

扭转我国缺少重型动力总成核心技术局面

## 潍柴动力发布卓越动力系统

**本报讯** 1月8日上午,2018年度国家科学技术奖励大会在人民大会堂召开,隆重表彰2018年度国家科学技术奖获奖者。潍柴动力“重型商用车动力总成关键技术及应用项目”荣获国家科技进步一等奖,这也是2018年度全国机械行业唯一一个科技创新一等奖。当天下午,潍柴在北京举行潍柴动力13G发布暨卓越动力系统上市仪式,推出了中国商用车动力总成的最高配置,潍柴称这将重新定义中国商用车新标准。

潍柴动力此次获奖项目“重型商用车动力总成关键技术及应用项目”,是潍柴动力自主创新的一大力作。其动力总成,由潍柴发动机、法士特变速器和汉德车桥组成,是重型商用车的核心和关键。基于动力总成一体化的思想,在动力总成运行规律、整车道路排放控制、系统可靠性开发与评价、专业化研发与制造等四个方面实现了技术创新突破。

为了推动项目研发进程,近10年潍柴发动机板块累计研发投入150多亿元,并在潍坊、上海、济南、西安和美国芝加哥、德国亚琛、日本东京等地搭建起全球协同研发平台,与全球知名科研院校、企业建立深度合作,整合全球资源,协同技术研发,最终开发出全系列重型商用车动力总成产品,形成了大批量、多品种、个性化、高品质的独特优势,实现了向客户单一提供发动机转向向客户提供动力总成系统的跨越。该项目彻底扭转了我国缺少重型动力总成核心技术的困局,支撑自主品牌重型车独占国内市场99%的份额并批量出口,形成了我国重型商用车动力总成在全球的竞争优势。

据介绍,潍柴动力此次发布的13G暨卓越动力系统搭载了具有最先进指标的潍柴13G加强版发动机,以及最优配置的法士特1810集成化AMT自动变速器和汉德HDZ425单级减速驱动桥。其中,潍柴动力13G加强版发动机进一步挑战可靠性和寿命新高度,B10寿命180万公里,保养里程12万公里,功率最高可达650马力,最大扭矩2650N·m,最大扭矩转速延伸至950r/min,其可靠性、油耗、噪音、轻量化等指标均领先行业竞品,该款卓越动力系统,实现了动力性与经济性的最佳匹配,将以高端指标、高可靠性和高品质,为客户提供最具竞争力的产品,持续引领未来大马力商用车的发展方向。
(红宏)

## 中国首个大型平价上网光伏项目正式并网发电

**本报讯** (记者徐满)中国首个大型平价上网光伏项目日前在青海格尔木正式并网发电。据悉,这座建在“世界屋脊”上的光伏电站,由中国三峡集团新能源公司投资建设,总装机规模500兆瓦,占地771公顷,总投资约21亿元,是国内一次性建成规模最大的“光伏领跑者”项目,也是中国首个大型平价上网光伏项目,项目平均电价0.316元/千瓦时,低于青海省火电脱硫标杆上网电价,开创了国内光伏平价上网的先例。

据中国三峡集团方面介绍,光伏“领跑者”计划,是由国家能源局主导实施并直接管理的新能源建设项目,旨在促进光伏发电技术进步,产业升级和成本下降。以光伏为代表的能源实现平价上网后,将从补充性能源变成替代性能源,并逐步走向能源舞台的中央。近年来,国家能源局进一步推动技术进步和非技术成本的降低,加速新能源补贴退坡进程。青海省委、省政府、海西州委、州政府将资源优势转化为产业优势,不断培育壮大新能源产业,全面创建绿色能源示范区。青海省发改委、能源局、国网青海省电力公司等单位推动成立了青海省新能源大数据创新园区,搭建了技术先进、功能完善的集控平台,提供技术支持和调度业务协调,保证了电站的快速接入和安全稳定运行,共同将格尔木项目打造成为推动我国能源转型升级的“青海样本”。

三峡集团充分发挥自身技术、管理、人才优势,有效利用当地丰富的太阳能资源,主动创新项目开发模式、创新技术引领模式、创新工程建设模式、创新共享发展模式,历经4个月实现并网发电。项目全部投产后,将每年向社会提供约10亿千瓦时清洁电力,能够满足约63万户城乡家庭的用电需求,相当于节约煤耗约31万吨,具有显著的经济效益和生态环境效益。

## 北纬49度的露天矿春节不停工

本报记者 刘 静

“我们矿一年365天、每天24小时生产,大年三十都不停工。”距我国东北部边陲城市满洲里30公里外,呼伦贝尔草原的腹地新巴尔虎右旗境内,有一座名为乌努格吐山铜钼矿,简称乌山铜钼矿”。该矿位于北纬49度,是中国黄金集团在我国高纬度地区的第一个大型铜钼矿,是我国纬度最高的露天有色金属矿,也是同一纬度唯一一个全年施工的露天矿山。

在露天采矿现场和维修车间,总能看到一个身影,他就是乌努格吐山铜钼矿项目经理刘海军。在他的带领下,乌山铜钼矿创造高寒地区18个月完成基础建设,投产后6个月实现达产达标的业绩。

2007年,中铁十九局矿业公司的一群建设者来到草原。这年里施工周期不到5个月。为确保混凝土搅拌设备等大型机器在低温下正常运转,电热毯、棉被统统上阵,裹在设备外圈,搭建暖棚,大家还摸索出用沙子和水加热搅拌的方法。2008年底终于迎来了生产期。

这里,冬季时间漫长,平均气温低于零下20℃,最低气温达零下52℃。采场生产的季节性冻层爆破,开挖问题直接影响施工进度。对此,该项目自2011年开始便成立技术小组,对高寒地区冻土爆破课题进行攻关。经过无数次的现场实验、分析对比,调整方案,“冻土爆破技术创新项目”获得成功,攻克了零下40℃严寒气候下的冻土开采问题。

乌山铜钼矿以东20公里,是烟波浩渺的呼伦湖。矿山用水,直接从呼伦湖引水最方便了,然而该项目却从更远的满洲里市引来了城市废水。矿区所在草原属半干旱地区,且土层很薄。乌山矿在开工之前就把手部的地表腐殖土剥离、堆存,累计堆存90多万立方米,以确保以后草原生态面貌的恢复。

草原种树,有“一年绿、二年黄、三年就进锅炉房”之说。可是在乌山项目,建矿伊始就大力植树种草,引进白杨、樟子松等适合寒冷干燥地区的树种6万余株,硬是打造出一座“花园式矿山”。乌山项目部特别注重营林绿化,项目部组织员工利用休息时间,在院子外种丁香、桃树、落叶松等植物200株,在办公楼后种植白杨树400多株。

项目部建起了“农庄”。职工还利用复植土开垦了10亩菜地,播种土豆、黄瓜、西红柿、大葱、韭菜等蔬菜,去年仅土就收了1万多斤,打造成了一个花园式矿山。

在乌山奋战一晃已十年,刘海军告诉记者,今年春节依然将在工地上过。

“银发潮”来袭,养老地产迎来万亿级蓝海,但因回报周期长房企短期难盈利,养老地产仍难摆脱“卖房”嫌疑——

# 只有“地产”没有“养老”,养老地产如何回归服务本质

本报记者 黄仕强

近年来,随着中国社会老龄化程度的加剧,“银发”市场得以迅速扩张。其中,养老地产更是被地产商们称为“夕阳下的朝阳银发市场”。

然而,在养老地产概念被炒得火热的同时,由于回报周期长、盈利难等原因,让习惯于高周转和高利润的房企陷入了两难的境地。一些购买了新建“养老小区”“老年公寓”房子的老人们慨叹,“养老”只是噱头,卖房才是本质。

<b>养老地产“钱景”可期</b>
<p>“随着我国老龄化程度的加深,未来养老产业将大有可为。”日前,多家在渝房企的相关负责人向《工人日报》记者透露,他们所在的企业今后的房开工程,很大程度上将着眼于“养老”,抢占重庆的“银发”市场,争取摸索出一条能回笼资金、持续盈利的模式。</p> <p>记者了解到,重庆是西部地区第一个进入老龄化社会的城市。根据重庆统计年鉴显示,预计到2020年,重庆60岁以上总人口将超过800万人,即全市户籍人口的23%均为老龄人口。因此,重庆的养老地产市场将是一块规模庞大的“蛋糕”。</p> <p>全国老龄办《中国养老产业规划》报告披露,到2030年我国养老服务业市场的总产值将突破10万亿元大关。未来10~15年将是养老产业发展的黄金时期。</p> <p>“养老地产其实不算特别新潮,其概念的诞生可以追溯到10多年前,只是以前有点不温不火。”重庆一地产企业的销售部门负责人余骅告诉记者,2008年,保利就曾派出高层奔赴国外考察养老地产,到2013年初,保利首个养老地产试点项目——和燕会老龄公寓顺利落地并展开运营。期间,大大小小的地产企业纷纷开始“试水”,近年来,伴随国家政策的支持,养老地产又取得了较大规模的发展。</p> <p>据不完全统计,全国已有80家地产商进军养老地产领域,公开信息披露的养老地产项目达百余个。除龙头房企踊跃入场外,一些中小房企也纷至沓来,成为养老地产领域中的重要构成。</p> <p>“从2017年开始,很多做得好的养老公寓已经是一房难求。所以这种情况下,它的资产证券化的一些项目,基本是可期待的。”全联房地产商会名誉会长聂梅生曾表示,随着老龄人口的急剧上升,养老产业一定会成为下一步的朝阳产业。</p> <p>还有业内人士分析称,我国逐渐迈入老龄化社</p>

会已是毋庸置疑的事实,房企、保险公司等涉足养老地产,实际上是布局了一个万亿级经济蓝海。

<b>“养老”是噱头,“卖房”是本质</b>
<p>尽管当前养老地产大火,各地以“养老”为宣传口号的项目遍地开花,但对于一些受此吸引的老人们来说,养老地产有点名不副实。</p> <p>今年67岁的傅明东(化名),是重钢集团的退休职工。因为他和老伴年龄都大了,不能长时间吹空调,但重庆的夏季又特别炎热,退休后,每年夏季就会到贵州或湖北等地去避暑。</p> <p>两年前,傅明东的儿子给他时在湖北利川买了一套小户型公寓,并告诉他,该公寓有很成熟的配套设施,还有专门考虑到老年人养老的需求,设有一些针对老人的服务。</p> <p>“去年夏季,我和老伴到了那里后,发现一点都不方便,之前承诺的配套设施也不见踪迹,更别提针对老人的医疗、家政等服务,买点菜还要坐十几分钟的车。”傅明东称,该公寓对外一直打的旗号都是“避暑圣地,养老的不二选择”,“所谓的养老地产,其实就是卖房子,养老只不过是噱头罢了。”</p> <p>采访中,记者发现,不少人对养老地产颇有微词。他们认为,地产公司自己都可能没弄清什么是养老地产,也没有把老人真正的需求放在心上,只要房子卖出去了,就万事大吉了。</p> <p>事实上,这些年,房企打着“养老”名义卖房子的做法已是屡见不鲜。在业界专家看来,养老没错,地产没错,养老地产也没错,错的是开发商打着养老的名义借助政策的支持来大搞圈地活动,完全不知养老地产该怎么做,只知道拿地盖房子卖房子。</p> <p>北京房地产协会秘书长陈志曾公开表示,由于定位不明,现阶段养老地产只是贴上了不同的标签,以不同形式卖房,并没有摆脱传统房地产开发的本质。</p> <p>对此,重庆一本土房企的相关负责人则表示,对从事养老地产开发的企业来说,不卖房很难盈利,而卖房又背离了做养老产业的初衷,房企也处在两难的境地。“面对这么大一块‘蛋糕’,地产企业不可能不动心,但又苦于国内没有真正成功的商业模式可以借鉴,传统房企做养老地产也是在‘摸着石头过河’,起码还需要5年以上的成长期。”</p>
<b>需转变为“养老服务”</b>
<p>当前,虽然众多房企纷纷抢滩打造养老产品线,</p>



### 把年味提前带回家

对过年的憧憬,是从置办年货开始的。1月13日,上海新雅粤菜馆开启第二届年货大联销,多家老字号联手开展年货大促销,六大类200余款各式产品应有尽有。柜台排起长龙,沪上消费者争先恐后购买年货,把年味提前带回家。
东方IC供图

厚植国际产能合作的深度与广度

## 有色金属企业在“走出去”中擦亮中国品牌

本报记者 蒋 茜

从2000年提出“走出去”战略,再到“一带一路”倡议的提出,一大批优秀的中国有色金属企业走出国门闯世界,加速了中国特色工业与世界的融合。在这中间,涌现出中国五矿、中国有色矿业集团、中国恩菲等一批在国际舞台崭露头角的企业。

回首走出去的第一步,似乎都格外艰难。中铁资源集团有限公司总经理孙瑞文就是最早一批非洲矿产资源开发领域的拓荒者。在非洲十年,创业初期他带领员工在原始森林开始矿区基础设施建设。最艰难的时候,住过没有窗户的茅草屋,罹患疟疾10多次。但他没有退缩,坚守在建设工地上。

面对地质条件复杂、储量近千万吨的世界级特大矿山以及当地电力严重不足、采剥设备落后的基础设施,孙瑞文和班子一起研究提出有效方案,解决了“投资大、基建量大”和“采矿难、采坑排水难”等难题,有效缓解了项目初期资金和建设压力,把“不可能”变成了“可能”。

与大多数有色金属企业扎根非洲不同,洛阳栾川钼业集团公司先后斥巨资完成对澳大利亚北帕克斯铜金矿、刚果(金)铜钴矿和巴西妮磷矿等世界级优质资源的并购整合。“矿业投资具有

周期性和长期性,需要打阵地战、持久战。”洛阳栾川钼业集团公司董事长李朝春表示。

这家企业并未贸然实施海外并购。2007年到2012年,大批中国企业纷纷走出去收购海外矿产资源并达到收购高峰。此时,洛阳栾川钼业管理层则提出矿业的冬天即将来临的判断。基于此,公司将重点放在剥离非核心资产、出售低效资产以回笼资金上。蛰伏是为了等待最佳的机会。2013年,该公司从矿业巨头力拓手中收购澳洲NPM铜金矿。“矿业投资要耐得住寂寞,经得起诱惑,但是当机遇来临时‘该出手时就出手’。”李朝春说。

在近日报《中国有色金属》杂志主办的第二届中国有色金属工业境外资源开发战略风险防范与控制高峰论坛上,中国五矿集团有限公司等10家企业获得“中国有色金属工业境外资源开发战略功勋企业”荣誉称号,孙瑞文等10人被评为“中国有色金属工业境外资源开发战略功勋人物”。

对于走出去的有色金属企业来说,通过团结协作,形成“一加一大于二”的合力至关重要。就如何更好地推动境外资源合作,中国有色金属工业协会会长陈全训表示,要抢抓战略机遇,扩大境外资源合作范围。充分利用当前市场调整的时机,通过多种方式,提升境外资源开发利用总量,扩大境外资源开发利用品种,厚植国际产能合作的深度与广度。

陈全训认为,不仅业内要加强团结协作,跨行业更要相互协同,形成不同投资主体合作、产业资本与金融资本深度融合的良好格局,共同开发利用好公路、铁路、港口、电力、水资源等基础设施,形成合力,组成风险共担、利益共享的联合体。

对海外投资的企业而言,还有关键的一点就是要在境外擦亮中国品牌、树立中国形象。陈全训表示,一定要依照所在国法律与国际惯例运作,不卷入所在国的政治纷争,不参与任何党派活动,尊重彼此的文化、宗教、信仰和社会制度,坚持用对话协商和法律谈判解决争端和分歧,切实维护所有员工权益,促进所在国的经济社会繁荣稳定,进而树立好中国企业的国际形象,讲好中国故事,擦亮中国企业品牌。

中国是一个贫钴国。2003年,浙江华友钴业公司董事长陈雪华大胆进军遥远而陌生的非洲,来到了全球钴原料的主产地刚果(金)。

刚果(金)作为世界上少数几个最不发达国家之一,粮食不能自给自足,发展农业和解决粮食问题是当地政府亟待解决的头等大事。2012年,华友钴业公司出资800万美元与刚果(金)卢本巴希大学、浙江大学合作建设华友刚果现代农业示范园区,为提升当地农业生产技术、解决粮食问题创造了条件,被联合国粮农组织列入技术合作项目。这也展示了中国企业的形象,赢得了赞誉。

只有“地产”没有“养老”,养老地产如何回归服务本质



东方IC供图

产业存在信任危机……”重庆大渡口区一街道工作人员坦言,人们对地产企业存有成见,因为确有房企给业主的承诺未兑现的情况发生,因此,很多养老项目及政策难以落地。

针对养老地产如今面临的困局,地产界人士认为,对于传统房企来说,要进军养老产业,打造真正的养老地产,首先要完成“地产人”到“养老服务人”的角色转变,争取在政府支持和企业运营双管齐下的基础上,将“养老地产”转变为“养老服务”,实现老人的“老有所养”以及让企业能回笼资金和利润增长。

“养老地产回归养老需求的实质是房企如何提供养老服务。”在重庆资深地产人许波看来,养老地产核心也在于服务运营上,但中国养老服务运营公司的流程体系、人才培养方面较为薄弱,各区域经济发展水平、人群消费层次和服务需求不尽相同,因此,选择适配产品与运营模式,将决定项目落地,而如何提供人们真正需要的养老服务将决定项目能否走得长久。

## 四年翻番 吉利2018年旗下品牌总销量超215万辆

**本报讯** 1月14日,吉利传出信息:2018年,吉利控股集团旗下各品牌累计汽车销量超215万辆,同比增长18.3%。从2015年至2018年的四年中,吉利控股集团旗下汽车品牌销量从100余万辆迅速提升至200余万辆,实现跨越式发展。

吉利称,4年销量翻番的背后,是吉利全球化布局、协同效应突显的成果;是以技术驱动创新,以创新驱动发展,追求高质量的转身;是稳步向全球创新型科技企业转型,打造智慧立体出行生态的前瞻布局。

吉利表示,2018年,吉利控股集团旗下各汽车品牌实现逆势增长。沃尔沃汽车集团全年销量约64万辆,同比增长12.4%,连续第五年创全球销量纪录,也是历史上首次突破60万辆大关。同年,沃尔沃汽车美国工厂投产,未来几年将创造约4000个新的工作岗位,从而完成横跨欧洲、中国、美洲三大市场的全球制造布局。吉利汽车2018年全年累计销量达150万辆,同比增长长约20.3%,位居中国品牌乘用车销量第一。

200万辆体量之上,是整合资源、发挥协同效应的体系能力的竞争。自2010年并购沃尔沃以来,吉利不断强化各品牌之间协同的内生力。目前,吉利旗下5个乘用车品牌(吉利、沃尔沃、领克、宝腾、路特斯)正在布局内部多品牌联合采购,建立全球化采购供应链体系,逐步成为中国第一个走出去做全球化采购供应链体系的整车企业。同时,在中国、美国、英国、瑞典、比利时、白俄罗斯、马来西亚等地建有现代化汽车整车和动力总成制造工厂,在全球100多个国家拥有各类销售网点超过4000家。

吉利表示,旗下的各企业依然是相对独立,协同发展。大家各自围绕自己的用户,围绕自己的品牌定位,积极参与市场竞争,努力争取更多市场份额,但在一些基础技术研究,基础架构开发等方面寻求协同,最大限度共享集团资源,降低各自成本,为用户创造更多价值。(东升)

## 第七代天籁ALTIMA上市 “智行2022导入计划”发布

**本报讯** 近日,第七代天籁ALTIMA上市,同期,东风日产发布“日产智行2022导入计划”,推进智能驾驶、智能动力创新深化和落地。预计2022年,东风日产将导入10款日产智能科技车型。

“日产智行将以全新的速度、广度和深度,融入未来出行生活,改变人与车的关系,让车成为人的伙伴。”东风日产乘用车公司总经理埃尔顿·谷硕表示。据介绍,在智能驾驶方面,以ProPILOT智控领航技术落地为开端,逐步实现自动驾驶技术从L2至L3进化;随着智能动力技术的导入,e-Pedal一体化智控踏板技术也将引入中国;到2020年,将持续投放4款L2级别自动驾驶汽车;2021年,实现L3级别自动驾驶汽车量产。智能动力方面,随着Zero Emission,VC-TURBO智控引擎,e-POWER等先进动力技术的导入,保持电动化及内燃机领域领先地位;继2018年轩逸·纯电上市后,到2022年还将投放3款全新的Zero Emission纯电动汽车。

据悉,市场指导价17.98万元~26.98万元的第七代天籁ALTIMA搭载智动控制辅助驾驶系统ProPILOT智控领航,可实现0~144km/h车速范围内自适应巡航;同时,第七代天籁拥有多达11项NISSAN i-SAFETY智能主动安全系统,同级别最全面的主动安全辅助配置。
(于子豪)