

冶金工业信息标准研究院党委书记、院长张龙强：推进钢结构应用 培育产业新增长点

钢铁行业六项强制性国家标准（简称“新强标”）实施期限将近。新强标的执行短期将带来钢企成本上升。在钢材价格持续下行的背景下，钢铁企业经营面临压力。

中国钢铁工业协会副秘书长，冶金工业信息标准研究院党委书记、院长张龙强近日在接受中国证券报记者专访时表示，传统消费淡季、房地产市场持续低迷等因素导致近期钢价下降。面对房地产行业用钢需求下降，在新能源行业用钢需求增加的同时，应当推进钢结构应用，以扩大钢材内需，培育新的产业增长点。

●本报记者 张军



方大特钢优特钢生产车间

本报记者 张军 摄

新强标即将实施

日前，国家市场监督管理总局发布钢铁行业六项新强标，涉及钢筋和钢丝绳各3项标准，将于9月25日实施。不符合强制性国家标准的产品、服务，不得生产、销售、进口。

记者了解到，7月23日，全国30家钢贸商协会就钢筋新强标向国家有关部门递交意见函称，新强标的执行留给钢贸流通企业消化库存的时间有限，并将近期钢材价格持续下降归因于新强标，因此请求有关部门延迟新强标执行的时间。

“近期钢价持续下行归因于新强标的执行缺乏依据。新强标对一些指标进行了调整，并设置了3个月过渡期，完全可以消耗既有库存，部分特殊规格产品消化库存压力可能较大。传统消费淡季、房地产市场持续低迷、原料价格回落，这些才是近期钢价下降的主要因素。”张龙强表示。

张龙强告诉记者，我国钢筋、线材产能超过4亿吨，2020年产量合计4.34亿吨，占全国钢材的比重达到41%左右。近年来，受需求下降影响，一些企业开启产品转型，钢筋、线材产量呈下降趋势，2023年合计产量3.63亿吨。从现有库存看，近两个月螺纹钢库存基本稳定在1100万吨左右。假定7月底的库存螺纹钢全部采用旧标准生产，按照当前淡季220万吨的周表消费量测算，现有库存消耗仅需5周左右。

与此同时，张龙强表示，从螺纹钢生产供应看，据冶金工业信息标准研究院不完全统计，7月份以来，全国已有超过70家钢铁企业宣布执行新强标生产钢筋。据我的钢铁网数据，7月18日至8月1日全国

已有22家钢厂宣布实施新强标，40家钢厂在8月1日开始实施新强标。这意味着按照新强标生产的螺纹钢陆续成为库存的一部分。此外，为应对市场下行，一些电炉钢厂选择停产检修，将从供应端降低库存压力，缓解市场供需矛盾。

从《钢筋混凝土用钢 第2部分：热轧带肋钢筋》看，重量允许偏差和疲劳性能要求的修订会引起生产成本上升。据张龙强测算，本次修订将所有规格的重量偏差均加严0.5%。按照不同规格综合测算，每吨成本将增加20元左右；本次修订新增“应用于公路桥涵、铁路桥涵、城市轨道交通地下结构等承受动力循环作用的混凝土结构或构件时，应提供对应牌号、对应规格的疲劳性能检验报告”，生产企业需对部分规格增加疲劳性能检验。短期看，这可能引起成本上升，但长期看，对成本影响较小。

“钢筋产品量大面广，关系到国计民生。新强标发布和实施将对热轧带肋钢筋高质量发展、提高产品质量、提高安全水平起到积极的推动作用。”张龙强告诉记者。

钢铁行业运行偏弱

当前，钢铁行业持续偏弱运行。中国钢铁工业协会党委副书记、副会长兼秘书长姜维近日表示，今年以来钢铁行业下行态势受到有关部门高度关注。为及时反馈行业运行情况，中国钢铁工业协会向有关部门汇报加大了力度，提高了频次。

行业为何持续低迷？张龙强表示，主要有三大因素。“首先，房地产是钢材需求的第一大市场。近年来，房地产市场持续调整，用钢需求减

少。房地产用钢占国内钢材消费总量的比例从2020年的35%左右降至2023年的30%左右。”

根据国家统计局数据，1—6月份，全国房地产累计开发投资额同比下降10.1%，房屋累计新开工面积同比下降23.7%，房地产开发企业累计房屋施工面积同比下降12.0%。

其次，钢材需求触顶回落，供需矛盾持续加剧。“随着我国经济不断发展，工业化、城镇化率持续提升，钢材需求触顶回落。”张龙强告诉记者，2020年至2023年我国粗钢表观消费量分别为10.5亿吨、9.9亿吨、9.6亿吨、9.33亿吨，呈下降趋势。同时，随着技术进步，生产效率提升，近年来有效供给能力进一步增强。

另外，钢材价格下降幅度超过原燃料，钢铁企业效益下滑明显。“今年以来，铁矿石、焦炭、废钢价格总体呈下降趋势，但钢材价格先于原燃料下降，呈现出钢材价格走低牵引成本重心下移局面。相对于成品材，原燃料价格始终处于高位运行，钢企利润被严重侵蚀。叠加越来越多的企业完成超低排放改造和环保绩效创A，环保成本上升进一步挤压利润空间。”张龙强表示。

钢结构培育新需求

近年来，新能源汽车、风电、光伏等行业用钢需求不断增加。对此，张龙强给记者算了一笔账。在新能源汽车用钢方面，若按照年新增生产300万辆汽车计算，将带动用钢需求约500万吨。在风电、光伏等新能源行业用钢方面，“十四五”期间，按照最高80%预增幅计算，基数是1000万吨，这意味着“十四五”期间新增需求800万吨，即使加上装备制造的需求，仍难以抵消

钢材需求结构变化 企业纷纷寻求转型

●本报记者 张军

中国证券报记者日前从冶金工业信息标准研究院获悉，今年上半年，工业用钢占全国钢材需求的比例历史上首次达到50%。

在产业升级、供给侧深化改革的大背景下，钢铁企业纷纷寻求转型。中国钢铁工业协会副秘书长、冶金工业信息标准研究院党委书记、院长张龙强在接受中国证券报记者采访时表示：“钢铁企业转型要找准赛道切入细分市场。”

高端钢材需求提升

“近年来，为满足不断增长的汽车、船舶、家电等制造业和风电、光伏等新兴产业用钢需求，钢铁行业产品结构调整速度显著加快，工业用材占比从2020年的42%提高到2023年的49%，今年上半年进一步达到50%，高端钢材需求持续提升。”张龙强表示。

近年来，随着房地产市场持续调整，建筑用钢需求减少，房地产行业用钢占国内钢材消费总量比例从2020年的35%左右降至2023年的30%左右。

在此背景下，钢铁企业加快转型。

柳钢股份总经理熊小明在接受记者采访时表示：“预计建筑类用钢需求会保持下降趋势。因此，板材业务成为柳钢股份发展的重要方向。公司板材业务未来将向中高端方向发展。”

中信特钢表示，在产业升级、供给侧深化改革、节能减排强力推进的背景下，部分普钢企业转向特钢生产。

方大特钢有关负责人在接受记者采访时表示：“公司汽车板簧和弹簧扁钢毛利率均达10%以上，弹簧扁钢毛利率相比建筑钢材约高1.44倍。未来公司将坚持普转优、优转特战略，定位做细分市场的龙头。”

特钢企业业绩向好

从企业经营来看，普钢企业和特钢企业的经营效益分化明显，这是推动钢铁企业积极转型的重要因素。

Wind数据显示，截至8月19日，申万钢铁行业有16家普钢企业披露了上半年业绩预告，仅1家企业预警。记者梳理普钢企业给出的业绩下降原因，多提到钢材价格下降、铁矿石价格上涨。

以三钢闽光为例，公司预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润-22891万元，去年同期为

-17309.61万元。对于续亏的原因，三钢闽光表示，上半年，钢铁行业下游需求偏弱，钢材价格同比下跌，铁矿石平均价格同比上升，公司产品毛利率同比下降。面对严峻形势，公司推进组织结构改革，加快转型升级项目建设，推动绿色化和数字化转型，积极做好降本创效工作。

杭钢股份预计上半年实现归属于母公司所有者的净利润-3500万元左右。公司表示，国内钢铁市场持续低迷，下游整体用钢需求不足，钢材价格呈低位震荡，叠加铁矿石等主要原材料及能源价格处于相对高位，钢铁企业经营承受压力。

对比来看，Wind数据显示，截至8月19日，5家特钢企业披露了上半年业绩预告，其中4家企业预警。以盛德鑫泰为例，公司预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润10500万元-11500万元，同比增长104.22%-123.66%。公司表示，上半年各品类出货量增加，其中合金钢产品出货量较去年同期增长约21.68%，不锈钢产品出货量较去年同期增长约81.06%。

转型找准细分赛道

钢铁企业应该朝什么方向转型？

“以建筑用钢筋、线材为主导产品的企业升级主要有两个方向，一个是向优钢棒线转型，另一个是向板带材转型。”张龙强告诉记者。

企业转型面临不少挑战。张龙强告诉记者，钢铁企业转型面临多个难题。如果向优钢棒线转型，精炼设施和部分轧机需要升级，生产工艺需要调整，同时需要培养一批优特钢生产及研发技术人员以及高端市场开拓人员，并转变经营、管理模式，培育品牌等。

如果向板带材转型，除升级精炼设施外，还需新建连铸、轧制产线等设施，吨钢投资增加800元以上，同时配备相应的生产技术人员，并加大力度拓展销售渠道。如果产品进一步向高端延伸，需增加热处理、酸洗、冷轧、镀锌及精深加工等设施。如果电炉短流程企业向板材或优特钢转型，还需解决优质铁源供应问题，从源头保障产品质量。

“钢铁企业要充分做好市场调研，找准赛道切入细分市场，稳步实现产品结构优化调整，提升企业盈利能力和抗风险能力。通过产业上下游衔接联动，推动产业链条向高端用户嵌入式延伸，打造产品品牌体系，全面提升企业综合实力。”张龙强表示。

房地产行业用钢需求的减少。

“因此，当前制造业用钢和基建用钢需求仍在托底。”张龙强表示，2021年至今，基建领域用钢需求保持一定增长，目前占比超过22%。此外，在国内存在价差背景下，钢材出口量增幅较大，预计今年出口量大概率将超过2023年。

张龙强表示，对钢铁行业而言，面对房地产行业用钢需求减少，需要千万吨级以上需求的新领域才可以有效冲抵。设备更新和消费品以旧换新及钢结构是未来支撑用钢需求的重要领域。

国家发改委日前表示，“两新”部署以来，全国设备工器具投资同比增长17.3%，对全部投资增长贡献率达到54.8%，拉动全部投资增长2.1个百分点。近期，国家统筹安排3000亿元左右超长期特别国债，加大支持力度“两新”行动。同时，设备更新支持范围扩大到能源电力、老旧电梯等领域；工业等领域设备更新项目申报门槛降低，取消“项目总投资不低于1亿元”的要求。

张龙强告诉记者，若相关政策和资金执行到位，实施大规模设备更新和消费品以旧换新行动将带来年均1400万吨以上的用钢增量需求。

钢结构方面，2023年钢结构加工量11200万吨，同比增长1.1%。张龙强表示，钢结构部分仍以钢结构桥梁计算，若未来国内新建50%的桥梁采用钢结构替代钢筋混凝土，则年新增用钢需求将超过3000万吨。

“因此，推进钢结构应用，在一定程度上冲抵房地产行业用钢减少带来的影响，稳定建筑用钢市场，扩大钢材内需，培育新的产业增长点。”张龙强告诉记者。

今世缘董事长顾祥悦：创新驱动 百亿之后再出发

●本报记者 孟培嘉

上半年实现营业收入73.04亿元，同比增长22.36%；归母净利润为24.61亿元，同比增长20.08%——在2023年营收突破百亿之后，今世缘近日再度交出一份靓丽的半年度业绩答卷。

2024年是今世缘在A股上市的第十个年头。十年来，公司营收由24亿元跨越至100亿元，跻身上市白酒企业前十。“百亿”今世缘的背后有哪些支撑，未来将如何奋斗、实现可持续发展？今世缘党委书记、董事长、总经理顾祥悦向中国证券报记者描绘了公司未来发展蓝图。在新的起点，“要带着归零心态，努力将今世缘打造成为白酒行业最具成长性、成长性的创新型企业”。

谈品牌：筑牢客户“基本盘”

“白酒依靠广告一炮而红的时代一去不复返，必须依靠品牌势能的积累，筑牢客户基础。”顾祥悦说。

从江苏高沟酒厂一路发展至今，今世缘品牌1996年进入大众视野，2004年推出国缘品牌，2022年重塑高沟品牌，以“缘”文化为核心的今世缘通过丰富的产品线与多元化的品牌活动，打造了国缘、今世缘、高沟三大各有定位、相互辉映的品牌，共同推动企业高端化、差异化发展。

品牌建设的背后，本质上是对市场与消费者的精准洞悉与定位。以今世缘旗下大单品国缘四开为例，公司瞄准高端中度白酒市场，反复打磨推出这款既有高度酒饱满口感、又有中度酒舒适感的产品，通过差异化创新率先入局高端中度白酒市场。

今世缘不断丰富产品矩阵、增厚品牌内涵。如今，旗下三大品牌定位清晰、客群明确，形成相互促进、齐头并进的發展势头。其中，国缘品牌以“成大事者有缘，高端宴请喝国缘”为核心消费场景，定位“中国新一代高端白酒”；今世缘品牌以“缘聚时刻今世缘”为传播主张，走大众路线，弘扬“今世有缘，相伴永远”品牌理念；高沟品牌秉持“人生起伏，挥洒自如”品牌主张，以新品标样系列开启复兴新征程。

特色营销体系的搭建是今世缘面对激烈市场竞争的“压舱石”。据介绍，公司构建了“品牌+渠道+C端”三驱动特色营销体系，推进“大营销”体系、数智化营销建设，向业务集约化、管理专业化、机构扁平化、管控实时化、服务协同化转变。公司拥有一支“忠于使命、善于创新、乐于奉献、敢于胜利”的营销队伍，通过营销方式转型，采用移动访销、厂商“1+1+N”深度协销、直分销结合等手段，渠道网络建设下沉到乡镇，终端掌控延伸到门店，强化构建基于C端思维的营销体系，构建“厂—商—店—客”命运共同体。

作为江苏酒企，今世缘长期以来在省内采取“精耕细作”策略，通过精细化管理和多元化消费场景构造，品牌影响力持续提升，在乡镇市场与餐饮渠道的深耕成效显著，成为支撑今世缘业绩发展的“基本盘”。

与此同时，今世缘加速开拓省外市场，采取“攻城拔寨”策略，以环江苏、长三角一体化板块市场为突破，坚决落实品牌、产品、区域、投入、战术、队伍“六聚焦”策略，力争通过3—5年的努力，使省外市场取得大的突破。数据显示，今年上半年今世缘省外市场营收同比增长36.39%，增速高于省内市场。

谈品质：始终坚持“质量为王”

“今世缘多年来的发展，靠的是好品质、好口碑。”顾祥悦说，今世缘始终坚持“质量为王”，为消费者提供健康、优质的产品，进而实现自身发展。

先进的酿造方式是今世缘酒保障品质的重要手段。2015年，中国白酒首套

装甾机器人生产线在今世缘投产，将智能化与传统工艺完美融合，实现原料输送、酿造管控、数据采集、性能分析及物料管理等全过程自动化，确保每一瓶酒都品质如一。

未来，今世缘将建立支持数字化、网络化、自动化的5G专网，通过生产网和信息网“双网”融合互通，实现生产数据的集成和可视化。

“三分酿，七分藏”。对储藏环节的重视同样体现了今世缘对产品质量的不懈追求。在今世缘总部的白酒酒库，有着规模庞大的陶坛，专门用以贮存原酒。据介绍，陶土在超高温下烧制形成的微孔网状结构，可以对储存在其中的原酒起到“呼吸”作用，实现原酒与外界空气持续、缓慢的微量交互，让其原本的辛辣味道恰到好处地挥发掉；而陶坛富含的钙、铁、锌、钪等金属离子与原酒中的有机微分子缔合、交融，发生酯化等一系列反应，可以促进酒的熟老，让酒的口感更加绵香、醇柔。

在生产方面，今世缘完善绿色生产体系，旗下国缘对开、国缘四开、国缘V9三款产品均获国家绿色食品认证。

从原料方面看，今世缘建立了多个酿酒绿色原料种植基地，同时严格筛选优质绿色供应商。今世缘严格按照绿色食品管理体系标准操作，精准把控生产关键环节，制定各工序标准作业指导书，实现全程绿色管控，确保每瓶酒绿色可控。

值得一提的是，今世缘积极投入研发，建立绿色管理架构，发起成立了“中国白酒绿色生态智能酿造科学技术研究院”。通过聚焦技改扩能项目，公司致力于打造“智慧型、生态型、文化型”零碳工厂，推动白酒行业绿色可持续发展。

谈未来：改革激发发展活力

对于白酒市场未来发展，顾祥悦直言，将从“头部竞争”向“寡头竞争”转变，如何确保今世缘的活力、实现可持续发展？顾祥悦表示，要坚定不移走好改革创新之路、高质量发展之路，激发企业向上动能。

人才是干事创业的基石。“我们提出员工能进能出、干部能上能下、薪酬能高能低的原则，调动每一位员工的潜能。”顾祥悦说，“人才强企”是今世缘基础战略之一，既要招引能人——积极吸引具备行业前沿视野、专业技能卓越、富有创新精神的高端人才，又要培育新人——通过完善的培训体系帮助新员工快速成长，同时鼓励老员工提升自我价值、实现职业生涯的新跨越，构建梯次合理、结构优化、充满活力的人才队伍。

为更好地实施这一战略，今年5月，今世缘制定了战略性人才“3333工程”发展规划，聚焦营销、管理、技术（生产）三类人员，搭建高层、中层、基层三支管理储备梯队，通过“雄鹰”“精鹰”“雏鹰”三个维度培养工程形成“人才方阵”格局，明确2025年、2030年、2035年三个阶段人才培养目标。

现代科技是企业创新发展的强大驱动力。如今，今世缘正以“智改数转”为抓手，加快推进总投资超过百亿元技改扩能项目，建设过程智能的酿酒及制曲中心、规模领先的陶坛酒库、技术先进的成品酒包装物流中心，进一步提升产品质量，不断塑造发展新动能、新优势。

此外，今世缘将在市场营销、质量管理、供应链协同、风险管控、企业文化、人力资源管理等方面协同发力，全面提升公司现代化治理水平，增强可持续发展能力。

“从2026年到2030年，今世缘的人才数量质量、原酒贮存及生产能力要有匹配更高发展目标的超前储备。到2035年，我们要做到品牌效应更加突出、产业链条更加健全、产区优势更加明显、综合实力更加厚实、员工生活更加美好，实现集约高效发展，进入中国白酒行业创新型企业前列。”顾祥悦表示。



今世缘白酒酒库

公司供图