

中国宝武报

Zhong Guo Bao Wu Bao



扫码关注官方微信和宝武资讯小程序

共建钢铁生态圈 共创绿色新未来 成为钢铁及轻金属材料业的世界一流企业

每周二、五出报

**中国宝武
践行“三个转变”
锻造世界一流钢铁品牌**

明天，是第9个“中国品牌日”。2014年5月10日，习近平总书记在河南考察中铁工程装备集团时提出“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”，深刻阐明了创造、质量和品牌建设的重要性，为深化供给侧结构性改革、推动我国产业结构转型升级、广大企业扎实推进自主创新和品牌建设提供了科学指引。从2017年起，我国将每年的5月10日设立为“中国品牌日”。

品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现，是参与全球竞争的重要资源。有研究显示，品牌价值每增加1%，就会给国家GDP带来0.13%的提升。当下，我国品牌建设初具成效，越来越多的中国品牌，正快速成长为高品质、高品位的“国货之光”，对产业提升、区域经济发展、一流企业创建的引领作用不断凸显。

加快创建卓著品牌是贯彻落实习近平总书记重要指示精神和品牌强国战略的必然要求。中国宝武党委书记、董事长胡望明在中国宝武第二次党员代表大会上强调，要坚决按照习近平总书记提出的“产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代”标准，加快建设世界一流企业。

近年来，宝武深入实施中央企业品牌引领行动，全面加强品牌建设顶层设计、过程管理、价值管理，多措并举塑造“高端化、智能化、绿色化、高效化”的品牌形象，品牌建设能力在中央企业和钢铁行业中走在前列，品牌面貌焕然一新、品牌影响力和感召力持续增强。

战略筑基，从规模领跑到品牌引领

2016年12月1日，中国宝武作为中国钢铁业供给侧结构性改革的标志性举措应运而生。9年来，宝武积极践行新型工业化道路，把握新一轮科技革命和产业变革趋势，在规模与布局、技术创新、价值创造、公司治理、行业影响力等方面的效果显著跃升。

宝武先后与马钢集团、太钢集团、新钢集团、中钢集团实施联合重组，实现了亿吨宝武的历史跨越，构建了国内沿江沿海“弯弓搭箭”的区域布局。聚焦主责主业，持续推进专业化整合，形成“1+3+2”钢铁强基、多元赋能、向新提升、协同共生的产业结构。积极布局战新产业，建设全球最大镁业，铬资源已经成为全球第一。宝武成为全球规模最大、最具影响力的钢铁企业，成功挺进《财富》世界500强榜单前50强，经营业绩稳居行业第一。宝武勇当新型低碳冶金现代产业链链长，积极打造原创技术策源地，102项产品实现全球首发，多项成果获国家科学技术进步奖，在绿色低碳、产品技术、数智转型等方面成为行业“引领者”和“风向标”。2024年11月，宝武被国务院国资委和中国企业联合会评为“进入世界一流企业方阵”的10家央企之一。宝武品牌影响力、品牌价值不断攀升，入选国务院国资委“中央企业品牌建设能力TOP30”榜单，排名第19位；位列世界品牌实验室2024年度“世界品牌500强”第334位，“中国500最具价值品牌”第33位，品牌价值2415.25亿元。

价值重构，从钢铁制造到品牌创造

品牌的高度，取决于产品技术的深度与应用的广度。宝武紧扣高质量发展主线，加快提升产业创新能力，大力推动实融合，全面布局绿色发展，引领钢铁制造业向全球价值链高端跃升，为品牌建设注入澎湃动力。

高端突破，锻造品牌“硬实力”。高端化是构建差异化竞争优势的关键举措，关乎核心竞争力。宝武围绕航空航天、能源电站、交通运输和高端装备等领域强化科技研发，一批“高精尖特”材料成功替代进口，有力支持了新一代先进航空发动机、大型运载火箭、白鹤滩水电站、“国和一号”、霞浦核电、高速列车、LNG船等国家重点项目、重大工程用材需求。汽车板销量连续5年全球排名第一，新能源车整体解决方案SMARTeX助力中国新能源车领跑全球。硅钢产品覆盖电力行业所有应用场景，支撑清洁能源转型，市场份额全球第一。高铁车轮首次在时速350公里“复兴号”整车装用并载客运行。厚度仅

0.015毫米的

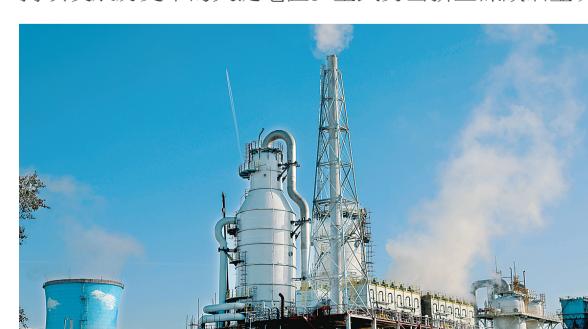
“手撕钢”打破国外垄断，在航空航天、石油化工、精密机械加工等高端行业发挥重要作用。巩固汽车板、硅钢等战略产品优势，培育优特长材、不锈钢特色产品集群。深化“以市场为导向、以用户为中心”经营机制，围绕QCDVS（质量、成本、交付、品种、服务），在产品高端化基础上不断提升差异化竞争力，优化产品结构布局。“宝武出品，必是精品”，高品质的产品和服务是宝武品牌卓著的压舱基石。



▲ 2025年2月26日，宝武启动“2526”工程，全面部署DeepSeek，用AI重新定义钢铁。（施 琪 摄）

数智赋能，塑造品牌新范式。智能化是时代发展的要求，关乎产业链战略安全。从“信息化+工业化”时代的“一路领跑”，到当下加快落实“人工智能+”行动，宝武始终走在行业前列。宝武人工智能和钢铁行业场景开发取得突破，高炉及转炉大模型、“AI+应用”在全流程质量管控、一体化配煤配矿、能源优化利用、人形机器人研发等领域试点应用。自主研发的“宝联登钢铁行业大模型”、全栈自主可控大型PLC产品“天行”系列实现首发。自主品牌“图灵”机器人在钢铁、有色、3C电子等行业实现规模化应用。“宝联登工业互联网平台”成为首批国家级A级“双跨”平台，自主可控SCADA产品核心性能指标超越国外同类产品。启动“2526”工程，深化“钢铁+AI”融合创新，推动工业现场全域互通和数实融合。从“制造”转向“智造”，“钢铁+AI”让宝武在数字浪潮中实现了品牌升维。

逐绿前行，提升品牌“含金量”。绿色化关乎未来生存，宝武持续将“绿色制造”和“制造绿色”作为技术创新主战场，引领全球钢铁低碳发展，重塑钢铁行业在人类可持续发展历史中的关键地位。宝武勇当新型低碳冶金现



▲ 中国宝武“HyCROF 商业示范项目”荣膺世界钢铁“Steelie”低碳生产卓越成就奖。（姚海山 摄）

代产业链链长，率先发布碳中和路线图。富氢碳循环氧气高炉(HyCROF)技术实现成果商业化应用，项目荣获世界钢协第15届“Steelie”低碳生产卓越成就奖。运用氢冶金电熔炼工艺(HyRESP)的国内首套百万吨级氢基竖炉在湛江钢铁点火投产；零碳高等级薄钢板工厂项目投产后将形成年产百万吨级零碳高等级薄板能力。宝武牵头成立全球低碳冶金创新联盟；支撑建设我国工业领域首个EPD平台；推进低碳排放标准研发和全球互认；发布绿色低碳品牌BeyondECO。全生命周期的绿色低碳是品牌卓著的鲜明底色，宝武厚植产业“含绿量”、提升发展“含金量”。



▲ 2024年12月2日，中国宝武党委书记、董事长胡望明出席第四次“一带一路”建设工作座谈会并作为中央企业唯一代表作交流发言。（图片来源：央视新闻）

海外布局，推动品牌国际化。国际化是世界一流的前提，宝武高水平参与“一带一路”建设，在国际化发展过程中提高全球资源配置能力。近年来，宝武的国际化经营从“引进来”发展到“走出去”，从产品出口、工程承建到投资海外矿山、全流程钢厂建设运营，国际化发展迈上新台阶。在钢铁产业布局方面，宝武大力推动首个海外钢铁绿色制造基地沙特厚板项目落地。在境外矿产资源开发领域，实现铁矿石资源布局的重大突破，西芒杜铁矿项目进入开发建设阶段；持续布局海外铬资源，夯实铬资源世界第一的行业引领者地位。在钢材营销与服务方面，形成由境外区域性公司、分支机构、技术服务中心、加工中心、海外研发中心为基础的营销网络。在钢铁产业链延伸产品领域，快速推动金属包装业务区域布局和规模提升，形成了“三国四地五线”的格局。在国际工程技术承包领域，在50多个国家和地区承揽项目，多次创下海外工程承包项目规模纪录。整合全球产业链、价值链的能力是检验世界一流企业品牌的“试金石”，宝武正在以品牌为载体带动产品、服务、标准“走出去”。

向新而行，从体量竞争到范式引领

如今，中国钢铁工业已经完成了从数量上满足国民经济需求的历史使命，解决了“有没有”“够不够”“好不好”的问题，当前阶段解决的主要问题是“强不强”的问题。党的二十大报告提出，到2035年基本实现新型工业化，建设现代化产业体系，加快建设制造强国。钢铁工业是国民经济重要的基础原材料产业，适应新型工业化进程和

现代化产业体系建设要求，钢铁工业必须加快高端化、智能化、绿色化转型发展。

宝武第二次党员代表大会提出，宝武进入了高质量发展阶段。新阶段要求我们以更高的定位和站位在战略上实现一系列重大突破：要积极推进科技创新和产业创新融合发展，推进产品结构和产业结构向新跃升，建设更加新质的宝武；要用AI重新定义钢铁，全面推进智能制造、智慧服务、智慧治理，建设更加智慧的宝武；要实现HyCROF等低碳工艺的商业化应用，引领行业绿色转型，建设更加绿色的宝武；要加快推进钢铁重大整合协同项目，构建协同高效的运作体系，实现价值创造能力的全面提升，建设更加高效的宝武；要实现钢铁生产海外布局实质性突破，建设更加国际化的宝武。



▲ 2024年11月21日，宝武特冶自主研发的中国首个国产化殷瓦钢制备的LNG船液货舱殷瓦构件顺利通过鉴定。（图片来源：沪东中华）

新阶段呼唤新作为。宝武将与时俱进迭代升级公司战略，在行业周期性波动中保持战略定力，让品牌焕发持久生命力；将在“四化”发展中创新突破，把产品、技术优势转化为标准制定权和市场话语权，赋予品牌蓬勃之势；将在全球战略中乘风破浪，推动品牌扬帆出海，与兄弟央企合力带动中国标准、中国设计、中国装备“走出去”。

宝武将继续强化品牌“全生命周期”管理，把品牌建设、管理、传播、保护融入企业生产经营的全过程、全领域，全方位多维度锻造强大品牌力。将继续加强品牌建设顶层设计和体系运营，做强做优集团母品牌，做实做精核心子品牌，实现母品牌为全体系子品牌赋能、子品牌为母品牌增色添彩的品牌价值链生态。将通过“央媒引领+主流发声+行业深耕+自媒协作”方式，以优质传播内容生动展现宝武高质量发展新作为，引发品牌共鸣，带动共同传播，打造“金字招牌”。

从“三个转变”到“世界一流”，宝武的品牌建设之路是一条将国家战略、行业变革与企业成长深度融合的攀登之路。新时代中央企业加强品牌建设，打造卓著品牌是增强核心功能、提升核心竞争力、加快做强做优做大的战略举措，中国宝武将始终向新而行、求新求变，用钢铁脊梁支撑起中国品牌的新高度！

（集团党委宣传部、企业文化部/文）



▲ 宝钢汽车板携130余件代表最高技术水平的钢、铝、镁、钛、碳纤维等全品种汽车用材及解决方案集体亮相第二十一届上海国际车展。（刘继鸣 摄）