

高管访谈

低碳发展带动高端用钢需求大增 首钢股份从行业“跟跑”到“领跑”

■本报记者 向炎涛

“电工钢高端产品非常紧缺，价格持续上涨，新能源汽车所用订单同比增长近三倍。”近日，首钢股份副总经理兼董事会秘书陈益在接受《证券日报》记者专访时表示，去年下半年以来，在国家低碳环保政策及制造业回暖需求双重影响下，国内高端用钢需求大增，首钢电工钢高端产品在市场上供不应求。首钢股份此前发布的2020年度业绩预告显示，预计2020年归属于上市公司股东的净利润为17.5亿元-18.5亿元，同比增长47.55%-55.99%，大大高出行业平均水平。

挑战“皇冠上的明珠”

电工钢高端钢材受到热捧的背后是碳达峰、碳中和目标背景下，制造业对碳排放越来越重视。

陈益向《证券日报》记者提供了这样一组数据：一台家用变频空调使用首钢电工钢每年可节电36度，一辆新能源汽车使用首钢电工钢每年可节电375度，国家绿色电网建设中的一台变压器使用首钢电工钢每年可降低损耗7600度……首钢电工钢一直在“幕后”助力碳中和目标实现，每年可减少二氧化碳排放348万吨、节约用电35亿度。

电工钢是一种硅铁软磁材料，按实际用途主要分为无取向电工钢和取向电工钢两大类。由于生产工艺复杂、工艺窗口窄、生产难度大，电工钢被誉为钢铁产品中的工艺品，取向电工钢更被誉为“钢铁工业”皇冠上的明珠。

在过去，我国取向电工钢严重依赖进口。为了打破这一局面，首钢决定向这一技术巅峰发起挑战。而电工钢也成为首钢高端化转型的三大战略产品之一。

陈益向《证券日报》记者介绍，首钢电工钢生产线于2010年正式投产，如今在家电行业市场占有率已实现全球第一，全球每2台变频空调中就有1台采用首钢无取向电工钢制造；在新能源汽车领域，首钢电工钢已经获得大众、日产等国内外高端新能源汽车用户的

高度认可，成为全球众多智能汽车驱动电机主要供应商。

此外，首钢电工钢还成功应用于清洁能源输电工程张北-雄安特高压工程、港珠澳大桥、日本滨田太阳能发电站等重点项目；目前，首钢电工钢在全球在建总装机容量最大的白鹤滩水电站供货比例超过50%，在三峡乌东德水电站供货比例达到70%。同时，首钢电工钢还辐射了西北、华北、西南等国电网改造扩建设项目，为泰国、巴基斯坦、埃及变电站建设提供材料，出口24个“一带一路”沿线国家和地区。

“虽然首钢后入市场，凭借装备水平更为先进、工艺技术更为高端等优势，首钢电工钢的产品尺寸和板形控制水平一直位居世界前列，比如取向电工钢横向厚度精度达到5微米，全国领先，进一步为高端产品制造提供支撑。‘板形精度’也成为了首钢电工钢的新名片。”陈益介绍。

据介绍，首钢电工钢把技术领先作为核心竞争力，在首钢集团雄厚的技术研发能力基础上，建立了更加专业化的工程技术研究中心，和国内顶尖的科研院所以及下游头部企业合作成立了涵盖产品研发及应用的联合实验室。以掌握更多关键核心技术为突破口，先后获专利107项，其中发明专利59项，获得了20余项冶金行业奖项，实现2款节能环保低噪取向产品、3款新能源汽车专用产品全球首发、2款新能源汽车专用产品国内首发。

“凭借十多年技术积累铸就的硬核实力，首钢电工钢在各个应用领域都得到了业界的高度认可。未来，首钢将始终将‘绿色环保、低碳高效’作为长期坚持的发展方向，持续探索更加环保、更加节能的生产工艺，制造更多更加绿色、更加高效的电工钢产品，朝着碳达峰、碳中和远景目标奋力攻坚、砥砺前行。”陈益对《证券日报》记者坚定地表示。

从行业“跟跑”到“领跑”

汽车板是首钢高端化转型的又一大战略产品。首钢于2009年进入汽车板行业，12年来已经向汽车主机厂、配

套厂等供应了2300余万吨冷轧汽车用钢，近四年来更是连续每年供应冷轧汽车用钢超过300万吨。预计，“十四五”末期将实现每年400万吨的产能。

“十年磨一剑，首钢汽车板真正实现了从开始的‘跟跑’向如今‘领跑’的转变！”陈益对《证券日报》记者说，经过十余年的发展，如今，首钢冷轧汽车板产品广泛应用于在宝马、奔驰、大众、日产、北汽、吉利、长城等车企。其中，在国内市场，首钢是华晨宝马第一大供应商；自主品牌中，首钢是长城、北汽第一大供应商。

虽然全球汽车产销量整体在下降，近三年，首钢汽车板却实现了逆势增长。2020年，国内钢铁行业汽车板销量降幅达2%，首钢汽车板预计增长超10%。

“这得益于首钢汽车板在产品、技术、服务等多方面的优势。”陈益认为，随着行业发展，车企高端产品对汽车轻量化、绿色环保提出了更高的要求，而首钢正是国内仅有的两家之一，能够提供整车材料解决方案和提供高端汽车板供给的服务商。

陈益告诉记者，2019年，首钢投产了高强钢专用生产线，经过不断的研发、试验，终于解决了车企在轻量化需求下，提高材料强度时易发生的冲压开裂问题，于亚洲首发推出DH钢，并解决了高强度、复杂零件的工艺设计难题。此外，首钢独立自主开发的大理石排锯钢更是填补了国内空白，打破了国外钢企30年的垄断。

在环保方面，首钢推出了表面缺陷更少、冲压后表面更光滑、高弹性的免中涂外板，该产品可以满足车企节能环保的要求。目前首钢已经注册了该产品的商标“SmooSurf”，为上汽大众、长城、吉利、北汽等车企批量稳定供货。此外，在无涂层产品方面，首钢还是国内唯一一家通过宝马认证及供货的钢厂，目前已批量稳定向宝马、东风日产、长城、吉利、本特勒等供货。

“首钢汽车板进入市场时间晚，一开始是跟在市场龙头企业的后面学习，但是如今，无论是产品还是技术、服务，我们都已经和曾经的市场龙头走在了并驾齐驱的位置，甚至在一些领域走在

前面，处于领跑位置。”陈益对《证券日报》记者说。

由于品质保证，首钢的产品正在逐步实现进口替代。

“国内的汽车板原来基本上使用宝武和韩国浦项产品，如今，经过11年的努力，首钢已经成为华晨宝马第一大供应商，无论是外资、合资还是自主品牌中的佼佼者，对首钢的产品高度认可。”陈益说。

未来将加大高端板材比例

根据行业机构预测，“十四五”期间，汽车行业将保持4%的增长，2025年汽车产量将达到3000万台规模。从行业发展看，未来汽车将保持持续增长，总体钢铁需求不断增加，对高端汽车板的需求进一步提高。

根据国务院办公厅最新发布的《新能源汽车产业发展规划2021-2035年》，到2025年国内新能源汽车销量将达到875万辆，2030年国内新能源汽车销量将达到1600万辆，高牌号无取向电工钢需求将持续快速增长。

“新能源汽车用钢与普通汽车用钢具有很强的通用性，仅在电池壳、硅钢等用钢上存在区别，2018-2020年首钢新能源汽车用钢销量逐年递增，为公司汽车板增量带来新的机遇。”陈益表示。

“碳达峰、碳中和”，不仅是一个应对气候变化的目标，更是一个经济社会发展发展的战略目标。陈益认为，“十四五”期间及未来十年，电力系统是实现“碳达峰、碳中和”目标的重要组成部分，我国及全球电力系统将进一步深化向低碳、清洁能源转型，电工钢作为电力系统全产业链的关键功能材料，特别是高端高牌号产品将迎来稳步快速发展。首钢电工钢将充分发挥“推动者”、“先行者”、“实践者”的作用，进一步支持电力系统的绿色低碳发展。

“台上三分钟，台下三年功。首钢股份的靓丽表现是靠着厚扎实的功底来实现的。未来首钢高端板材的比例将进一步增加，产品结构会进一步优化，为市场提供更加优质的产品。”陈益对记者说。

“重兵出击”优势区域 老百姓拟定增募资不超17.40亿元

■本报记者 何文英

3月3日晚间，老百姓发布公告，拟向不超过35名特定投资者非公开发行不超过4087.32万股，募集资金总额不超过17.40亿元，募资将重点用于新建连锁药店、数字化平台及新零售建设等项目。

老百姓执行总裁王黎对《证券日报》记者表示：“在形成高区域覆盖度的连锁药店布局之后，老百姓此次定增将‘重兵出击’优势省份，不搞平均主义，聚焦优势区域，提高绝对市占率，增强盈利能力。”

新建连锁药房为重中之重

预案显示，此次募投资金将分别用于新建连锁药店项目、企业数字化平台及新零售建设项目、华东医药产品分拆加工项目、补充流动资金。其中，用于新建连锁药店项目为重中之重，拟投入募集资金5.73亿元，为此次定增中金额占比最高的募投项目。

王黎表示，该项目的实施将帮助老百姓新增1680家连锁门店，从而有助于公司加快连锁门店布局、扩展营销网络、增强销售主动权，提升市场竞争力。“对于连锁药店企业来说，多开新店、多收好店是做大，提升数字化与新零售水平则是做强做大的关键。”

根据定增预案，新建连锁药店项目预计2024年4月底建成投产运行。这意味着，老百姓未来三年内再添1680家连锁门店。

开源医药分析师蔡明子在其研报中认为：“此次新建门店有望加速老百姓的连锁门店布局，从而在目标市场的竞争之中占据先机。”

在去年引入腾讯作为战略投资者后，老百姓此次定增中的企业数字化平台及新零售建设项目亦备受关注。据了解，该项目由4个子项目组成，分别是数字化智能引擎平台、数字化应用服务平台、数字化聚合服务平台和企业数字化平台。

“老百姓和腾讯业务合作继续全面推进，部分项目已经取得了阶段性进展，腾讯在互联网领域拥有领先的技术和平台优势，具备丰富产业资源

和经营管理优势，能够与公司开展多方位合作并进行全方位赋能，助推老百姓打造核心竞争力。”蔡明子认为。

深耕重点区域

根据国家药品监督管理局的数据，我国零售药店的连锁率持续大幅上升，连锁药店门店数从2010年的13.7万家增长到2019年的29万家，连锁率从2010年的34.3%大幅增长至2019年的55.3%，但与美国、日本等国相比，我国医药零售行业的连锁化率仍较低。根据中康CMH数据，2019年末我国前10大零售药店市场占有率仅为19.1%，而美国同期前十大药店市场份额约90%。

老百姓董秘冯诗倪对《证券日报》记者表示：“我国医药零售行业仍在整合初期阶段，未来龙头企业的市场集中度提升仍有较大空间，老百姓将紧抓市场机遇，坚持有序、稳健、灵活的门店扩张战略，服务于公司长期稳健发展。”

事实上，老百姓的门店扩张在悄然加速。季报显示，2020年前三季度老百姓新增直营门店742家，而2019年同期新增467家，即便受疫情影响，公司直营门店的新增仍然有较为明显的提速。

不过，相对于此前的全方位布局，此次老百姓选择了将资源集中攻占重点区域。“提升区域市场占有率有利于形成管理和经营上的规模优势，进而增强公司的盈利能力。”冯诗倪表示，未来公司将稳步提升优势省份的市场占有率，随着本次募投项目的实施，公司在主要优势区域的门店数量将大幅度提升，从而进一步扩大公司的经营规模和采购规模，显著提高对上游药品生产企业和药品批发企业的议价能力。

值得一提的是，除了定增融资外，老百姓还获得了世界银行超过10亿元的低利率长期双币贷款支持。据了解，通过股权融资、贷款和自有资金，老百姓预计在未来3年内每年自建直营门店1000家以上，加上收购和加盟门店，公司的门店版图有望进一步扩大。

本版主编 袁贵 责编 徐建民 制作 张玉萍
E-mail: zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

践行金融服务实体经济 建设银行构建普惠金融发展新格局

党的十九届五中全会提出，要构建金融有效支持实体经济体制机制，提升金融科技水平，增强金融普惠性。银保监会统计数据显示，2020年全国普惠型小微企业贷款余额15.3万亿元，增速高于各项贷款增速18.1个百分点，5家大型银行增长54.8%。据悉，其中建设银行2020年普惠金融业务圆满完成各项监管要求，持续保持行业领先地位，不断提升服务实体经济质效。

作为践行普惠金融的先行者，建设银行一直坚持金融服务实体经济，将普惠金融定为全行三大战略之一，探索出一条新时代格局下的新金融高质量发展之路。

金融科技 赋能普惠金融

“真的什么纸质材料都不用吗？我之前看朋友去申请贷款，又要打征信又要准备财务报表……”广东佛山某家具店老板李先生资金需求迫在眉睫，在朋友圈看到建设银行可以在线申请贷款，抱着试一试的态度微信联系了客户经理小邹。在小邹的指导下，李先生下载APP并熟悉了操作，不久之后，手机屏幕上就显示出了贷款额度。“这是……15万元吗？”李先生诧异又惊喜。“是啊，可见即可贷，您现在就可以直接在APP支用，后续也可以通过APP还款，是按需随借随还的！”李先生足不出户，成功获贷，一展愁眉，加快了家具店经营复苏的步伐。

李先生这一服务体验，源于建设银行近年来创新构建并不断完善的普惠金融业务数字化、线上化新模式。建设银行找到过去服务小微企业的肯綮所在，通过金融科技赋能，将数据作为资产经营，充分发挥科技和数据优势，对内打通丰富的对公、对私用户数据，对外连通征信、工商、司法、社保、海关等外部数据，将企业的实际经营状况转变为量化数据，通过数据挖掘重构信用体系，从“以财务指标为核心”的信用评级，转向“以



建设银行服务团队深入某生产企业实地走访，了解企业需求，共同探索科技助力企业经营管理发展的新模式。

交易记录等大数据分析为核心”的履约能力判断，对企业进行立体式全息画像。同时，通过收集企业的各类信息，进一步建立负面清单和正面清单，在精准画像的基础上实现快速批贷放款。

针对传统小微企业贷款依靠人工审批，信息不对称、申请资料多、审批效率低等痛点，建设银行在大数据精准画像的基础上，进一步对小微企业信贷业务进行了线上化流程再造，通过大数据技术、风险评价模型，打通了“信息孤岛”，创新打造了线上金融服务模式，实施标准化、线上化作业，自动化审批，在信息完整的情况下，实现了秒申秒批秒贷。

前文提到的APP就是建设银行在行业中率先创新推出的面向小微企业的一站式移动金融服务平台——“惠懂你”。“惠懂你”通过金融科技的深化运用，倾力打造易于普罗大众掌握和使用的“手指尖的银行”。支持线上贷款测额、预约开户、客户识别、在线授权，以及贷款申请、签约、支用、还款等功能在移动端的快捷办理，为客户提供7x24小时全天候

服务，实现让数据多跑路、让企业少跑路，让普惠金融服务更便捷的呈现在企业手中，有效满足普惠型融资时间急、频次高的需求。截至2020年末，“惠懂你”访问量已突破1.1亿次，提供授信金额近4400亿元。

牵手小微 关注下沉市场

今年初召开的国务院促进中小企业发展工作领导小组第七次会议认为，中小企业的韧性是我国经济韧性的重要基础。中小企业和民营经济高度重叠，是保市场主体、保就业的主力军，是提升产业链供应链稳定性和竞争力的关键环节，是解决关键技术“卡脖子”问题的重要力量，是构建新发展格局的有利支撑。

过去的观点是，大银行服务大企业、小银行服务小企业。建设银行立足新发展阶段，贯彻新发展理念，坚持“服务大多数人而不是少数人”的新金融愿景，深化金融供给侧结构性改革，服务大局，牵手小微，纵深推进普惠金融发展战略，重修传统金融

“水利工程”，通过经营下沉、客户下沉、服务下沉，引金融活水灌溉实体经济田间阡陌，有效触达实体经济神经末梢。

建设银行适应普惠金融客户扎根大众市场的特点，躬身下沉经营，推动网点服务小微，全行已有近1.5万个网点开展普惠金融服务，挂牌超过1500家普惠金融特色网点，设立服务专区，配备普惠专员，最大程度贴近客户，持续做好顶层设计、完善体制机制、健全政策保障、优化资源配置，不断提升基层服务能力，做到专业专注、敢做能做、真做做实，做出成效。

近年来，建设银行普惠金融服务对象不断向对稳就业起基础性作用的实体小微企业、个体工商户等“小客户”下沉，贴近社会、聚焦痛点，通过深入调研“小经济”的经营特征、实际需求和风控特点，设计更加适配的细分产品和专属服务，客户来了“总有一款适合你”。目前，建设银行已构建小微快贷、裕农快贷、交易快贷、个人经营快贷等数据化、线上化产品体系，为普惠金融客户提供个性化、多元化产品供给，有效连接供需两端，做到信贷资金精准滴灌和穿透落地，引导金融活水向实体经济和人民群众最需要的地方。截至2020年末，建设银行“小微快贷”等新模式产品已累计为超过177万户小微企业和个体工商户投放贷款超过3.6万亿元。

同时，建设银行适应新时代用户“触媒”习惯的改变，通过短信触达、微信朋友圈精准推送、互联网效果广告等多样化方式，变等客上门为主动服务，将单点式、分散型的技术优势变为系统性、网络化的融合，线上线下形成合力，全面提升普惠金融服务响应能力，不断扩大普惠金融服务覆盖面。

全生命周期 服务中小微企业

“我是从外地来贵阳创业的‘贵

漂’，在贵阳发展已经六年了，建行的这笔贷款通过线上直接申请，非常方便快捷，而且随借随还，用一天算一天利息，很灵活。总算解了‘渴’了！”贵州某信息技术公司董事长崔先生兴奋地说道。

建设银行在持续加大普惠金融供给的同时，不断推进降低小微企业综合融资成本。贷款定价坚持“保本微利”原则，持续降低贷款利率，特别是疫情发生后，建设银行针对普惠型小微企业新发放贷款进一步实行利率优惠，2020年全年新发放普惠型小微企业贷款利率较上年下降64BPS。此外，针对抵押类贷款，建设银行主动为小微企业代付部分第三方机构费用，包括抵押类贷款押品评估费、财产保险费、抵押登记费，切实减轻企业的融资负担。

除了对小微企业金融资源的提供，建设银行立足新金融科技、普惠、共享属性，紧跟国家战略部署，聚焦社会痛点难点，抱公益之心，行利他之事，进一步赋能社会，探索构建满足中小微企业全生命周期的服务模式 and 生态。联合政府部门、产业园区、高校院所、创投机构等社会各界，共同为创新创业企业打造“金融+孵化+产业+辅导”线上、线下一站式综

合服务平台——“创业者港湾”，不断延伸拓展服务内涵，通过“引活水”“通渠道”“育林地”构建金融“水利工程”，坚定每一份向往，呵护每一个梦想，滋润每一次创新，帮助更多的创新创业梦想落地生根、拔节孕穗，支持广大的创新创业群体长成参天大树、绿树成荫。截至2020年末，建设银行已建设各类孵化场所165家，联合各类社会机构275家，服务入湾企业近万家。

入湾企业湖北武汉某科技公司总经理多次感慨：“在建行创业者港湾，我们不仅有更加通畅的资金对接平台和通道，还有很多非常丰富的创业资源，大家可以资源互通、资源共享，在创业道路上更加不孤单，也走的更加顺畅、更加长远。”

初心砥砺前行，使命凝聚力量。站在“两个一百年”奋斗目标的历史交汇点上，建设银行将继续坚守初心使命，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，践行新金融力量，把普惠金融事业推进行向前，积极推动金融供给侧结构性改革，着力提升服务实体经济质效，努力接续开展高质量可持续发展的优美画卷，奋力谱写新的时代华章！

(CIS)



为将金融活水引流至民营经济和小微企业，建设银行员工深入企业，详细了解小微企业主的金融需求。