

奋进新征程 再创新辉煌 · 红色记忆

“第一股”融通“钢铁血脉”

■ 本报记者 贾克帅

高炉之于钢铁企业,无疑是“工业重器”。

矗立在中国宝武马钢股份炼铁总厂的2500立方米一号高炉已经服役27年,历经风雨。但在马钢人眼中,它一直有着特别的意义。

一号高炉得以建成,离不开20多年前那场股份制改革及“中国钢铁第一股”的诞生。

马钢由矿而生,马鞍山市因钢设市。上世纪50年代,毛泽东主席来视察时指出:“马鞍山条件很好,可以发展成为中型钢铁联合企业。因为发展中型的钢铁联合企业比较快。”

经历了在荒芜之地结棚为营、风餐露宿的艰苦创业,我国第一座火车轮箍厂、第一套高速线材轧机、第一条热轧H型钢生产线等填补国内空白的重大项目纷纷落成。

党的十四大以前,马钢200万吨钢铁配套规模基本形成,但钢铁事业开拓者深知,仅靠过去滚雪球式的发展模式,迈向400万吨配套生产规模几乎无法实现。

1992年春天,在邓小平南巡讲话精神鼓舞下,全国掀起了大发展的热潮。一时间,“股份制”成为热词。马钢这样的钢铁企业首次面临要不要股份制改造、如何进行股份制改造的问题,为此,安徽省、省政府领导班子及马钢上下召开了一个个会议,进行了一次次讨论。

时任马钢经理王秀智率队赴上海学习考察,又选派时任马钢副经理杭永益等人去北京,参加中港股份制研讨班学习。1992年9月,经批准,马钢登上了全国首批9家股份制规范化试点的头班车。

作为国内钢铁行业第一家准备上市的股份制规范化试点单位,马钢股份制改制实际上是建立现代企业制度的过程。

1993年2月26日,省政府专题研究通过了马钢股份制改革方案及其6项重大政策。伴随着一个个国家文件的下达,马钢股份制改革迈出了实质性步伐。

年过花甲的马钢股份公司原董秘室主任胡顺良,亲历了马钢改制上市部分过程。他回忆说,马钢股份制改制包括重组分立、选择中介机构、进行资产评估、境内外发行股票、沪港两地上市交易等,涉及一系列政策法规,还包括企业内部人员、机构、资产分立、资产评估、审计等,涉及好几万职工,工作千头万绪。为此,马钢成立了改制工作组,按照既要与社会主义市场经济接轨,又要同国际市场接轨;既要符合中国的法律要求,又要符合在境外上市所在地区的上市规范;既要同国际惯例接轨,又要从中国实际出发的要求,开展改制工作。

1993年9月20日,马钢成功实施股份制改制,马鞍山钢铁股份有限公司,为上市打下了基础。

马钢股份公司组成三个推介团,赴世界三大金融中心纽约、伦敦、香港以及法国、加拿大、瑞士、荷兰、新加坡等地进行全球推介。1993年11月3日,马钢H股在香港联交所正式挂牌交易。1994年1月6日,马钢A股在上海证交所成功挂牌上市。

“中国钢铁第一股”不仅名扬国内,还被英国伦敦《国际金融评论》评选为1993年度全球新兴股票市场最成功的上市公司,马钢由此开创了中国特色大型钢铁联合企业成功实现股份制改制的先例。

“马钢通过登陆H股和A股市场,总共筹集的资金折合人民币超过64亿元。”胡顺良说,“钢铁第一股”融通了资本,马钢实现跨越式发展有了雄厚的资金基础。1994年4月,马钢有史以来最大的现代化建设工程2500立方米高炉及现代化料场、300平方米烧碱机和热电厂建成投产,马钢年产生铁能力由200万吨登上400万吨新台阶。一步跨越了几十年的历程,进入大型化、现代化钢铁企业行列。

“中国钢铁第一股”释放的改革动力,推动着马钢在发展道路上迎来又一个里程碑。

20多年后的今天,马钢发展成为具备2000万吨钢铁配套生产规模的特大型钢铁联合企业、国际上市公司,炼铁装备

全部实现大型化、现代化。

2019年9月19日,安徽省国资委和中国宝武签订了《关于重组马钢集团相关事宜的实施协议》,中国宝武持股51%,安徽省国资委持股49%,马钢集团成为中国宝武控股子公司。

联合重组以来,马钢集团有序推进

专业化整合,着力构建“钢铁制造产业”+“轨道交通材料及装备、金属资源回收加工综合利用、冶金装备(备件)制造、设备远程运维、特种冶金材料、装配式建筑、矿产资源、长三角数据中心”的“1+8”产业布局,提升企业综合竞争力和对地方经济社会发展的贡献度。



1953年9月16日18时5分,马鞍山铁厂2号高炉顺利流出了第一炉铁水,改变了华东地区有矿无铁的历史。(资料照片)

倾听民声,广纳民意办实事

■ 本报记者 林春生
本报通讯员 李曜

“老有所养、老有所依、老有所乐、老有所安。”6月18日上午,记者走进铜陵市义安区天门镇金塔村老年人日间照料中心,首先映入眼帘的是一排排鲜红的大字。

照料中心的厨房内,厨师束贵萍紧张地忙碌着。“早上8点多过来,准备各种食材。今天给老人们做的是千张烧肉、肉烧大白菜、冬瓜烧肉和西红柿蛋汤。”束贵萍一边翻炒着锅中的菜,一边笑着说。

活动广场上,几位老人在健身设施上锻炼身体。94岁高龄的村民胡守兰四处寻摸着“棋友”。“下一盘?”“不下不下,下不过你。”周围几位老人打趣地说。

“我每天白天都来,跟老伙计们下下棋,打打牌。中午有可口的饭菜,还有村医定期检查身体,过去哪有这样的日子啊,老了老了还享福了。”胡守兰由衷地赞叹道。

在“我为群众办实事”实践活动中,铜陵市义安区坚持以人民为中心,创新推出“四进四回”“四强四解”工作法,将有温度的政策措施实施下去,切实把好事办实、实事办好。通过进家庭、进村居、进企业、进学校,分层分类调研走访,广泛听取意见建议,了解群众所需所盼,共收集群众急难愁盼事项3000余条。

天门镇金塔村人口2850人,60岁以上老年人有570余人,空巢、独居、五保老年人有近百人,为保障全村老年人老有所养、老有所依、老有所乐、老有所安,该村通过走访询问每一位老人的意见和建议,依托原金塔小学闲置校舍进行改造,打造出就餐、医疗、娱乐、老年大学等项目在内的金塔村老年人日间照料中心。

“日间照料中心占地3000平方米,采取‘日间统一照料、夜间分散居住’相结合的服务模式,为全村60周岁以上老年人提供膳食供应、个人照顾、保健康复、休闲娱乐和精神慰藉等日间托养服务。”天门镇金塔村党总支书记、村委会主任梅香胜说,日间照料中心自5月20日试运营以来,已累计接待老年人800多人次。

日间照料中心的建成投入使用,得益于义安区充分用好“四进四回”走访调研成果。该区针对收集到的意见和建议,拟定实事项目任务、责任、举措、时限“四张清单”,切实做到强保障、解困扰民生之急;强基础,解基层治理之难;强帮扶,解约束发展之愁;强长远,解美好生活之盼。

“我为群众办实事”实践活动开展以来,义安区优化社会救助流程,将低保、特困供养审批时限压缩至20个工作日以内;针对公共服务存在短板问题,将慢性病评审由原来一年2次增至一年4次;安装各类视频监控探头7900余个,重要区域场所视频监控实现全覆盖;建立各级调解组织128个,建立网上“调解店铺”10个;设立续贷过桥资金,协助24户企业办理续贷过桥业务,累计金额达3.6亿元;发放“税融通”贷款149笔1.42亿元;创新“红色跑办服务”制度,为企业办理各类跑办事项260余项;维修养护供水工程3处,覆盖供水服务人口23.67万人。



6月28日,合肥市长丰县造甲乡在合肥市第一个党支部成立地点——中共北乡支部纪念馆举行“光荣在党50年”纪念章颁发仪式。图为少先队员向在党50年的老党员献上鲜花。 本报通讯员 杨锋 摄

电商“搭桥”,农产品“出村”路更宽

■ 本报记者 洪放

“不需要自己跑路,家门口就有人来收货,省事方便。”近日,在桐城市金神镇杨塘村,村民鲍时健的2斤山芋粉丝、2斤萝卜干、28个土鸡蛋,就在杨塘超市门口换得现金56元。

自从杨塘超市接入了电子商务进农村综合服务点,村民可以将自家的农产品在服务点直接销售。

“收上来的时蔬、干货、土鸡蛋等,我们会第一时间通过线上与线下渠道进行分销,让城里人吃到地地道道的农家菜。”村级服务站点的承办企业安徽农夫商城电子商务有限公司总经理钱叶伍介绍,作为本土电商企业,公司投资了

1200万元自主研发网购平台,打造“公司+农户+O2O平台+物流配送”的线上销售体系,推动桐城当地小农户对接大市场。

近年来,桐城市大力发展农村电商的决策部署,加强政策支持,先后印发《关于加快电子商务发展的实施意见》《关于促进电子商务发展若干政策的意见》《电子商务进农村实施办法》等文件,积极探索新模式,推动农村电商加速发展,活跃经济、开拓市场、促进增收。日前,该市因“推进农产品流通现代化、积极发展农村电商和产销对接成效明显”,获得国务院督查激励。

2015年,桐城电商公共服务中心上线运营,引进第三方公司建立全省首个

线上电商公共服务平台,全方位提供咨询、培训、设计、运营服务,为培育本土电商主体创造有利条件。依托本地良好的产业基础,引进阿里巴巴、京东、苏宁易购等知名电商平台。精心打造电商体验馆,通过线上线下相结合,集中展示推介桐城特色农产品和文化元素。线下展销馆陈列本地特色农产品100余款;线上中国特产·京东桐城馆、淘宝特色中国桐城馆于2015年、2016年先后上线运营,上架茶叶、蜂蜜、羽绒被等本地特色产品60余款。

桐城市在积极搭建电商平台、拓宽农产品线上销售渠道的同时,还积极构建市、镇、村三级物流体系。目前,全市建设县域物流中心2个,设立15个镇级物流

分拣中心,建立村级电商服务站196个。

该市物流配送中心承办企业农夫商城公司组建物流运输队,同12家物流快递企业合作共建、资源共享,开通11条配送主干线路,建成配送中心及仓储2000平方米,冷藏库容达50吨,与全市15个镇街、196个行政村的网点形成冷链物流配送体系,为农产品“出村进城”一路保鲜。

“依托市物流配送中心建成的物流配送体系,实现了工业品下乡和农产品进城的双向流通,大大提升了物流速度,使物流成本降低20%以上。”桐城市商务局电子商务科负责人姚松贵介绍,随着电商公共服务中心、农村电商物流配送中心和乡村电商服务网点“两个中心、一个站点”全面铺开,去年桐城市农村网络零售额达24.72亿元,近3年年均增速达36.6%,先后获评“全国电子商务进农村综合示范县”“全国电商示范百佳县”“安徽省电子商务进农村全覆盖示范工作先进县”等称号。

