

2025 年 5 月 8 日 星期四
乙巳年 四月十一

今日 8 版

第 100 期 总第 11403 期

企 業 家 日 報

国内统一连续出版物号: CN 51-0098

邮发代号: 61-85

新闻热线: 028-87319500

13811660079

全年定价: 450 元 零售价: 2.00 元

做 中 国 企 业 的 思 想 者

黄陵矿业一号煤矿焦飞:
奋进路上的“追梦人”

[详见 P2]

万源市举行
“食药康养”烹饪职工职业技能大赛

[详见 P4]

东方化工:
按下“加速键” 实现首季“开门红”

[详见 P5]

少了“流量”“网红”
这届车展何以成功?

■ 周蕊 王鹤

第二十一届上海国际汽车工业展览会目前落下帷幕。与往年相比,今年的上海车展,显得有些特别。热搜不多,网红减少,平静中却吸引了超过百万人次的海内外观众观展。

被称为目前全球顶级车展之一,少了些往年的喧嚣和热闹,上海车展何以反而办得很成功? 许多人说,这届车展回归了“车”本身,车展正在“返璞归真”。

说今年的上海车展“冷静”,很大程度上是因为人们习惯了之前一些车展的喧嚣。今年的上海车展,炒作表演明显少了,网络热搜也少了,新技术和新产品更多了,观展人数也更多了。

数据会说话:此届上海车展,有来自 26 个国家和地区的近 1000 家车企参加,带来 163 台新车首秀,比上一届还多近十台;接待海内外观众 101 万人次,比上一届多近 10 万;本届车展的发布会达 193 场,比上一届多 43 场。据不完全统计,本届车展的海外观众达 6.3 万人次,来自 97 个国家和地区。

近年来,传统全球车展式微。底特律车展,参展商数量直接腰斩;法兰克福车展,因难以为继被迫迁址慕尼黑后,仍难挽颓势;日内瓦车展,已被正式取消。放在这样的背景下观察,上海车展不仅说不上冷,甚至称得上全球最热。如此逆势上扬,更更难能可贵。

车展业大势不好,上海车展为何能做到独树一帜?

首先是品牌效应明显,吸引了行业新技术参展。

这届车展上,索尼、英特尔、杜比实验室、3M 等一大批知名企业,都携带先进技术和最新成果参展。有近 50 家国内外知名科技、半导体和芯片企业是首次亮相上海车展。中国广阔的消费市场,对这些企业的吸引力是显而易见的。

展会上,奇瑞的双足机器人 Mornine(墨茵)、小鹏汽车的飞行汽车“陆地航母”、中国一汽的分体式飞行汽车红旗“天擎 1 号”、广汽高域的多旋翼飞行汽车等,吸引了众多观众,展示了汽车行业智能化变革的新路径。

其次是扩展参展边界,扩大展览成效。

比如,这届车展内容从汽车扩展到消费,并首次延至五一假期,助力中国汽车市场持续升级;首次与文旅商体展联动,设立“车展专享消费券”,引来领券下单二次消费超过百万元,共同助推车展期间的城市消费。

再次是创新办展模式,推动融合借鉴。

比如,在布展上,宾利的斜对面是英特尔,莲花跑车与长城汽车“隔壁”……不同国家、不同价位、不同“血统”的整车、汽车供应链和科技企业,相互做起“邻居”,有利于产业链和行业内企业相互借鉴。

有了这些创新探索,上海车展不靠炒作,反而吸引了广大车迷密切关注,网民直呼:这才是回归车展的本位。

上海车展“全球最热”,还在于它不只是一个车展,而更像一扇窗。透过这扇窗,可以观察全球汽车领域最新的技术、发展的潮流和未来的趋势。

在人工智能时代,汽车不再只是汽车,而是智能产业的集合。在路上行驶,汽车是智能汽车;飞起来,就是飞行汽车、低空产业;立起来,就是人形机器人、具身智能。智能汽车产业,正在成为聚合型的智能产业。看清了这种潮流和趋势的企业,纷纷发力占领行业先机,这正是造车的为啥会纷纷造“人”、造“机”。

得益于智能产业在技术底层上的相通性,中国汽车工业正在酝酿着蝶变。长三角、珠三角,正在形成一个个成熟的汽车“生态圈”,带动一大波零部件产业共同发展。

随着供应链成本逐步降至可商业化水平,机器人还可以进入汽车工厂做整车制造各项工作,在车企和行业内内部形成商业闭环。

行业人士预测,今天的飞行汽车、人形机器人,跟十年前新能源汽车刚刚起步一样,会在新的十年里快速增长。未来的车展,将不仅仅是汽车,会有更多科技、更多具身智能参展,科技才是车展的核心。

从这个意义来说,上海车展等中国车展,前途无限。因为,中国科技,前景无限;中国市场,前景无限;中国机会,前景无限。

责编:王萍 版式:黄健
企业家日报网:www.zgceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:http://weibo.com/jnvbd 投稿邮箱:cjb490@sina.com

企业日报微信公众号 企业日报网

提“智”向新,奔向未来
——当前机器人产业观察

●2025 年 4 月 29 日,在海油工程天津智能化制造基地,刘海林(左二)和同事调试一台焊接机器人。 杜鹏辉 / 摄

■ 张辛欣 周圆 张晓洁

机器人踏着“猫步”在 T 台走秀、进入工厂协助造车,教育、医疗、城市管理等领域都有了机器人的帮助……今天,机器人已得到广泛应用,走进你我的生活。

伴随着技术日新月异,机器人产业加快提“智”向新。特别是今年以来,从中央到地方,对培育具身智能、发展智能机器人等作出了一系列部署。政策端、市场端同频共振,新赛道日渐开阔,产业发展如火如荼。

有机构预测,“十五五”时期,我国机器人产业规模将增长至 4000 亿元左右。未来已来,机遇无限。

火,机器人“出圈”前景广阔

五一假期前,北京平谷金海湖碧波度假假区,智能机器人上岛“入职”。巡航、导览,与游客互动间,文旅有了新的“打开方式”。

碧波度假假区负责人表示,智能机器人让旅游变得更有“智趣”,也帮助景区精细化管理,增添了文旅产业的“智”动力。从参赛马拉松,到更智能地在工厂“忙活”,这个春天,机器人火热“出圈”,整个产业踏上风口。

新产品、新应用密集推出——

3 月 11 日,智元机器人发布双足智能交互人形机器人灵犀 X2,集齐运动、交互、作业等功能;仅隔一天,3 月 12 日,优必选与北京人形机器人创新中心联合发布全尺寸科研教育人形机器人,计划于二季度开始交付。

从一个个专业展会上,能够更直观感受到创新的“浓度”。以近日于深圳举行的机器人全产业链峰会为例,工业机器人实现从“机械臂”到“智慧脑”的升级,协作机器人演示智能操作方案,从“灵巧手”到“电子皮肤”,参会企业亮出“绝活”,不断刷屏。

市面频频上“新”,生产热潮涌动。“电子皮肤”销量增长 10 倍,直驱电机 1 月订单量已超去年一半,新一代老人智能看护机器人走进市场……在广东东莞松山湖,多家机器人企业斩获大量订单。

一季度,我国工业机器人、服务机器人产量达到 14.9 万套和 260.4 万套,同比分别增长 26% 和 20%。

产业持续升级、加速进阶——

“几乎每周都在看项目、找项目,才能了解到最新动向。”一位创投机构负责人感叹,当前机器人的创新“不以年计,而以天计”。

以刚跑完马拉松的机器人“旋风小子”为例,它的上一代产品于 2024 年 5 月会走,6 月能跑,7 月完成双腿跳和单腿跳,10 月开启跳舞技能……“成长”速度超乎想象。

不只是人形机器人,工业机器人、服务机器人也在大踏步向前。

在中国一拖总装线涂装间内,拖拉机油盘喷漆作业正在进行;只见机械臂灵动转向,漆膜厚度误差被控制在毫米级。技术人员告诉记者,融入智能技术和 3D 模型后,机械臂可以自动生成喷涂路径,并根据现场温湿度调整参数。“工业机器人已经能够感知生产环境的变化,实现智能工艺的自适应。”

移动操作机器人在航天航空、半导体等制造环节的应用超千台;防爆工业机器人在轨道交通装备等制造环节实现规模应用;手术机器人辅助完成复杂远程手术……一个个标志性突破的背后,是产业向新提质的写照。

业界发力,政策举措给力。我国设立 600 亿元规模的国家人工智能基金,加快布局投资项目;工业和信息化部推动“机器人+”供需对接和推广应用,提升产业链韧性;央地共建具身智能机器人、人形机器人等创新中心,推动产业集聚……

重庆提出围绕“存算一体”芯片等推动核心技术攻关,北京宣布将在两年内释放超万台机器人应用机会,全国多地积极行动,由研发侧到应用端的布局走深走实。

赛迪研究院发布报告预计,“十五五”时期,我国工业机器人渗透率将大幅提升,服务机器人不断进化,人形机器人由资源拉动转为市场驱动。

“一边是新技术提速产业迭代,一边是制造业、服务业转型缔造巨大空间,国内机器人产业步入快速发展期。”中国机械工业联合会秘书长宋晓刚说。

稳,产业链合力夯实根基

机器人火热的背后,有整个产业链的厚积薄发。

记者调研发现,从材料、零部件到电子系统、总装集成,国内机器人制造体系的日臻完备,有力支撑了产业的求新求变。

走进苏州绿的谐波传动科技股份有限公司的生产车间,只见机械臂从操作箱内取出一个个原料,加工、检测、清洗、涂油,制成谐波减速器中的柔轮。

谐波减速器被称为机器人的“关节”,对技术、工艺的要求极高,曾长期被国外垄断。这家“小巨人”企业持续攻克材料选型、柔性轴承等技术难题,将传动误差控制在 10 弧秒以内。绿的谐波总经理张雨文说,企业正瞄准具身智能新趋势,研发一体化机器人关节,为构建更复杂的机器人系统提供支撑。

从国产突破到国产替代,今天,国产谐波减速器在国内市场份额已经超过 40%。

不只是减速器。近年来,我国持续加大对机器人全产业链的强链补链:摸清薄弱环节,围绕加强核心技术攻关等作出系统部署;面向行业前沿领域,重点环节启动“揭榜挂帅”,张榜求贤;从科技企业孵化器,到首台(套)、首批次、首版次等推广应用支持政策,打通产学研用,集产业合力攻产业短板。 [下转 P2]



●2025 年 4 月 19 日,在北京亦庄举行的 2025 北京亦庄半程马拉松暨人形机器人半程马拉松比赛上,天工队选手天工 Ultra(左二)冲向终点。 李欣 / 摄

以文化引领实现“百年豫光”愿景
豫光集团发布 2025 版企业文化核心理念

■ 本报记者 李代广

4 月 27 日,河南豫光金铅集团有限责任公司举行企业文化核心理念发布仪式,公司将大力推进企业文化建设,进一步凝聚思想共识、激发奋进力量,把企业文化的“软实力”转化为安全生产、精细管理和企业发展的“硬实力”,推动公司实现高质量发展。

豫光集团党委书记、董事长赵金刚,党委副书记、总经理任文艺,公司领导黄东锋、苗红强、张安邦、李新战、王拥军,各党支部书记及各单位负责人、职工代表等近 200 人参加。

发布会上,与会人员集体观看了企业文化核心理念宣传片,领取了企业文化核心理念手册。赵金刚以《我和豫光》为主题,结合自己在工作经历和感悟,率先垂范进行了首场企业文化示范宣讲。

赵金刚饱含深情地回顾了豫光集团近 70 年来艰苦奋斗的发展历程,深入剖析了豫

光集团当前的发展形势与面临的机遇挑战,充分肯定了豫光团队这个最大的优势和最宝贵的财富,憧憬、畅想百年豫光的宏伟蓝图,并对公司履行国家战略使命的实践路径、未来豫光的发展道路做了深刻而清晰的阐述,为公司实现“双一流”“双千亿”的战略目标指明了方向。

赵金刚围绕“我与豫光”展开分享,从“豫光是什么,从哪里来,往哪里去”阐释企业定位、发展历程与目标,提出要畅想百年豫光,冲击世界 500 强。他强调“我是豫光的底气”,面对行业寒冬,豫光团队是底气所在,需以六好经营策略应对挑战。他还指出“我是豫光的未来”,豫光优势众多,团队是最大优势。此外,赵金刚着重解读 2025 版企业文化核心理念,倡导忠诚、信任、奋斗、共赢,激励员工为实现百年豫光梦拼搏。

任文艺主持发布会,并就企业文化宣贯的实施提出,各单位要高度重视企业文化建设工

作,按照公司宣贯要求,组织好宣贯学习和讨论,确保宣贯工作取得实效,尽快在全公司掀起企业文化核心理念宣贯热潮,形成浓厚的文化氛围,将企业文化的“软实力”打造成企业高质量发展的“硬支撑”,为圆满完成全年目标任务打下坚实基础,为奋进双千亿新征程凝聚奋斗力量,为有色行业高质量发展展示“豫光担当”,为中国式现代化做出豫光贡献。

会上,颁布了《河南豫光金铅集团有限责任公司企业文化核心价值理念纲要》。纲要以企业精神、使命、愿景、价值观、发展理念和六个支撑理念为主要内容,明确了豫光集团所倡导的行为准则,引领公司全体员工将核心价值理念内化于心、外化于行、固化于制、显化于实,将企业文化优势转化为生产经营的丰硕成果和企业高质量发展的竞争优势。

为确保企业文化核心理念深入宣传贯彻到全体职工,公司精心筛选了政治素质好、理论水平高、宣讲能力强的宣讲骨干力量组建

了企业文化宣讲团。其中包含全国五一劳动奖章获得者、公司企业文化总监、河南省最美职工、河南工人大思政课名师、中原大工匠、公司劳动模范等企业文化先进示范人物,从 5 月份起,公司将通过宣讲团深入讲、媒体平台互动讲、文化活动创新讲等多种宣讲方式,深入基层广泛开展对象化、分众化、互动化的宣讲,围绕公司发展规划、企业管理、新材料产业、合金制造、自动化改造等方面,从宣讲团的视角发表自己的观点,畅谈豫光的企业使命、愿景和核心价值理念。

学习宣传贯彻企业文化核心理念,将在全公司范围内促进企业文化新体系的认知认同、践行深植,引领广大员工坚定文化自信、增强文化自觉,不断将企业文化融入企业生产经营管理全过程,融入全体员工的具体实践工作中,以文化力增强凝聚力、激发创新力、提高竞争力,为豫光集团实现“双一流”“双千亿”的战略目标,提供思想保障。

双汇熟食 SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

广告

山西特产 霍州年馍

中国年馍之乡

“舌尖上的美食” “指尖上的艺术”

联系电话:18534090188

霍州市农村集体经济发展有限责任公司