售业绩达到全省第一，洗衣液“区域达成率”369.7%，超额完成任务，一个省级样板市场和两个区域样板市场由此成型。

“于立白而言，党建不是一项单独的工作，它像一根红线，串联起企业上下共同的文化和价值观，成为统筹集团内部各项工作、提升员工凝聚力和归属感的有力抓手。”许晓东说。

“五个全面结合”工作法的推进有效促进了集团生产和销售实力的提升。数据显示，2017年集团销售额突破200亿元，实现了双位数增长，其中洗涤剂销量位居全国第一、世界第四。在外资品牌占据主导的日化行业，立白成功实现了突围。

企业的快速发展进一步坚定了立白集团深入推进党建工作的信念。广州立白集团创始人、总裁陈凯旋表示，“没有党的领导就不会有立白今天的辉煌。对于我们来说，各项费用支出都有预算限制，但党组织的费用支出不在此列，只要有利于党的工作、有利于企业发展，集团管理层都无条件支持”。

在位于广州白鹅潭的立白总部大楼里，有一个近3000平方米的“广州市非公有制经济组织党建工作展览馆”，这是迄今为止全国规模最大、资料最多的非公有制经济党建工作主题展馆。“这里的土地寸土寸金，我们一口气就拿出这么大的面积来建设展馆，可见企业在党建方面所下的决心。”陈凯旋坦言，自己的梦想就是要把立白打造成非公企业党建新样本。

本版编辑　韩　叙
美　　编　高　妍
本版邮箱　jjrbqyb@163.com