

小小钢丝成就高铁轨道板的“钢筋铁骨”

节目主持:赵巍 节目编辑:叶丹

每一次“津彩”对话,都是对民企风华的真切记录。在钢铁与混凝土的世界里,预应力材料支撑着高铁飞驰、大桥横跨江海、清泉穿越千里。天津银龙集团股份有限公司,这家起源于改革开放初期的民营企业,用近半个世纪的坚守,把一根根钢丝做成了走向世界的中国名片。本期《津彩访谈——民企正风华》节目,主持人赵巍对话天津银龙集团股份有限公司董事长兼总经理谢志峰。

深耕实业 自研钢丝筑牢基建根基

主持人:很多朋友可能会好奇,咱们“银龙”生产的预应力钢丝它到底是怎么给高铁当“钢筋筋骨”的?您能不能用咱们老百姓生活中最常见的东西,给大家通俗地解释一下,到底什么是“预应力”?

谢志峰:预应力,说白了就是提前给构件做“预先绷紧、预先压紧”处理。就像两棵树之间拉晾衣绳,我们先使劲拉紧绳子再固定,让绳子本身自带拉力,这就是预应力的原理;先把钢筋拉紧定型,再浇筑混凝土,就是先张法工艺。提前压紧、拉紧,让混凝土轨道板内部有均匀的压应力,抵消高铁反复碾压带来的拉力,防止开裂变形。同时要科学控制张拉力度,留出合理压缩余量,保证结构安全耐用。

主持人:您自己也说过,咱们“银龙”做的这些产品,在普通人眼里可能比较“小众”。但正是这种“小众”的材料,却撑起了咱们国家的高铁大动脉。您能不能先给大家交个底,在这个“小众”的赛道里,咱们“银龙”现在

究竟跑到了什么位置?

谢志峰:截至目前,针对国内的双向先张法 CRTS III 型高铁无砟轨道板,我们的独资、合资产能合计占据全国52%的市场份额。对于高铁轨道板所需大直径螺旋肋钢材,我们的供货量约占全国总量一半。还有高铁预应力混凝土桥梁用材,我们的市场占比能达到15%。

主持人:“银龙”主导完善的 CRTS III 型高铁无砟轨道板技术,填补了国内空白。这项技术的突破,对咱们中国高铁网络的自主可控意味着什么?

谢志峰:2012年以前高速铁路建设,我们国内多采用的是德国和日本高速铁路轨道板体系。2012年,在原铁道部牵头组织技术攻关后,又历经一段时间在材料、技术、产品及装备方面的系统性研发,双向先张法 CRTS III 型预应力混凝土轨道板完成最终技术鉴定并获准应用。该轨道板技术达到国际首创、国际领先水平,整体性能可替代并优于原有德系、日系轨道技术。这是展现中国智能制造的契机,这也显示了中国智能制造的优越实力。中国制造业有持续研发、实现技术自主突破的能力,更有着最完善的产业供应链优势。

抵住诱惑 跟“一条钢丝”死磕

主持人:谢总,回顾“银龙”48年的发展史,其实也是一部中国民营经济的进化史。在过去的几十年里,房地产、互联网、资本运作,无数风口呼啸而过,很多和“银龙”同时代的企业都选择了跨界或者扩张。但“银龙”却像钉子一样,死死扎在“预应力材料”这一个赛道上。

谢志峰:公司专注主营业务,在细分领域保持始终如一、持之以恒的态度。48年来,我们其实就干了一件事:死磕“预应力”这一个核心主业,然后顺着产业链上下游稳步布局、向外



天津银龙集团股份有限公司董事长兼总经理谢志峰

延伸。最开始,我们只是做拉丝模具;后来,我们向下游拓展,开始生产预应力材料;再后来,继续延伸布局,进入轨枕和高铁轨道板等产品领域。乍一看,从“预应力钢丝”跨到“高铁轨道板”,跨度似乎很大。但实际上,它们在技术和产业上是一脉相承的,绝对不是盲目跨界。所以,可以说我们的发展逻辑一直很清晰:围着主业,一步一个脚印地有序延伸,绝不搞那种跳跃式、不靠谱的盲目扩张。

主持人:“银龙”能有今天,离不开老一辈的拼搏。听说当年为了研发“螺旋肋钢丝”,您父亲带着大家用最原始的办法一点点研磨模具。这种“死磕”的工匠精神,是如何成为“银龙”企业基因的?

谢志峰:我常听父亲说起老一辈钻研技术、持续创新的执着精神,这份精神贯穿了“银龙”的整个创业发展历程。“银龙”是全球螺旋肋预应力钢丝的首创者。在这款产品问世前,电线杆、空心楼板这类中小型预应力混凝土构件普遍采用光面预应力钢丝或压波钢丝。我们研发的钢丝经拉拔成型,表面带有连续螺旋肋纹,受力均匀、耐疲劳

性能突出。后来,通过配套自主研发的核心拉丝模具,也保障了螺旋肋预应力钢丝在天津顺利实现产业化落地。

畅谈未来 品牌还是关键

主持人:再过五年、十年更长的时间,您期待大家在提到“银龙”的时候,最先想到的一个关键词是什么?

谢志峰:品牌!我对天津这座城市一直有着很深的感情。小时候,飞鸽自行车、北京牌电视机、夏利汽车这些老品牌曾经火遍全国。时至今日,天津仍有不少老牌企业持续焕发新活力。作为北方经济重镇与国际化大都市,天津各行各业的优质品牌都在夯实实力、稳步前行。以拉丝行业为例,天津拉丝产业已有上百年发展历史,积淀了深厚的工业底蕴。立足这样的产业根基,我们有着一个愿景:希望“银龙”能够成为代表天津的一张亮眼的城市名片。为实现这一目标,未来十几至二十年间,我们将全力以赴,在技术研发、产品质量、经营管理和企业文化建设上做到极致,把“银龙”打造为一流综合性大品牌。



韩阿茹娜

十八年前,韩阿茹娜还是一名电动车售后经理,每天面对重复琐碎的维修事务,职业天花板触手可及。2008年,她毅然转型加入中国平安,从零起步。如今,她已成长为平安人寿资深业务主管、2026年全国三优主管,用亲身经历诠释了“跨界”与“深耕”的力量。

初入行时,韩阿茹娜定下“百万收入不是梦”的目标。近十八年过去,她不仅超额兑现了对自己的承诺,更见证了保险行业从粗放扩张迈向高质量发展的黄金时代。“如今我们早已告别单纯销售保单的身份,升级成为客户的保险康养顾问。”韩阿

平安人寿康养服务之星: 从售后经理到保险康养顾问 韩阿茹娜的十八年跨界坚守

茹娜说,这份事业带来的成长与价值,早已超越了当年的收入期待。

谈及服务理念,韩阿茹娜强调“真诚透明”四字。她带领团队依托中国平安“保险+服务”战略,分层开展健康、养老、财富主题沙龙,提前告知活动内容,零隐形营销,用走心服务取代硬性推销,稳步积累客户信任。

“以专业赋能服务,以真诚经营人心,紧跟平台步伐,守护每一位客户的美好生活。”这是韩阿茹娜的职业信念。面对未来,她认为优秀保险康养顾问必须具备三项核心能力:综合专业素养、精细化场景经营能力,以及数字化协同能力。在平安“做

优、增优、育优”三优主管体系下,她坚信,懂康养、懂金融、懂传承的专业化团队,是行业发展的主流方向。

【重要提示】

1. 本文所述“保险康养顾问”指保险代理人,其展业范围仅为保险产品销售。
2. 高品质康养社区服务为增值服务,客户需认可保险产品,符合条件并且保费达标的(≥588万)客户可申请体验康养社区服务,服务权益的获取需根据客户实际需求和公司政策综合评估。上述服务内容仅作参考,不构成任何形式的承诺、保证、要约或要约邀请。涉及收费的项目,需客户根据自身需求付费购买,具体价格以用户购买服务时

与相应服务商之间的订单约定为准。中国平安人寿保险股份有限公司保留对服务内容、服务提供对象、服务提供规则的调整权利,具体请以平安金管家/平安管家服务号/小程序等最新信息披露为准。

高品质康养社区:权益服务包括入会服务和入住服务。入会服务由平安人寿委托平安健康互联网股份有限公司联合深圳平安综合金融服务有限公司或其他具有经营资质的第三方机构提供,入住服务由平安臻颐年(上海)企业管理有限公司或其他有资质的第三方公司提供。

3. 文中家族财富传承非保险功能,仅指通过指定身故受益人实现身故保险金传承。

