

科学发展非钢产业 强力推进动能转换

近年来，钢铁工业作为国民经济的重要基础产业，面临着市场需求下降、原燃料价格高企、钢材价格低位运行、环保和人力成本上升的发展局面，钢铁企业面临较大的经营压力。在此形势下，实施多元化发展，大力发展非钢已成为众多钢铁企业加快新旧动能转换，寻求利润新增长点 and 增强抗风险能力的重大战略。

在钢铁企业积极探索发展非钢产业的道路上，部分企业已实现在贸易、物流、金融、能源、环保、信息化、深加工、装备制造等非钢领域产业延伸，优秀钢铁企业非钢产业营收占集团总营收比例超过30%。特别是中国宝武、河钢集团等重点钢铁企业已将非钢产业发展提升到战略高度，不再将非钢产业视为传统意义上为钢铁主业生产服务的“辅业”，非钢产业不断发展壮大。

河钢集团坚持高端化、智能化、绿色化发展，纵向推进钢铁产业链条向高端制造延伸，横向推进同类业务结构性重组，加快实现“钢铁向材料、制造向服务”转型。河钢集团以钢铁制造为基础，大力发展非钢产业，主要涉及新兴产业、海外事业、金融服务三个产业板块。新兴产业方面，河钢聚焦新材料、新能源、新一代信息技术，加快培育和发展工业技术、工程技术、数字技术、工业贸易等战略性新兴产业和现代工业服务产业；重点业务公司包括：河钢国际物流、河钢国际贸易、工业技术公司、大河能源环科、大河装备、大河化工等。海外事业方面，在“一带一路”国家重点实施了一批战略性支持项目，形成了全产业链、全球化布局的海外事业发展格局；重点业务公司包括：河钢南非矿业、河钢塞钢、河钢德高公司等。金融服务方面，以产融协同为主线，持续推进产业资本的金融化与金融资本的产业化；重点业务公司包括：河钢财务、河钢租赁、河钢保理、河钢售电、河钢碳资产、河钢财智云等金融和类金融公司等。

钢铁企业发展非钢面临的问题

非钢产业发展基础相对较弱现阶段，以钢铁制造为主营业务的钢铁企业，自身非钢产业基础

弱，加之对非钢产业在资金、人力资源、技术支撑等方面的支撑仍较为有限，使得非钢产业子公司普遍呈现小、散、弱等现象，且非钢子公司过分依赖集团内部市场，对外市场开拓能力偏弱，抗风险能力不高。

非钢产业战略不清晰。从钢铁企业发展非钢的实践看，钢铁企业内部非钢产业子公司主要是从钢铁相关多元业务发展而来，而非钢产业在市场规律、发展理念、发展战略体系等方面与钢铁行业存在巨大不同，使得企业面临科学决策非钢产业发展难题，部分大型钢铁企业集团也较少进行非钢产业战略发展问题的系统研究，非钢产业总体发展战略较为模糊。

集团管控运营机制待优化。大型钢铁企业往往参与的非钢产业类型多，各业务层面存在产业板块未整合、未实现集团化运营、产业经营层面资源配置不合理等问题，影响效率提升的体制机制等问题也未引入到非钢战略规划中，对新时代下产生的新技术、新模式、新业态、新产业等应用较少。

非钢产业化人才相对匮乏。钢铁企业内专门从事非钢产业研究的人员占比不高，多元化、专业化的人才严重缺乏，产业发展所需的人力资源保障有待提高。

钢铁企业非钢产业发展建议

统一规划发展理念。钢铁企业传统钢铁规划思路是以金属平衡图为核心，按照钢铁冶金生产流程，规划钢铁产业发展。由于产业间的差异，发展非钢产业应创新发展思路，按照“紧跟时代步伐，掌握发展规律；学习行业标杆，做强优势产业；聚焦发展重点，明确战略目标；突出规划引领，重在体制创

新”的发展理念，并结合新质生产力、绿色低碳、科技创新、智能制造、高质量发展等时代主题，把握企业发展规律，通过专业化+多元化+产融结合的发展路径，以做优增量、调整存量为目标，横向耦合、纵向延伸产业链，提升集团价值创造能力，并鼓励企业开展机制体制创新，混合所有制，三项制度改革，激发员工活力，鼓励企业新技术、新模式、新业态和新产业蓬勃发展，打造全产业链资源整合+服务+金融，不断提高企业价值创造能力。

构建非钢产业矩阵。钢铁企业应构建非钢产业矩阵，形成钢铁企业非钢战略发展体系的重要工具和方法论，按照“非钢+战略”“产业+管理”思路，根据行业吸引力及企业竞争力分析方法，描绘非钢产业矩阵，提出“做强核心产业、培育新兴产业、调整维持产业和退出低效产业”的发展路径思路，形成从战略分析、战略描述、战略目标、战略路径，到落地实施举措的系统架构。

实施管理优化提升。在产业规划管理体系方面，按照各产业板块的规划思路，从各产业公司发展现状、规划目标、规划举措、项目实施、经济评价等方面，系统阐述各非钢产业战略发展的主要内容，整合各产业相关资源，形成钢铁企业总体非钢产业战略体系。

推进四新业态发展。结合新时代发展形势，坚持推广非钢产业“新技术、新模式、新业态、新产业”，改变钢铁企业非钢产业子公司传统发展方式，根据“微笑曲线”理论，推进企业“研发设计+销售服务”模式，非钢产业公司的发展不应仅仅局限于制造加工领域，要根据企业发展实际，探索构建全产业链体系，实现从低利润空间的制造型向更高利润的服务型转变，提升企业盈利水平和抗风险能力。

坚持实施一业一策。钢铁企业各非钢板块子公司的发展规划应综合考虑所在行业的发展现状、区域竞争情况、行业发展趋势等，结合非钢各产业的发展规律，按照“一业一策”科学制定规划，并在生产经营、人力资源、科技研发、绩效考核等方面精准施策，构建符合产业和企业发展的制度管理体系，通过优化制度流程，为非钢产业的可持续发展创造条件。（内容来源于冶金工业规划研究院）

印度钢铁制造商 大举投资扩建提高钢铁产能

■据世界金属导报 目前，印度钢企正在实施建设项目，来满足该国日益增长的钢铁需求。在今年9月之前，塔塔钢铁公司开始运营奥里萨邦卡林加纳加尔钢厂的2号高炉，这是将该钢厂年产能提高500万吨的扩建项目的一部分。在扩建项目中，塔塔钢铁公司于2022年底开始运行一座产能为600万吨/年的球团厂，并于2023年初开始在一座新的冷轧工厂生产冷硬卷。塔塔钢铁公司的扩建项目还包括一个即将投产的转炉炼钢车间，同时提高热轧卷产能。

目前的扩建阶段完成后，塔塔钢铁公司打算在该厂区进行第三期开发，将产能从800万吨/年提高到1300万吨/年。

7月底，京德勒西南钢铁公司在卡纳塔克邦维杰亚瓦达钢厂投产一座转炉，该转炉是新增500万吨/年产能计划的一部分。与此同时，

该公司还将投产一座烧结炉。8月下旬，该公司配备两座转炉的500万吨/年的炼钢车间开始运行。京德勒西南钢铁公司还批准了一项计划，将马哈拉施特拉邦多尔维钢厂在第三发展阶段的产能扩大到1500万吨/年，工程计划于2026年投产。

4月，达涅利康力斯公司承接了安米/日本制铁印度公司一份订单，为其位于安德拉邦维沙卡帕特南的生产基地提供一套400万吨/年的球团设备。该项目是古吉拉特邦哈吉拉综合钢厂扩建计划的一部分，旨在将其产能提高到1500万吨/年。去年四季度，安米/日本制铁印度公司在冷轧综合设施项目中投产一条50万吨/年的4号热浸镀锌线，计划于2024年全面投入运行。根据该公司的声明，到2029年，计划将哈吉拉综合钢厂的产能提高到2400万吨/年。

新材料新技术

重量轻60%以上：

POSCO推出垂直起降机场用轻型钢垫

■据信息资源网 近日，POSCO宣布，公司已推出一种轻型钢制起落垫，专门用于建筑物上的垂直起降机场。

该新型起落垫由薄型钢板及泡沫甲板制成，比传统起落垫轻60%以上的同时，仍具有卓越的刚性、耐腐蚀性和可用性。该垫层采用模块化设计，无需浇筑混凝土即可轻松组装和拆卸，施工速度快且搬迁简单。在成本方面，也比铝垫更经济，价格只有铝垫的一半，但在重量、强度和耐腐蚀性方面与铝垫不相上下。

今年6月，在乐天建设开展的城市空中交通示范项目（位于全罗南道Goheung的航空中心）中，该产品接受了严格的测试，在直升机反复起降的过程中，验证其高强度以及减少噪音和振动的有效性，并且在该项目中，POSCO仅用三名工人和一辆叉车在8个小时内就完成了安装，而拆卸仅用了2个小时。

超大型一体化：

大同特殊钢推出压铸模具钢新品

■据世界金属导报 自2024年9月起，日本大同特殊钢公司开始销售一体化压铸热模具钢DHA-GIGA。与传统模具钢相比，DHA-GIGA显著提高了超大型一体化压铸模具所需的淬透性，减少了使用中的开裂问题，使超大型压铸模具的使用寿命更为稳定，有助于降低大型压铸件的总成本。超大型压铸模具用钢是日本首发产品，此前已在中国市场销售，并逐步在日本和其他地区进行推广，同时在北美、欧洲、韩国和中国台湾申请专利。

传统压铸产品的模具及其压块尺寸最大厚度不足450毫米，重量不足2.0吨，而一体化压铸工艺使用的模具最大厚度为650毫米，重量大于2.0吨。随着压块尺寸的增大，由于淬透性不足，传统模具钢很难确保足够的材料性能，从而使得在铸造使用

过程中因断裂而缩短模具寿命。

DHA-GIGA通过提高淬透性，确保超大型压铸模具中心部位的高韧性，并有效抑制铸造使用过程中的开裂。DHA-GIGA采用了适合超大型模具尺寸的化学成分设计，在模具淬火和冷却过程中显著抑制了粗大贝氏体组织的生成，淬透性比普通热作模具钢JISSKD61同类钢材高出约4倍。淬透性提高后，即使在大型模具中，从表层到中心部位都能获得细致、良好的金属组织，并能确保高韧性，抑制铸造使用过程中的开裂。通过抑制裂纹，可以减少模具的维修和更换，有助于降低大型压铸件的总成本。

在中国市场，大同特殊钢与无锡顶锋日嘉金属制品公司合作建立了供货系统，充分利用大型热处理设备和独有的热处理工艺来满足一体化压铸的需求。

汽车天地

比亚迪下线 第900万辆新能源汽车

■据新华社 日前，比亚迪集团第900万辆新能源汽车下线。下线车型为百万级纯电性能超跑仰望U9。作为全球首个达成第900万辆新能源汽车下线的车企，比亚迪为中国汽车工业树立了里程碑。值得一提的是，距800万辆新能源汽车下线，仅仅过去2个多月，比亚迪再次创造了在新能源赛道的“加速度”。

2024年比亚迪汽车销量持续创新高，上半年新能源乘用车销量达160.7万辆，稳居全球新能源汽车销量第一。仰望作为比亚迪旗下百万级高端新能源汽车品牌，品牌高端化进程不断取得新成就。

此次下线的第900万辆新能源汽车——仰望U9，堪称中国汽车工业的皇冠明珠，集颠覆技术、极致性能、顶尖工艺、极高品质于一身，开启纯电超跑新体验，在全球汽车历史上刻下了属于中国超跑

的璀璨印记。

今年8月，仰望U9正式交付。基于易四方、云辇-X两大核心技术和在新能源领域取得的其它突破，科技解锁超跑新玩法，U9让更多人体验到了极致的超跑性能和赛车文化，而卓越的品质是呈现极致体验和精准驾控的基石。

为满足U9超高性能和品质要求，仰望在深汕建设了U9高标准专属工厂，这也是国内首个新能源超跑专属工厂。U9作为国内首次运用碳纤维车身结构件的量产车型，使用了目前全球最大的单体壳碳舱，其采用的碳纤维材料，强度达到钢的5到6倍。

每一次百万下线的达成，都是比亚迪刷新中国速度的勋章。仰望作为比亚迪旗下的高端品牌，正以科技驱动打造中国豪华汽车，开启中国新能源汽车高端品牌的新征程。

信息动态

鞍钢矿业获批铁矿石期货交割资质

日前，鞍钢矿业公司被大连商品交易所（简称“大商所”）增设为铁矿石品种指定厂库并被授予铁矿石期货交割资质，成为鞍钢集团首家获得坑口交割仓库资质的企业。此举标志着鞍钢集团布局金融衍生品业务迈出重要一步，将进一步提升企业在矿产资源行业的产品影响力和综合竞争力。

国内首款高强度变压器壳体用钢 在首钢京唐生产

近日，首钢成功研发出国内首款高强度变压器壳体用钢，并在首钢京唐实现工业量产。变压器是电力系统中至关重要的设备，传统变压器壳体普遍采用Q235、Q345级别钢材。随着绿色低碳技术的发展，轻量化变压器需求增加，其不仅有助于提升运力、降低能耗，还能降低成本，带来直接的经济利润。

攀钢彩涂产品在华南区域销量 同比增长5倍

今年1至8月，攀钢彩涂产品在华南区域销量同比增长超5倍，创历史最好水平。今年以来，受工程项目减少、出口减弱双重影响，彩涂产品市场需求不及预期，攀钢国贸公司加大了彩涂产品市场推广力度。在家电彩涂产品推广认证过程中，攀钢国贸公司加强与国内知名家电生产企业在洗衣机生产用料方面的合作，从洗衣机前封板入手，打通供货流程，掌握客户需求工艺特点，持续完善运输及包装方案，一边抓供货，一边推进认证，不断拓宽彩涂可供范围。

湘钢美标5Ni钢实现国内首次应用

近日，湘钢美标5Ni钢成功交付LPG储罐，实现了该产品的国内首次应用。美标5Ni钢作为高性能特殊钢材，具备优异的耐腐蚀性能、良好的强韧性配比，负140℃环境下仍具优良冲击性能，钢板表面质量极为严苛。截至目前，湘钢Ni系钢供货已突破上万吨，实现了压力容器用钢从中低端到高端品种全覆盖，极大地拓宽了板材品种范围，提升了高端产品市场竞争力。

山西建龙畜牧板与自清洁板新品开售

近日，山西建龙彩涂卷板两款新品——畜牧板与自清洁板开售。这两款产品以其独特的应用价值和卓越的性能表现，引领了彩涂板的创新潮流。畜牧板涂装装备丽朋系列底漆和面漆。漆膜外观正常，光泽度恰到好处，百格测试水煮前后不掉漆，反向冲击也不掉漆，耐划伤能力、耐MEK擦拭、T弯测试表现优异。自清洁板使用威士伯自洁聚酯涂料。在水接触角测试中，平均值符合国标要求，具有良好的亲水性；在耐污性能测试中，色差结果达标，具有强大的耐污污能力。

今日关注

国外钢企公布第二季度和上半年财报

■据不锈钢及特种合金联盟 安赛乐米塔尔：安赛乐米塔尔2024年第二季度销售额162.49亿美元，上年同期为186.06亿美元。季度营业利润10.46亿美元，上年同期为19.25亿美元。季度归属母公司股东净利润5.04亿美元，上年同期为18.6亿美元。上半年销售额325.31亿美元，营业利润21.18亿美元，归属母公司股东净利润14.42亿美元。

日本制铁：日本制铁截至2024年6月30日的第一财季营收21915.09亿日元（约150亿美元），上年同期为21997.86亿日元。季度营业利润2369.77亿日元，上年同期为2487亿日元。季度归属母公司所有者的净利润1575.59亿日元，上年同期1770.64亿日元。

浦项控股：浦项控股第二季度集团营收185100亿韩元（约138亿美元），上年同期为201210亿韩元。其中，钢铁业务合并营收154490亿韩元（约115亿美元），上年同期为165470亿韩元。集团营业利润7520亿韩元，上年同期为13260亿韩元。集团持续经营业务净利润5300亿韩元，上年同期为6900亿韩元。

蒂森克虏伯：蒂森克虏伯截至2024年6月30日的财年前九个月业绩，当期销售额262.31亿欧元（约290亿美元），上年同期为287.23亿欧元。当期归属公司股东的净亏损4.46亿欧元，上年同期净亏损6400万欧元。

JFE控股：JFE控股截至2024年6月30日的第一财季营收12111.41亿日元（约83亿美元），上年同期为12620.86亿日元。季度归属母公司所有者的

净利润275.16亿日元，上年同期为596.02亿日元。
纽柯钢铁：纽柯钢铁2024年第二季度净销售额80.77亿美元，上年同期为95.23亿美元。季度归属公司股东净利润6.45亿美元，上年同期为14.61亿美元。上半年净销售额162.14亿美元，归属公司股东净利润14.9亿美元。

克利夫兰-克利夫斯：克利夫兰-克利夫斯2024年第二季度营收50.92亿美元，上年同期为59.84亿美元。季度营业利润600万美元，上年同期为4.83亿美元。季度归属公司股东净利润200万美元，上年同期为3.47亿美元。上半年营收102.91亿美元，营业亏损3200万美元，归属公司股东净亏损6500万美元。

奥钢联：奥钢联截至2024年6月30日的第一财季营收41.46亿欧元（约45.8亿美元），上年同期为44.46亿欧元，同比下降6.7%。季度税后利润1.5亿欧元，上年同期为2.13亿欧元，同比下降29.7%。

美国钢铁公司：美国钢铁公司2024年第二季度净销售额41.18亿美元，上年同期为50.08亿美元。季度归属公司净利润1.83亿美元，上年同期为4.77亿美元。上半年净销售额82.78亿美元，归属公司股东净利润3.54亿美元。

神户制钢：神户制钢截至2024年6月30日的第一财季净销售额5907.33亿日元（约40.5亿美元），上年同期为5986.89亿日元。季度营业利润310.72亿日元，上年同期为340.4亿日元。季度归属母公司所有者的净利润240.44亿日元，上年同期为254.51亿日元。

相关行业

中国家电出口连续18个月同比正增长

■据中国钢铁工业协会 据海关总署发布的最新数据显示，今年前8个月我国出口重点产品中，家用电器继续保持两位数增长，同比增长14.7%（以美元计），截至今年8月份，中国家电出口已连续18个月实现同比正增长。

业内人士普遍认为，短期来看，新兴市场增量需求、欧美市场渠道补库部分抵消基数走高影响，预计未来家电出口高景气延续。长期来看，依托制造与供应链优势及持续提升的品牌力，中国家电品牌有望持续抢占全球市场份额，成长空间值得期待。

具体来看，今年前8个月，中国家电出口量达29.53亿台，出口金额666.19亿美元。其中，8月份中国家用电器出口量达4.2亿台，同比增长17.7%；出口金额90.3亿美元，同比增长12.0%；电扇、空调、冰箱、洗衣机、吸尘器、微波炉、电视机等多品类较去年同期均有显著增长。

除了出口量大幅增长，家电企业也加快了产业“出海”步伐。海尔智家、美的集团等家电巨头

纷纷在海外建厂，以更灵活、更贴近市场的方式参与全球竞争。

其中，海尔智家“出海”动作频繁：5月份，海尔埃及生态园开园，设计总产能超150万台，主要面向埃及及中东市场；7月份，海尔智家发布公告称，拟收购伊莱克斯在南非的热水器业务；8月份，海尔智家泰国工厂举行奠基仪式。

此外，海信视像也在密集布局海外市场，8月份，海信埃及电视工厂项目签约仪式在埃及总理府举行，除满足埃及本地需求外，该项目的产品还将出口至北非、东非等地区，并逐步扩大至西非、欧盟和美洲。

格力电器也在海外市场深度布局，截至目前，格力电器产品已经遍布全球190多个国家和地区，自主品牌占出口销售总额近70%，彰显了公司在全球市场的品牌影响力。今年上半年，格力电器外销营业收入为148.25亿元，同比增长15.64%。公司海外产品开发以市场的实际需求为基础，致力于促进环保和低碳生活，销售实现稳步增长。