

勇担行业重任 新特能源实现多晶硅真正绿色生产

牛潇萌 王慧芳

2017年11月16日,中国有色金属工业科学技术奖励工作办公室发布2017年度中国有色金属工业科学技术奖评审通过的项目公告,公告显示:新特能源股份有限公司《高纯晶体硅绿色生产关键技术自主创新与产业化》项目问鼎2017年度中国有色金属工业科学技术奖一等奖。

新特能源股份有限公司本次获奖项目,是在国家“十二五”重大科技支撑计划、国际科技合作、国家重大科技成果转化等专项支持下,项目团队历时五年,围绕多晶硅生产流程中原料的高效、长周期安全制备,高品质提纯及循环利用,成品的高质、高效规模化生产等方面开展的创新研究。

技术创新不断突破

新特能源股份有限公司党委书记、总经理银波介绍说,多晶硅是有色金属功能材料、光伏、电子信息产业重要的关键基础材料,高纯晶体硅(电子级多晶硅)高质量、低成本、低能耗、连续稳定的绿色生产技术工艺,是多晶硅

行业共性需求。公司此次获奖项目以“智能制造”、“绿色制造”为指导思想,依托多晶硅材料国家地方联合工程研究中心、光伏材料制备与应用技术重点实验室等国家级实验室,联合天津大学(精馏技术国家工程研究中心)、清华大学(化学工程联合国家重点实验室)、西安隆基硅材料股份有限公司等成立协同创新团队,提出尾气零排放、副产物100%回收利用等绿色生产循环经济解决方案,建成了系列化主辅配套的高纯晶体硅生产工艺技术体系。系统经过3年多的连续稳定运行,实现了副产物四氯化硅100%循环利用、氯硅烷尾气的零排放及余热梯级利用,生产成本降低50%、能耗降低38%、多晶硅纯度由6N提高到11N的目标。在技术创新性、新颖性、实用性和功能综合性等方面取得原创性突破。

据了解,新特能源股份有限公司创新开发出深化冷氢化工艺及系列化主辅工艺配套的高效流化床四氯化硅循环处理技术;建成了世界单体规模最大的3×12万吨/年四氯化硅转化为三氯氢硅的成套装置。解决了多晶硅行业



新特能源股份有限公司循环经济景观池

四氯化硅的排放及污染的共性难题,四氯化硅100%循环利用、多晶硅生产成本降低2.88亿元/年。

值得一提的是,该团队还研发出多晶硅生产氢气净化及还原炉尾气回收利用技术;攻关开发出由合成分子筛+改性硅胶配伍的核心吸附剂,开发了氢气深度净化连续回收处理技术、全工艺热量梯级回收利用等关键技术。同时,在国内研发出48对棒还原炉多晶硅生产系统工艺技术包并率先实现产业化;研发出48对棒及以上大型多晶硅还原炉运行自动控制系列技术;自动化多晶硅棒拆装转运流程工艺;采用先进的PolySim3D/1D等分析技术,模

拟CVD还原炉流场分布,优化了生产工艺参数、供电方案等。并且,在国内率先研发出大规模电子级多晶硅生产的系列化配套工艺技术体系,从而实现电子级多晶硅量产与国产化;创新差压耦合精馏、反应歧化精馏、高压脉冲破碎等技术,以及太阳能级提升至电子级的改良西门子法升级换代。

应用前景广阔而具体

新特能源公司多晶硅生产技术水平及成果,得到了中国有色金属工业协会和中国电子材料行业协会的认可,该项目技术的研

发及应用,使企业成功突破国际光伏“双反”困局,对多晶硅行业具有指导示范效应,实现了多晶硅生产工艺技术的升级换代,及我国光伏行业和电子信息行业产业技术升级。

新特能源股份有限公司勇于担当行业崛起重任,引领行业技术创新发展。在“十三五”期间,新特能源公司将紧跟工业4.0步伐,向着“中国制造2025”目标进发,不断推动“中国制造”向“中国创造”转变、“中国速度”向“中国质量”转变,使公司进一步做精做强,力争成为全球领先的硅基材料供应商,为推动我国新能源产业和新材料产业发展而不懈努力。

国台酒业发布品牌新战略： 签约唐国强，入选“CCTV国家品牌计划”

洪伟

12月17日,贵州国台酒业有限公司(以下简称“国台酒业”)与中国著名表演艺术家唐国强在北京签约,国台酒业力邀唐国强倾情代言国台酒业。中央电视台广告经营管理中心任学安主任,天士力控股集团吴迺峰总裁、吴丹勇副总裁,国台酒业张春新总经理以及国台酒业部分股权经销商代表等领导出席了发布会。

发布会上,国台酒业宣布,国台酒入选2018年“CCTV国家品牌计划”,由唐国强代言的国台酒广告片将于2018年1月登陆央视CCTV-1黄金时段。中央电视台广告经营管理中心主任任学安表示,央视与国台酒业携手,将进一步打造国台酒业的国家级品牌形象。

吴迺峰在致辞中说,天士力是2018年“国家品牌计划”行业的领跑者,国台酒业作为天士力大健康引领下的主打品牌,在大家共同支持下,将创造辉煌的未来。

唐国强代言广告片 四美一通国台美酒

发布会上,张春新与唐国强



签约现场,从左到右依次为:吴丹勇、唐国强、吴迺峰、任学安、张春新

互换签约书。这是国台酒业首次启用形象代言人,标志着国台酒进入了代言人时代。

吴迺峰表示,唐国强先生是著名的影视艺术家,塑造了很多让中国观众记忆深刻的经典角色,由唐国强代言的国台酒将迈向更高的台阶,同时希望在“CCTV国家品牌计划”的推动下,未来3—5年时间,将国台品牌打造成国家品牌。

作为著名的影视演员,唐国强出演《开国领袖毛泽东》、《长征》、《建国大业》、《毛泽东》等影

视剧,深受观众喜爱。而国台酒业经过18年的发展,已发展成为政府授牌、行业认可、社会公认的茅台镇第二大酿酒企业,并确立了“贵州国台酒·酱香新领袖”的品牌地位。唐国强的个人形象与国台酒的品牌形象结合,不难让消费者联想到国台酒作为酱香品类的市场地位。

张春新介绍,离开茅台镇就造不出茅台酒,离开茅台镇同样造不出国台酒。国台酒,共享茅台镇的神奇土地,严格秉承茅台镇正宗酱香工艺,每一瓶出厂的

国台酒,至少要5年方成。

大家都要喝好酒,这是新时代对白酒行业的总体要求。国台酒业始终秉承精酿一瓶国台美酒、陶藏一瓶国台美酒、勾调一瓶国台美酒、品饮一瓶国台美酒,通达人生国台酒的“四美一通”理念做酒。通过科技引领、市场导向、产业保障、文化铸魂,用科技创新引领产业发展,用文化创新引导市场消费。

国台酒业 新一轮品牌战略升级

任学安介绍说,“国家品牌计划”,是要一批能代表国家形象的优秀企业代表国家参加国际竞争。国台酒有高尚的品质,有这样的意愿和情怀,国台酒业作为酱香新领袖将在2018年市场上掀起一股非常大的波澜,我们拭目以待。

作为“CCTV国家品牌计划”的品牌,国台酒2018年将在央视全年的广告资源集中于旗舰频道CCTV-1晚间黄金时段的黄金栏目发力,这意味着2018年央视一套黄金时段及其他几套黄金栏目都将有国台酒品牌展现。

国台酒成功入选2018年

“CCTV国家品牌计划”品牌是国台酒实力的体现,实至名归,也意味着国台酒迈入了国家品牌建设的最前沿。

据悉,“2017年中央电视台黄金资源暨国家品牌计划发布会”上首次提出了“国家品牌计划”。通过索福瑞收视率与CTR广告监测数据调查显示,“国家品牌计划”的影响广泛辐射到消费者、经销商等多个群体,并在品牌认知、产品销售、企业战略等多个维度产生了正面影响。可以说,“国家品牌计划”不只是广告服务,更是一项提升企业多方面竞争力的系统性品牌建设工程。

值得注意的是,2017年国台酒业取得了一系列令人瞩目的战略发展,对国台酒进入新时代,业内认为有四个标志性的事件:聚焦“国台国标酒”的产品战略、股权激励·厂商联盟的项目、品牌价值突破百亿以及推进主板上市。

业内人士认为,从今年国台酒业频繁的市场举动,再到近期品牌系列大动作,意味着国台酒业在品牌建设上进入了一个全新的时代。“国家品牌计划”能够有效地整合央视平台的优质资源,相信能够助力国台酒业品牌在布局全国市场中奠定强大的品牌根基。