

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 270 期 总第 9604 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2019 年 10 月 25 日 星期五 己亥年 九月二十七

“文化茅台”旋风悄然融入京味文化 北京首届国际茅粉节盛大举行

《P2》

黄河集团的“工业牙齿”是如何“锻造”的

■ 程文超 王克伟

宽敞的车间里,500 台缸径 750 的六面顶压机正在平稳工作。在电脑的操控下,柔软的石墨,在 1300 摄氏度的高温中被“千锤百炼”,经过“脱胎换骨”,变成了世界上硬度最高的金刚石。

这个车间位于河南省长葛市,它的“主人”是河南黄河实业集团股份有限公司(以下简称“黄河集团”)。

金秋时节,在长葛市黄河集团总部,总经理胡新英正襟危坐,娓娓道出这家韧性十足的民营企业是如何打造“工业牙齿”的。

把准发展方向 小企业长成“金刚王”

长葛市位于河南省中部,由三国名城许昌市代管。长葛市并不大,面积 650 平方公里,人口只有 78 万。

在长葛市区人民路中段,一条与之垂直的大道笔直宽阔,这条“黄河大道”其实是黄河集团占地 2 平方公里的厂区的一部分,该集团是上市公司——河南黄河旋风股份有限公司的发起人及最大股东。

1979 年,河南黄河实业集团股份有限公司的创办人乔金岭出资 3000 元,带领 20 多位农民,创办长葛市第二化工厂,生产在当时颇为流行的石棉瓦、塑料编织袋等。1984 年,“乔厂长”再次走马上任,开始二次创业,并发出了“为国、为民、为厂、为家、为中国农民走出一条致富路子”的铮铮誓言,决定“上高科技项目”,实现企业转型。1985 年元旦,在郑州出差的乔金岭,偶尔在《郑州晚报》的一角上看到一条关于人造金刚石水磨石模块技术的新闻,于是按图索骥,花 10 万元买下水磨石技术专利。

随着产品的转型,企业更名为河南省黄河磨具厂。黄河磨具厂生产的金刚石水磨石机填补了国内市场的空白,DMJ-250 型水磨石机荣获国家质量审定委员会颁发的金质奖章,这是河南省乡镇企业国家金奖零的突破。到 1992 年,企业年产值一举突破亿元大关,成为河南省首家产值过亿的民营企业。

面对喜人的形势,企业管理层清醒地认识到,“产品不能十年一贯制”,要为下一个十年寻找新的战略产品及发展方向。

依据国内金刚石市场出现供不应求的局面,企业管理层敏锐地意识到人造金刚石对



河南黄河实业集团股份有限公司总经理胡新英

中国工业未来发展的战略意义,一定要抓住这一历史机遇,生产具有中国技术的高品质人造金刚石,生产自己的人造金刚石。1998 年,随着旗下控股企业——河南黄河旋风股份有限公司在上交所上市,人造金刚石项目已成为黄河集团新的战略级主导产品。

从生产石棉瓦、塑料编织袋,到生产“高精尖”的金刚石,黄河集团这家本不起眼的小企业,牢牢把准发展之舵,在全球金刚石市场,逐渐成长为“金刚王”。到 2006 年,“旋风”牌人造金刚石在国内市场的占有率已达到 41%,跻身全球三强。

聚焦主业发力 小市场变成“大产业”

“振兴民族超硬材料工业!”这是黄河集团新任董事长乔秋生在 2004 年 1 月 6 日公司高管会议上掷地有声的誓言。随着黄河集团如日中天地做强做大,先后出现了多元化经营,甚至有人认为,黄河集团也应该像其他一些知名企业一样,利用资金优势及影响力,进军房地产领域。

21 世纪初期是中国金刚石工业由大转强的黄金时期,金刚石及其制品广泛应用于煤炭石油开采、地质勘探使用的掘进钻头,多晶硅、多晶硅片的切割、磨削等高效精密加工,卫星太阳能电池板的加工等高新技术领域。

经过对国内、国际两个市场的调研,乔秋生认为,人造金刚石市场前景广阔,只要做强这个“小产业”,就一定能够赢得“大市场”。“一生只做一件事——做好金刚石!”是乔秋

生对黄河集团及自己的责任担当。方向、目标重新确定后,剩下的就是“大干快上”了。

从 2004 年开始,黄河集团聚焦以金刚石为代表的超硬材料及制品这一行业,瞄准国内、国际两个市场需求,稳扎稳打,一点点地向行业高峰挺进。

要想把小产业变成大市场,首先要将产品质量提上去。2004 年,黄河集团在其一号文件中,明确提出“进一步夯实人造金刚石主业,扩展金刚石制品品种及其业务”等内容,要求每一个环节、每一件产品,都要体现“质量第一”。从此,技能比拼、产品合格率比拼等成为企业文化的一部分。

从 2005 年开始,“旋风”牌人造金刚石系列产品一直被河南省质量检测部门评定为质量免检产品、“中国名牌产品”。2012 年,黄河集团获得河南省“省长质量奖”,成为行业内第一个获此殊荣者。

2005 年前后,乔秋生在企业不同场合及层面,不断提及“打造全球品种最齐全的超硬材料及制品生产商”和“打造全球质量最稳定的超硬材料及制品供应商”。乔秋生认为,这是国内市场的需要,也是参与国际竞争的需要,更是战略级产品的布局需要。

经过近十年的攻坚克难,黄河集团在超硬材料产业链的上游、中游和下游的所有四个环节——原辅材料、超硬材料、超硬材料中间制品及超硬材料终端制品形成市场及产业优势上,成为目前国际上唯一一家可以同时在全产业链上进行规模化生产的企业,正在从跟随者向领军者转变。

握紧科技之剑 小地方“创出”“大基地”

一家民营企业,既无资金优势,又无技术储备,却要研制有着“工业牙齿”之称的金刚石,其中的风险与难度可想而知。但是,黄河集团硬是凭着一股子韧劲儿,生生在毫无工业及技术基础的长葛土地上,打造出一个世界级的金刚石产业基地。

1985 年初,为获得人造金刚石水磨石模块技术专利,企业拿出 10 万元的真金白银,以及投产后年销售额的 10%,获取了该项专利。正是凭借该项专利,黄河集团很快成为河南省首家产值过亿的民营企业。

但是,为了实现产品和产业的升级,黄河集团提出了要自己生产人造金刚石的战略。人造金刚石合成是一项超高压高温的高新技术,它的核心是合成设备。1996 年,企业组织国内专家,经过 7 个月的攻坚克难,于 1997 年,成功研发出国内第一台“UDS-6x1500 吨-I 型”压机,在技术上取得 11 项专利,获得 4 项省、部级科技成果和科技进步奖。

后来,黄河集团又组织专家、投入资金,相继开发出 UDS-II 型、III 型压机,单面压力由 6000 吨达到 2.2 万吨;单次产量由 40 克拉提升到 260 克拉。

“压机故事”代表了黄河集团在科技研发上的决心与韧性。几十年来,黄河集团握紧科技之剑,不断创新,先后攻克了聚晶金刚石(PCD)复合片、PCBN 复合片、40 毫米大直径聚晶复合片、金刚石钱锯等技术,并顺利实现规模化、产业化。

近年来,黄河实业先后完成研发项目 173 项(其中国家项目 56 项,河南省项目 117 项),取得省级鉴定成果 56 项,实施成果转化 47 项。取得的成果有 16 项达到国际先进水平,40 项居于国内领先水平。完成新产品开发 209 项,拥有专利 586 项(其中发明专利 29 项),储备了一大批企业核心专用技术。先后实施了国家产业链、河南省重大科技专项、河南省高新技术产业化、河南省“双百计划”等一批重大科技成果项目。

2017 年,黄河实业金刚石单晶产量达到 50 亿克拉,国际市场占有率达到 20%。企业总资产 154 亿元,年销售收入 261 亿元,已成全球金刚石产业当之无愧的“巨无霸”。

据悉,目前黄河实业已经布局智能制造、石墨烯、锂电池等领域,预计到 2035 年,实现销售收入 1000 亿元的目标。

世界智能网联汽车大会召开 北汽集团展示创新加速度

10 月 22 日,世界智能网联汽车大会暨第七届中国国际新能源和智能网联汽车展在北京中国国际展览中心拉开帷幕。此次大会由北京市人民政府、工业和信息化部、公安部、交通运输部、中国科学技术协会主办,是新能源和智能网联汽车领域高水平、高层次、全球规模最大且具有重要影响力的国际会议。

在大会主论坛上,北汽集团董事长徐和谊发表了《加速生态繁荣,共创智联未来》主旨演讲,他表示,北汽集团不仅在全方位能源化方面率先行动,扎实推进,更提出新能源化与智能网联化的“双轮驱动”发展路径,将全面发力智能网联汽车产业。

面对如今产业生态的不断深入发展,“要真正进入快速发展期,实现智能网联汽车的普及化应用和规模化发展,就必须从



多维度加速生态繁荣。”徐和谊表示要从四个方面着手,一是聚焦需求生态,加快商用需求转化,释放通用需求空间;二是聚焦应用生态,提升技术产品能力,强化设施服务布局;三是聚焦创新生态,坚持开源协同创新,提升立体创新能力;四是聚焦管理生态,强化标准法规引领,加快示范应用推广。

众所周知,早在 2018 世界智能网联汽车

大会上,北汽集团就正式发布了智能网联汽车五年行动计划“海豚+”战略。时过一年,随着战略的不断推进,现如今也进入到从“产业孕育期”到“快速发展期”的关键过渡阶段。徐和谊强调:“北汽集团将继续坚定实施海豚+战略,以车载芯片等关键技术的持续突破,凝聚智能技术硬核;以 L3、L4 级高阶产品的规模化量产,迈过智能产品分水岭;以更大力度、更广范围的开放融合,构建智能生态共同体;以面向冬奥、雄安新区等重大需求的示范应用,打造智能交通新标杆。”

据了解,未来 5 年,北汽将对 BEIJING 品牌进行 200 亿的研发投入,全力打造两大全新平台,分别是具有深度融合、极致工程、柔性拓展和智能制造四大特征的 BMFA 油电混动产品平台和拥有纯电专属、迭代进化、高端

舒适和模块拓展四大特征的 BE22 高端纯电专属平台。

毫无疑问的是,在过去的几年里,北汽在自主乘用车、车辆制造技术、三电技术、智能化系统等成绩斐然。现如今,作为北汽集团整合旗下北汽新能源和北汽汽车的产品与技术资源全力打造的核心品牌,BEIJING 是代表着北汽“高、新、特”战略中的“新”字主力军,也将推动北汽自主乘用车业务的新发展,开启北汽集团的新篇章。

正如徐和谊所言,“智能网联已经成为汽车行业百年变革中,最具颠覆性的变革力量,即将释放指数级增长空间。北汽集团愿继续与所有伙伴一道,突破生态瓶颈,加速生态繁荣,全力推动智能网联汽车产业从‘孕育期’到‘快速发展期’的关键跨越。” (智闻)

好鞋伊百路 健步人生路

养生热线:400-100-2912

双汇熟食 SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味



2019 全国企业文化现场会在蓉召开 又一川企 获得“全国最佳”

据封面新闻消息,10 月 22 日,中国企业联合会成都召开 2019 全国企业文化现场会,200 余位来自全国企业界、学术界、媒体界和部分省市企业联合会的代表齐聚。会上,专家对企业文化及对企业发展的的重要性作了分享交流。

中国企业联合会、中国企业家协会驻会副会长尹援平认为,企业能够取得成绩的重要之处就在于,坚持以企业文化引领和推动企业发展,从战略层面高度重视和切实推进企业文化建设。

“办好企业文化,要注重企业文化软实力对企业发展的柔性支撑,企业文化与经营管理的紧密结合,以及企业文化与党建文化的相互促进。”省国有资产监督管理委员会党委委员、副主任沈汝源说。

四川省经信厅副厅长王建翔认为,优秀的企业文化,可以实现从小到大、从艰苦创业到蓬勃发展的蜕变,拥有无穷魅力,同时也为

广大企业提供了典型示范。会上,成都兴城投资集团有限公司(以下简称“成都兴城集团”)被授予“全国企业文化最佳实践企业”,成为继国家能源集团大渡口公司后,第二家获此殊荣的川企。

成都兴城集团党委书记、董事长任志能现场发布成都兴城集团企业文化主题报告,并从产生背景、实现路径和实践效果三方面详细介绍了成都兴城集团的“精善文化”。

著名经济学家、国装智库秘书长周永亮教授在专家点评中表示,成都兴城集团企业文化的最成功之处在于,将中国传统文化与现代文化、精致与博大、城市与自然、商业与民生、古典与现代、空间与人、核心与拓展、智慧与心性等进行了有机融合,符合未来美好城市生活的愿景。“兴城集团给了我两方面震撼,一是让自然、城市和文化这三者有机融合,二是企业高速发展的同时,保持着很好的内部平衡稳定。”

尹援平表示,成都兴城集团的企业文化特点,是塑造了以“精工善成、兴城弘业”为核心的价值体系,把精诚良善、精益求精、善始善终作为第一要求,通过上下同心的坚守与努力,达到“兴城弘业”的企业目标。

据悉,成都兴城集团是成都市国有资本投资运营公司,于 2018 年迈入中国企业 500 强和中国服务业 500 强,主营建筑施工、地产开发、医疗健康、文化旅游、资本运营与资产管理五大产业。截至 9 月底,兴城集团资产总额达 1988 亿元,先后打造了东部新城和南部新区两个新型城市功能聚集区,建设了成都二环高架、火车南站、锦城绿道等城市地标和城市绿肺。(李竺轩)

越奋斗·越年轻

茅台不老酒·博

客服热线:400-620-9996

四川友联味业食品有限公司

028-87819550

地址:成都郫都区安德工业园区安德路 268 号 www.scylwy.com

热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-86637530
投稿邮箱:cjb490@sina.com

