

2015 年中国钢铁企业绿色评级结果发布 太钢成为中国钢铁企业绿色发展标杆

■ 黄传宝 陈涛

12 月 10 日，冶金工业规划研究院、环境保护部环境工程评估中心联合召开钢铁绿色发展研究中心成立大会暨《2015 中国钢铁企业绿色评级结果》发布会。中国工程院院士殷瑞珪、中国钢铁工业协会党委书记兼秘书长刘振江、工信部节能司副司长毕俊生出席会议并致辞。根据评估结果，宝钢集团、太钢集团绿色度领先优势明显，成为中国钢铁企业绿色发展标杆企业。武钢、河钢、首钢、沙钢、鞍钢等钢铁企业绿色度靠前。

据悉，开展中国钢铁企业绿色评级在行业内尚属首次，评级结果体现了中国钢铁企业绿色发展的整体水平。此次绿色评价体系包含了绿色制造、绿色采购、绿色物流、绿色产业、绿色产品五位一体的全面评价体系，共包括四大板块、14 项因素、28 个指

标，全面涵盖绿色发展各要素。绿色评级高分企业有如下典型特征：注重环境信息公开，定期发布环境报告等，通过各种媒体向社会展示绿色发展成果，并接受公众监督；具有一定的生产规模，装备现代化程度高，产品附加值较高，环保理念和管理水平领先；环保改造力度大，环保改造投资和环保成本都名列前茅；清洁工厂建设有亮点，厂容厂貌相对美观，注重与城市和谐共融；注重发展绿色产业，在绿色采购和绿色产品等方面各具特色。

太钢作为一个典型的内陆城市钢厂，能在此次评估中以优异成绩胜出，得益于近年来在绿色发展上的见事早、行动快。太钢始终把环境保护看作是企业生存的前提、发展的基础，大力推进结构调整、实施技术改造，淘汰落后，实现了全流程工艺技术升级和生产装备大型、高效、节能、环保；以技术创新推动品种结构优化升级，形成以不锈

钢为核心，包括冷轧硅钢、高强韧钢系列碳素钢在内的高效、节能、长寿型绿色产品集群；率先推广应用了一大批世界先进的节能减排、循环经济工艺技术，形成了包括固态、液态、气态废弃物的循环经济产业链，实现了向集约绿色发展的转变，主要环保指标国内领先；加快由企业内部的小循环向社会的大循环转变，从高效利用城市污水等废弃物，到为城市提供清洁燃气和热源，再到绿化美化城市，实现了企业与社会、自然、社会的和谐相处；注重环境信息公开，定期发布社会责任报告，通过各种媒体向社会展示绿色发展成果，并接受公众监督。

据了解，新成立的钢铁绿色发展研究中心将进一步完善钢铁企业绿色评级体系。并将积极探索与金融机构合作，将绿色评级与绿色金融紧密结合，推动供给侧改革，引导更多的社会资源向绿色企业倾斜，促使污染企业绿色转型或退出市场，化解钢铁过剩产能。

东胡集抓好电子商务促进企业发展 同时大力整治成品油市场加强市场监管防范安全事故

江苏涟水县东胡集镇采取切实措施，围绕电子商务这一新兴产业，把企业扶优帮强，促进企业快速发展。江苏中正儿童用品是该镇的引资项目，主要生产童车、童床等儿童安全用品，现已入住县电子商务产业园，利用电商这一平台，把产品销往美国、英国、新加坡、我国香港等国家和地区。中准电子是该镇在外创业成功人士程春来投资 3000 万元，在县经济开发区落户的项目，投产后大力发展电子商务，产品销往大江南北。女大学生颜金艳返乡投资 500 万元，在网上申请一个“阿里巴巴”，拓展电商业务，产品订单纷至沓来。2015 年春又扩建 300 平方米厂房，新增 2 条生产线，为扩大产能增添了后劲。淮安快鹿集团董事长顾荫民，返乡投资 1000 多万元开发的千亩特种养殖鱼塘，利用电商

也拓展了销售渠道。返乡创业青年李建怀创办的鞋店，也把电商生意做得红红火火。

(谷通飞 陈裕 牟岩)

又讯 为落实滨政办发〔2015〕135 号文件 and 全县成品油市场专项整治会议精神，涟水县东胡集镇采取切实措施，进一步加强成品油市场监管，严厉打击违法建设和非法经营行为，彻底排查治理安全隐患，有效防范和坚决遏制安全事故发生，促进成品油市场健康有序发展。该镇派出所和安监办联袂深入街道、村组，进行深排细查，发现集镇一家和自然村一家加油站点无证无照经营成品油，当即予以取缔，从而消除了安全隐患，当地群众拍手称快。

(谷通飞 陈裕 牟岩)



■ 庄键

“今年 11 月，国内钢铁企业的亏损额还在持续增长。”在 12 月 20 日举行的 2016 年大宗商品市场高峰论坛期间，中国钢铁工业协会（下称中钢协）常务副会长朱继民表示。

在他看来，国内钢企为争夺市场份额，大打价格战甚至恶性竞争，以低于成本价销售产品，使得钢材价格连续下降，跌到了令人难以置信的程度，由此导致的钢企亏损仍然没有停止的迹象。

中钢协 11 月末发布的中国钢材价格指数为 56.19，同比降幅为 34.12%。

一些地方政府为了当地经济发展及社会稳定的考虑,可能仍然会要求亏损企业继续维持生产 中国钢铁市场明年产能将继续过剩

朱继民称，钢铁企业的实际亏损情况可能比财务报表所体现的还要严重，考虑到银行对亏损企业会采取收缩贷款等措施，部分钢厂不得不对报表进行相应调整。

中钢协公布的数据显示，今年前 10 个月，国内大中型钢铁企业亏损 386.38 亿元，其中主营业务亏损 720 亿元，101 家大中型钢铁企业中有 48 家亏损，占据半壁江山。

在本次论坛期间，钢铁网首席分析师汪建华也指出，国内钢铁市场的供应量小于需求下滑的幅度，是钢材价格大幅下跌的主要原因。

汪建华预计，今年国内粗钢产量为 8.05 亿吨，同比下降 2.2%，而粗钢表观消费量 7.04 亿吨，下降幅度为 4.7%。

在供需逐渐失衡时，国内钢厂的产能释放并未大幅缩减。我的钢铁网最近一周的调

查显示，国内 163 家主要钢厂的产能利用率为 82%。对比国际钢铁协会对全球钢企产能利用率的统计，国内钢铁行业的产能利用率高出 14%。

朱继民认为，虽然化解过剩产能是行业共识，不过陷入亏损的钢铁企业却面临着“想退退不出去”的尴尬，有的企业一度因亏损而停产，但地方政府为了当地经济发展及社会稳定的考虑，仍然会要求亏损企业继续维持生产。

不过，低迷的市场需求还是让国内粗钢产量出现了多年来的首次下降，而明年还将继续下降。2013 年国内钢材市场出现阶段性的需求峰值后，逐步进入弧顶区，并带动粗钢产量降低。

汪建华表示，在钢铁下游需求中，汽车行业可能是明年唯一呈现增长的领域，而建

筑、工程机械及造船等行业对钢材的需求均会出现下降。

他预测，明年国内的粗钢表观消费量不会超过 6.72 亿吨，同比下降 4.5%—5.5%，粗钢产量也可能因此同比下降 5%—5.9%，至多为 7.7 亿吨。

与此同时，今年异常火热的钢材出口也可能在明年遇冷。朱继民认为，今年钢材出口总量预计将达到创纪录的 1.1 亿吨，但这对同样遭遇产能过剩的国际市场造成了相当压力，也在一定程度上影响了未来的出口环境。他预计明年国内钢材的出口总量很难有大幅增长，与今年基本持平。

汪建华则指出，今年前 11 个月，有 22 个国家对国内的 28 个钢铁产品发起了 61 起反倾销调查，日趋紧张的贸易摩擦会使得明年钢材出口出现一定下降。

线上线下两相和 传统现代皆智慧 这里的巨变静悄悄 ——体验中国重汽 2016 年商务大会智慧之旅

■ 吴峻岩

泉城济南，中国重汽 2016 年商务大会会场人潮涌动。穿过广场上琳琅满目的总成零部件展区，流连于气韵飞扬的 30 余台展车间，风采依旧，气魄依然。

拾级而上，会场内厅俨然另一番天地。在大色块重汽红的彰显下，一边是“历史重汽”展区静静叙述着 60 年的沧海桑田，迎着各路来宾的深情祝福；另一边是“智慧重汽”3D 视频概念展区，唯美画面展示着中国重汽的美好愿景，更以巨大的创新实力，向世界推出了中国重汽“地球村”电子商务平台的规划蓝图。这个电商平台有个更形象的名字——“智慧重汽”。巨变，正悄悄发生。

在传统与现代之间，传统是风格，现代是时尚，风格与时尚的交相呼应便生出智慧的结晶。中国重汽传统的商务大会风格始终体现引领风潮的大家风范，而智能化、信息化的时尚应用诠释了一个大型国企转型升级的大智慧，这就是重汽智慧。

从点击电子邀请函那一刻起，“智慧重汽，由我掌控”就与你息息相关了，当你游走于传统与现代、穿梭于线上与线下时，靠的是轻抚手机触屏的指尖，你会心于她的贴心，更感动于中国重汽的豪爽。

除了回家看看 还有很多意想不到

点击中国重汽商务大会的电子邀请函，熟悉的音乐缓缓流淌，中国重汽主营单位的四位总经理，诚挚地邀请着广大用户和经销商“回家看看，回家吃饭”，搬迁到科技大厦的中国重汽大家庭，正敞开温暖的胸怀等待亲人的归来！

来自东北的一位经销商代表通过扫描下载“智慧重汽”APP 客户端后，按照提示输入了自己的手机号码和信息，简单操作后，脸上露出笑意，一台精美的导弹发射车模已通过网购程序以 0 元购车的形式拍下订单。工作人员告诉记者，每届商务大会都有精美礼品赠与会议代表，今年中国重汽改良传统方式，一方面体贴代表们携带不便的实情，另一方面也是让大家亲身体验一把“智慧重汽”的优越性能。

参会之初网购下单后，这个车模便开始通过各个流程一步步向你走近，从智能分配到就近发货，可以精准查询车模运送途中的位置，并确保第一时间配发到指定地点。当你会后经过或长或短旅途回到家时，会看到表达重汽心意的精美车模也由顺丰快递送至门前。显然这是一次愉快的网购体验。

“智慧重汽”的主要功能是配件商城、配件防伪、一键报修等服务项目，大大提升了过去的服务标准，并在售后服务环节上进行了有效监管。有意思的是，作为一次模拟购物体验，你可以通过“智慧重汽”扫描车模的包装码和条码验证真伪，平台会根据系统记录，反馈给你不同的查询结果，当然，你看到的一定是一张可爱的“笑脸”。如果购买的是各类配件就有可能是“疑问”或“哭脸”了，“智慧重汽”平台要确保的就是让用户一定买到价格最合理的官方正品配件。

实景体验、热线连接的 互动感觉真棒

置身“智慧重汽”3D 概念视频的大屏幕下，看奔驰在原野乡间、高速公路的重汽车，感受它春花秋叶间的靓丽身姿，夏雨冬雪中的勇往直前……旁边，PC 触屏模拟的手机触屏，清晰显示着每一辆正在奔跑的重汽车的品牌型号、地理位置、行驶里程、服务记录……这是中国重汽早已应用的远程监控功能，中国重汽赋予每一辆车全生命周期的管理呵护。

一边替用户提供最适合的车型配置，确保车辆风雨兼程，一边默默追随着车辆，时时监控它的健康状况。“亲人服务”正全方位升级，通过“智慧重汽”提供超值服务，深耕合作共赢平台，通过手机客户端调动起所有线下资源，服务于用户。

在中国重汽商务大会颁奖晚会上，中国重汽集团（香港）公司副总裁刘培民通过“智慧重汽”查询了江苏用户付忠彦的汕德卡 C7 行驶里程为 800843.2 公里，随即拨通了付师傅的手机，核对行驶里程为 800845 公里。现场掌声响起，既是赞叹“智慧重汽”的精准监控，更是惊叹付师傅超众的行驶里程。

这辆 2014 年 4 月 8 日正式运行的汕德



卡仅用 20 个月就达到近百万的行驶里程，这一数字有力证明着曼技术产品的实力和优势，也诱惑着台下近 2000 名观众的跃跃欲试。刘培民当场启动“中国重汽曼技术重卡运营 100 万公里挑战赛”，并公布了第一位达到 100 万行驶里程的用户将获得 20 万元现金奖励，另外 10 位用户将得到 10 万元的现金奖励。不仅如此，在现场观众幸运大抽奖中，凭借存储在“智慧重汽”里的手机号码，共抽出 18 位现场幸运观众。

连接这一切的是手机，其实就是“智慧重汽”的客户端，她实现了中国重汽与用户最便捷、无障碍的互动互惠。

游走线上线下， 让时尚引领传统

“中国重汽迫切需要利用已有的线下资源和渠道优势，结合互联网技术，充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，实现企业销售、服务活动的互联网化、智慧式管理和运行，建造一个产品+服务+体验的新模式。”刘培民如是说。

传统营销如果是独立运作的崎岖小路，互联网营销便是群策群力的康庄大道。以互动体验为核心的“智慧重汽”平台紧紧牵住用户的手，连日来，每天推送消息提供亲情服务，记者作为中国重汽商务大会智慧之旅的体验者，默默为一条条贴心提示会心微笑。

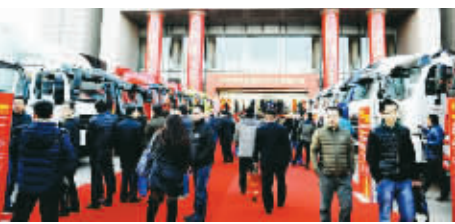
往年，代表们总会互相询问各个活动的

议程、时间、地点，今年大家会心照不宣地查看“智慧重汽”推送的消息。大会前夜，她会提醒你提前规划路线时间，添衣保暖；进入会场，她会告诉你人员较多注意安全；走进科技大厦，她又在温情喊你回家看看、回家吃饭；会议日程早知道、获奖名单抢先读……温馨提示逐条推送。

在参观科技大厦环节中，中国重汽特别安排了三个照相点为回家的亲人们留影纪念。你不需要自己按快门，不需要自己选景点，专业摄影师会在经典取景处留住你的微笑；你不需要留地址，也不需要拷优盘，只要有你的 APP 客户端，稍候，后台就会推送你在“新家”的留影；你可以照张传统的照片，但你一定有更时尚的获取方式。游走于线上线下，请相信“智慧重汽”的智慧，你想要的她都懂，“新车集锦”“专用车集锦”“用车宝典”……目不暇接。

互联网的大融合 彰显重汽大智慧

“智慧重汽”把握时代格局，创造全新境界，开创了商用车行业建立电子商务平台的先河，“真、准、快、实”的特点将会引来众多用户的加入与应用，新的服务理念、新的营销模式，正以时尚的态度融入传统，实现互联网的大融合。这个被命名“中国重汽地球村电子商务有限公司”的平台，即将被注册成为中国商用车行业首家电商公司。



“智慧重汽”正在着力打造一个与合作伙伴共荣共存、与用户互联互通的绿色生态圈，“智慧重汽，由我掌控”已经被迅速传播，包括中信银行、山东高速、物流公司、经销改装单位、顺丰快递等十家合作伙伴代表共同出席了“智慧重汽”上线发布仪式。

正如中国重汽集团董事长马纯济在答记者问时所言，“未来的‘地球村’将会从金融服务、整车销售、二手车置换、易耗品采购等为用户提供全方位服务，作为重卡行业首个企业级电商平台，要让中国重汽正品配件的销售速度及服务满意度大大提升，并从企业的研发、生产、质量、管理等各方面实现整车全生命周期、全过程的有机生态圈。”

传统总是在时尚中默默传承，时尚兼顾了传统却不忘初心。再一次刷屏，点击开大会邀请函。音乐涌出，注入心田。钢琴曲是那首古老的英文歌曲《出埃及记》，音符与旋律叙述了千年的沧桑，历史画卷史诗般凝重，犹如风雨一甲子的中国重汽，显示出无比的坚定与执着。记得歌词吗？“携我之手，与我同行；壮阔大地，有我同行；危难之时，与我相依……”这一定是你久已熟知的重汽亲人服务的核心内涵。

知者不惑，仁者不忧，勇者不惧。解读中国汽车市场后时代，人机对话已成为现实，赢家一定是“知道自己跟谁做生意的人”。你一定记得中国重汽集团总裁蔡东做主旨发言时底气十足的那一句——“中国重汽准备好了！”