

中国建材集团：

以创新驱动打造“国之材”

新华社记者 王优玲

自主研发新材料，为载人航天、探月工程、国产大飞机等提供保障；打造世界一流水准的新材料产业集群，生产123米长的风电叶片、0.12毫米厚的触控玻璃等“世界之最”……

作为全球最大的综合性建材产业集团和我国无机非金属材料领域的“国家队”，中国建材集团加快培育发展新质生产力，以创新驱动打造“国之材”，助力我国建设具有先进性、完整性、安全性的现代化产业体系。

加大创新基础研究， 塑造新动能新优势

将高纯度氮化硅粉末压制成陶坯，再经过2000个大气压的高压和2000摄氏度高温的锻造……新一批氮化硅陶瓷球在中国建材集团高性能氮化硅陶瓷生产线工厂出炉，其硬度仅次于金刚石，重量只有同体积钢材的40%。

“用它们制成的陶瓷轴承，转速每分钟可达60万转，耐高温1200摄氏度，还有自润滑等特性。”中材高新氮化物陶瓷有限公司总经理孙峰说，氮化硅陶瓷球可广泛应用于航天发动机、月球车、风力发电机、电动汽车等方面。

材料是制造业的基础。我国在材料研发领域曾面临起步晚、无经验可借鉴、关键核心材料技术被西方封锁的困境。

厚积薄发、后来居上，中国建材集团高度重视“从0到1”的基础科研创新突破，不断加大基础研发投入强度，围绕原创性引领性技术供给、提高科技创新能力和加强保障机制建设等方面持续发力。

2016年至2023年，中国建材集团在研发经费投入上年均达100亿元以上，复合增长率达到12.3%。近两年，新增发明专利307项，成功攻克大飞机碳纤维复材、大尺寸红外光学材料、高效发电玻璃等一批“卡脖子”技术，众多新材料应用于长征系列运载火箭、神舟系列载人飞船等“大国重器”。

在基础建材领域，自主研发第二代新型干法水泥智能化技术和装备，研发低热水泥、油井水泥、核电水泥等8大类110余种特种水泥。同时，发挥基础建材和“双碳”技术等领域领先优势，积极参与国际标准制定，实

现从“技术领先”向“标准领先”转变。

“科技创新能够催生新产业、新模式、新动能，是发展新质生产力的核心要素。”中国建材集团董事长周育先说，在激烈的国际竞争中，要开辟新领域新赛道、塑造新动能新优势，从根本上说，要依靠科技创新。

加快创新成果转化， 打造现代化材料产业体系

一束筷子粗的SYT65（T1000级）碳纤维，足以拉动两架C919国产大飞机。世界上具备碳纤维研发和规模化生产能力的国家屈指可数，中国便是其中之一。

2023年，中国建材集团所属中复神鹰建设的全球单体最大、年产2.5万吨高性能碳纤维项目在西宁全面投产。目前，中复神鹰连云港总部已实现T1100级碳纤维的成功制备。

十年磨一剑，为打破海外封锁，中复神鹰开启碳纤维自主研发，走出了原材料企业攻克核心技术、下游各类生产企业拿着新材料做新产品的“一家创新”带动“N家更新”的成果转化应用模式。

“科技创新成果转化是连接科研和生产的重要桥梁，是培育发展新质生产力的核心环节，也是实现从技术创新到产业创新的必过关卡。”周育先说。

从实验室原始创新，到加速成果转化、促成“揭榜挂帅”、建立新材料产业高端装备体系……中国建材集团推动科研与生产协同创新，让创新活动“产出”形成“几何效应”。

在创新驱动发展战略的引领下，中国建材集团坚持以科技创新带动产业创新，推动高性能碳纤维、锂电池隔膜、耐火材料、先进陶瓷、发电玻璃、人工晶体等一批高水平科技创新成果转化为产业成果，支撑形成10亿元级别—50亿元级别—100亿元级别梯次布局的新材料产业体系。

推动绿色转型， 促进材料产业高质量发展

年产400万吨、坐落在山坳中的中国建材山亚南方水泥，没有尘土飞扬、整个厂区被植被装点得像花园，一

改水泥行业高污染的刻板印象。

以水泥为代表的基础建材是中国建材集团的压舱石业务。当前，中国建材集团在基础建材的碳排放领域持续发力，加大节能技改力度，增加新能源使用比例。

数智化应用和低碳技术落地，为传统水泥行业点燃绿色发展新引擎。2023年，中国建材新型低碳水泥熟料一次烧成技术实现碳减排25%。此外，中国建材集团全力打造“数字中国建材”，建成以泰安中联为代表的20条水泥智能化示范线。

一手抓基础建材产业转型升级，一手抓战略性新兴产业布局。中国建材集团“创”在基础建材领域，“闯”在新材料无人区。

——“先行区”探路，发起设立150亿元新材料产业基金，前瞻布局半导体大硅片、光伏、光刻胶等新赛道；

——聚焦新材料产业发展趋势和战略性新兴产业、未来产业发展前景，提前布局储氢气瓶、柔性玻璃、发电玻璃等新能源产业应用材料的研发和生产。

周育先说，中国建材集团要着力以科技创新提高核心竞争力，以产业创新增强核心功能，加快从传统建材领域向新材料产业转型，更好发挥科技创新、产业控制、安全支撑作用，助力建设具有先进性、完整性、安全性的现代化产业体系。

新华社北京6月24日电



新华社北京6月24日电（记者 陈伟伟）发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。国家发展和改革委员会宏观经济研究院院长黄汉权在新华社24日推出的“中国经济圆桌会”大型全媒体访谈节目上说，各地在培育和发展新质生产力的过程中，要着力避免认识上的三个误区。

黄汉权分析，第一个误区是认为发展新质生产力就是发展战略性新兴产业和未来产业。战略性新兴产业和未来产业是形成新质生产力的重点领域，但是传统产业也是形成新质生产力的重要阵地。传统产业利用新技术、前沿技术，特别是颠覆性技术进行改造升级也能够形成新质生产力。传统产业是基本盘，忽视传统产业可能会造成产业断档。

第二个误区是认为发展新质生产力只能在科技创新集中的地区。黄汉权认为，虽然这些地区人才集中，科技成果丰富，但并不意味着欠发达地区就没有机会。中西部地区有科研基础，也有高校和人才，在某些领域是有比较优势的，可以因地制宜根据产业禀赋有针对性、指导性地发展新质生产力。

第三个误区是认为发展新质生产力仅仅是依靠科技创新。发展新质生产力，创新起主导作用，这背后包括两个方面的创新，一个是科技创新，一个是管理和制度创新。如果没有管理和制度创新，科技创新也很难取得突破，所以在发展新质生产力过程中，除了强调科技创新，也要重视管理和制度创新。

在黄汉权看来，发展新质生产力，既要避免上述三个误区的认识“窄化”，也要避免认识的“泛化”，不能把什么事情、什么工作都往新质生产力的筐里装。

他说，如果是通过制度创新带来的技术创新，或者通过制度创新把先进技术引进来改造传统产业、培育战略性新兴产业、布局未来产业，就可以认为是发展新质生产力。

黄汉权认为，各地要因地制宜，发挥自身比较优势、独特优势，打造地标产业，或者优势特色产业，在区域内通过资源要素、科技、人才、企业的汇聚，把相关产业打造成周边、全国乃至世界上最有竞争力和最具比较优势的产业，形成优质的产业生态。

我国推动打造消费新场景培育消费新增长点

新华社北京6月24日电 国家发展改革委等部门制定的《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》24日对外发布，提出了6个方面重点任务。

培育餐饮消费新场景方面，文件提出，加快制定完善预制菜、乳制品产业相关标准。推进餐饮外卖点单和配送智能化升级，鼓励根据历史订单、饮食限制和偏好进行个性化推荐。

培育文旅体育消费新场景方面，文件明确，提升入境旅游便利水平，持续优化出入境政策措施，积极研究增加过境免签政策国家数量。适当增加主要客源国的入境航班频次。在地图

导航软件等应用中增加多语种服务，优化打车服务。聚焦“食、住、行、游、购、娱、医”等场景，确定重点场所及重点商户名录，推动受理境外银行卡。

培育购物消费新场景方面，文件提出，鼓励利用老旧厂房、城市公园、草坪广场等开放空间打造创意市集、露营休闲区。利用新技术拓展购物消费体验，加强线上线下商品“同质”“同标”建设。

培育大宗商品消费新场景方面，文件明确，鼓励限购城市放宽车辆购买限制，增发购车指标。通过中央财政和地方政府联动，安排资金支持符

合条件的老旧汽车报废更新。稳步推进自动驾驶商业化落地运营，打造高阶智能驾驶新场景。以便利城乡居民换新为重点，健全废旧家电回收体系，推动家电以旧换新。

培育健康养老托育消费新场景方面，文件提出，研究制定统一的居民电子健康档案首页基本内容，便利居民获得基本卫生健康服务。拓展银发消费新场景。积极发展婴幼儿消费。

培育社区消费新场景方面，文件还提出，完善城市社区便民服务，因地制宜打造一刻钟便民生活圈。优化农村社区消费环境。

