

走进中国建材： 解锁碳纤维的“全球领跑密码”

6月28日,江苏连云港,创新涌动。中国建材集团(以下简称“中国建材”)旗下中复神鹰连云港基地内,三条“全球最大”高性能碳纤维生产线集中投产。此次投产不仅彰显了中国建材作为新材料“国家队”的科技创新实力,更标志着我国碳纤维产业迎来“技术+产业”双领先、“高端化+规模化”双跃进的全新里程碑。从航空航天的“轻量化铠甲”到风电叶片的“绿色引擎”,从深海探测的“耐高压材料”到3C电子的“精密构件”,三条产线构建起“高强—高模—大丝束”碳纤维产品矩阵,为制造强国战略筑牢关键支撑。

破解“卡脖子”难题

此次投产的三条产线,凭借“全球最大”的规模优势与“国际领先”的技术实力,交出了一份彰显自主可控能力的“中国答卷”。

第一条是全球规模最大的千吨级T1100级高性能碳纤维生产线。SYT70(T1100级)碳纤维适配空间站、深空探测、运载火箭、eVTOL低空飞行器等航空航天极端应用场景和极致性能需求。该条生产线实现百吨级向千吨级的产能跃升,全球首次在4米宽幅生产线上实现T1100级产业化生产,进一步提升我国航空航天领域关键战略材料的支撑保障能力。

第二条是全球规模最大的高性能大丝束碳纤维生产线。依托全球首创干喷湿纺大丝束制备技术,可年产5000吨高性能大丝束碳纤维产品,模量较前代提升10%以上,可降低碳板用量8%—12%,广泛应用于风电、新能源汽车等领域。该生产线的建成投产是继中复神鹰西宁基地年产3000吨通用型碳纤维产线后,行业规模化制造能力上的又一次重大飞跃。

第三条是全球规模最大的高模量碳纤维生产线。该生产线可年产600吨M40级高模量碳纤维,主要应用于高端装备、高端体育用品、3C电子等领域,具备参与国际航空航天市场竞争的能力。

据悉,三条产线所在的连云港高性能碳纤维生产基地,于2023年6月启动建设,占地1500亩,计划投资60亿元,设计产能3.1万吨,规划10条全能线。项目秉承“绿色化、高端化、数智化”理念,首批产线试运行一个月即实现“投产即达标”,以稳定充足的优质产品回馈市场信任与期待。“碳纤维是重要的战略性新兴产业



料,是破解关键领域‘卡脖子’瓶颈、夯实制造强国根基的关键支撑。”中国建材集团党委书记、董事长周育先在投产仪式上表示。

从“0到N”的创新跨越

“从‘黑色黄金’到‘寻常百姓家’,高性能碳纤维让‘中国制造’更好服务全球经济。”周育先表示。

谈起中国建材的碳纤维攻坚之路,周育先回忆道,“2007年,在连云港这片投资热土,中国建材与当地碳纤维攻关团队携手共建中复神鹰,开启了以‘央地合作’‘国民共进’模式落实国家新材料战略,加快科技创新攻关、发力原始创新的新征程。”他表示,在国务院国资委、工信部及江苏省的支持下,中复神鹰以长期主义精神矢志创新,攻克了百吨级T1200、千吨级T1100、万吨级T700/T800碳纤维的技术研发、装备自主可控、产业化落地等难题,建成连云港、西宁、上海三大基地,实现国产碳纤维“从0到N”的历史性跨越。

特别是今年3月,T1200级超高强度碳纤维工程化量产,使我国成为全球首个

实现该级别量产的国家;短短三个月后,三条世界级产线集中投产,进一步补齐了国内高端碳纤维规模化产能短板。从实验室到生产线,从样品到产品,中国用20年时间走完了发达国家半个世纪的路。这背后,是科研人员的坚守,是产业政策的持续发力,更是“集中力量办大事”的制度优势。

面向未来,周育先强调,“中国建材将持续深化与江苏省的全方位合作,聚焦科技创新、产业链强链补链、绿色低碳发展,全力支持中复神鹰做强做优做大,加快打造具有国际竞争力的世界一流碳纤维企业 and 专业领军企业。”这种“创新+产业”双轮驱动的模式,正是中国建材作为央企“国家队”的责任担当——不仅要突破技术壁垒,更要构建自主可控的产业生态。

构筑全产业链生态

三条产线的投产,不仅是单一企业的突破,更将带动碳纤维全产业链升级。活动现场,中船集团、中国商飞、中国石化等产业链上下游企业代表齐聚,共同探讨协同发展路径。

在航空航天领域,T1100级碳纤维将为大飞机、运载火箭提供轻量化材料,助力我国航天强国建设;在新能源领域,48K大丝束产品可降低风电叶片成本,推动可再生能源规模化应用;在高端制造领域,M40级高模量碳纤维将提升3C电子、体育器材的产品性能,让“中国制造”更具国际竞争力。

“加快实现碳纤维自主可控并向高端迈进,是国资央企共同的使命任务。”国务院国资委科创局副局长孙少斌表示,希望中国建材以此次投产为新起点,持续巩固高端碳纤维领域技术、产能双重领先优势,牢牢守住关键核心材料自主安全的生命线。

江苏省副省长、党组成员沈剑荣则表示,“江苏将全力支持碳纤维产业发展,推动产业上下游构建常态化对接交流机制,打造专业开放共享的创新平台,实施关键技术攻关和应用示范项目,形成一批具有示范带动作用的标志性成果。”这种“政府+企业+科研”的协同模式,为碳纤维产业高质量发展提供了制度保障。

(本文由本版编辑根据人民网、央视网等媒体报道,中国建材集团官网相关内容综合整理)

探寻煤企协同新路径 共建新材料发展新生态

(上接第一版)

《中国企业报》“百园千金”调研组认为,企业当前面临的经营压力,既是成本、汇率波动带来的短期阶段性难题,更是外贸制造业粗放式、成本驱动的传统发展模式难以适配高质量发展阶段的结构性挑战。

结合企业产业禀赋与新质生产力发展要求,调研组为华懋特材提出三大战略升级思路:一是发展格局迭代,由“外销单一主导”转向国内国际双循环协同发力,同步开拓国内高端特种面料市场、稳固全球优质海外渠道;二是增长动能转换,由低成本规模驱动转向核心技术驱动,依托自研成果提升产品技术附加值,打造不可替代的差异化竞争优势;三是企业定位升级,从单一面料产品供应商,转型为全场景特种材料综合解决方案服务商。

叶激艇对调研组的建议深表认同。他表示,华懋特材作为国家高新技术企业,在科技创新方面不断加大研发力度。公司研发团队突破“复合软手感面料”“工装阻燃”等多个关键技术难题,其开发的超轻量化纤维功能性面料有望打破高端面料长期被日韩少数企业垄断的局面。同时,企业正稳步推进“国内研发、海外生产”全球化布局,越南生产基地智能化、本地化建设持续深化,远期规划总产能规模可达15亿元,将不断强化全球配套供应能力。

全面战略合作,多维赋能发展

座谈会上,《中国企业报》集团副总裁刘海洋全面介绍了集团综合服务能力。作为以企业和企业家为报道核心的中央级媒体,集团历经三十余年发展,构建起“一专三全”核心布局——以专业化智库为引领,打造全媒体传播、全球化资源整合、全链条产业服务体系,形成媒体宣传、智库研发、会展论坛、产业服务“四位一体”业务矩阵,深耕智能制造、新材料、新能源、数字经济等重点领域,搭建起政府、产业园区、实体企业三方沟通桥梁。

活动现场,《中国企业报》集团同华懋特材共同签署战略合作框架协议,双方约定建立常态化长效沟通机制,围绕品牌全媒体传播、全球产业资源赋能、产业智库咨询、论坛活动交流等领域开展系列深度合作。

付强在总结中表示,此次合作是《中国企业报》集团“一专三全”战略布局与华懋特材全球化战略的深度契合。集团将以专业化智库为引领,发挥全媒体传播优势,擦亮华懋品牌;依托海外国际交流中心平台,联动海外采购商、行业协会及科研机构,为华懋特材链接海内外产业资源;通过全链条产业服务体系,收集海内外市场政策动态与信息,搭建国内外沟通桥梁,为华懋特材高质量发展助力。

(本文执笔:张倩、何芳,调研组其他成员:付强、刘海洋、于龙梅)



调研座谈



调研合影



调研智能织造车间



关于组织开展“弘扬长征精神 强国复兴有我” 主题征文活动的通知

各有关企业:

2026年是中国共产党成立105周年、红军长征胜利90周年,也是“十五五”开局之年。为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,落实中央宣传部等21家部门关于开展2026年“强国复兴有我”群众性主题教育活动的部署要求,传承弘扬伟大建党精神和长征精神,《中国企业报》集团联合中国企业文化促进会在本报开设“中国企业之歌”专栏,开展“弘扬长征精神 强国复兴有我”主题征文活动。旨在以文字记录企业奋斗故事、传递红色精神力量,谱写新时代中国企业创新奋进、报国担当的时代篇章。现将有关事项通知如下:

一、征文主题

弘扬长征精神 强国复兴有我

二、征文对象

全国各类企业管理人员、技术研发人员、一线在岗员工

三、征文创作方向

紧扣建党105周年、长征胜利90周年时代节点,立足企业经营发展实际,可选取单一维度创作,也可将两大维度融合撰写:

1.深耕企业文化建设。围绕企业厂歌、司歌、企业形象主题曲,深度挖掘企业歌曲蕴含的精神内核,阐释文艺载体如何彰显企业攻坚克难、锐意进取的奋斗底色;结合企业发展历程、重大攻坚实践,论述长征精神如何转化为企业突破发展瓶颈、破解产业难题的内生动力,推动红色基因深度融入企业文化建设与生产经营全过程。

2.记录企业奋斗实践。聚焦企业科技创新、产业转型升级、重大项目攻关、服务国计民生等重点领域,挖掘鲜活案例、典型人物与感人故事,生动诠释新时代企业家精神、工匠精神、劳模精神,充分彰显广大企业干部职工“强国复兴有我”的责任与使命。

四、作品规范要求

1.体裁篇幅:除诗歌外文体不限,文章主题鲜明、内容真实、情感真挚,全文字数控制在2000字以内。

2.原创标准:所有参赛作品须为作者独立原创,严禁抄袭、洗稿、套改,禁止使用AI工具生成文稿。投稿作者完整持有作品著作权,不得侵犯任何第三方知识产权。一经查实存在违规稿件,直接取消参评资格,相关法律责任由作者自行承担。

五、组织动员工作要求

1.强化统筹推进。请各企业党组织牵头,联合企业文化、品牌宣传等相关部门,切实做好本次征文活动的内部宣传、人员发动、稿件征集工作,广泛动员全体职工积极参与投稿。

2.设立激励机制。活动将对组织动员工作成效突出、稿件报送数量多、优质原创作品产出丰富的单位,授予专项荣誉奖励。

六、投稿报送方式

1.报送邮箱:zhengwen@zqcn.com.cn
2.邮件格式:邮件主题统一标注为“中国企业之歌征文+企业名称+作者姓名”。
3.稿件附件要求:文稿末尾统一附作者信息,包含姓名、职务、所属单位、联系电话。

七、评审表彰与成果运用及相关说明

1.稿件评审与个人激励
主办方将组建专业评审团队,按照公平、公正、公开原则对全部征文稿件开展分级评定,获评优秀等次作品的作者将获得对应荣誉证书及配套激励。

2.著作权约定
参赛作品著作权归作者本人所有;主办单位享有作品无偿使用权,可用于丛书汇编、媒体刊发、线下展览、宣传推广等公益场景。

3.优秀作品出版
经评审遴选的优秀征文,将统一收录进《中国企业之歌》大型丛书,由国家级出版社公开出版发行。

4.活动公益属性
本次征文为公益性文化活动,全程不向参与单位、投稿作者收取任何报名费、评审费、出版费。

5.活动规则认定
凡提交投稿稿件,即视为投稿单位、投稿作者完全知晓并同意本通知全部规定。

《中国企业报》集团
中国企业文化促进会
2026年7月3日