

一块“身怀绝技”的玻璃

□ 新华社记者 邓倩倩



机械臂在福耀汽车玻璃智能工厂的车间生产玻璃产品(4月29日报)。 新华社发

智能调光、加热除雾、播放视频……一项项“黑科技”，颠覆着人们对玻璃的传统认知。这些“身怀绝技”的玻璃，产自福耀玻璃工业集团股份有限公司。凭借持续不断的研发投入和技术创新，福耀从昔日一家籍籍无名的乡镇小厂，成长为全球领先的汽车玻璃和汽车饰件一体化解决方案供应商。

记者近日走进这家公司，看它如何以技术创新引领制造升级，加快培育新质生产力，生产更多的智能化、绿色化高附加值产品。

“玻璃+”拓展功能应用场景

一块福耀玻璃，可以是智能显示屏，将车辆导航等信息投射到玻璃正前方；镀膜后可以有效反射热量，防止车内温度过高，减缓车内仪表盘老化；加载芯片后则变身智能网联

汽车的“数字电子车牌身份证”……

这些“玻璃+”功能的实现，源于福耀的持续创新。集团拥有研发团队超4000人，每年营收的4%以上用于创新研发投入。截至2023年底，福耀在全球共申请专利3377件。

“核心技术没有捷径可走，必须依靠自主创新。”福耀玻璃工业集团股份有限公司总裁叶舒说，如今公司已实现核心技术100%自主可控。

近年来，福耀投身智能网联新能源汽车等新兴产业，致力于提供集信息交互、视窗等功能于一身的汽车玻璃解决方案，让玻璃“更聪明”。

新型车载5G天线玻璃，是福耀产业创新的一项重要成果。智能汽车要想拥有高级别自动驾驶能力，至少需安装20根以上的天线以满足5G通信要求，这么多天线如何安装一

直是行业难题。

福耀玻璃工程研究院相关人员介绍，福耀专门组建攻坚团队，通过将天线隐藏在玻璃内部，实现了天线和玻璃一体化设计。目前，福耀5G天线玻璃最高能达到800兆比特每秒的网速。汽车玻璃作为显示交互、数据传输等功能的重要载体，正在不断被重新定义。

“4.0工厂”提升智能制造效率

在福耀新建成的绿色智慧工厂，生产线上的机械臂正在有规律地来回摆动。一块平板玻璃，经裁磨、压制、镀膜等精细工序变为成品，直至物流装箱，全生产线已实现高度自动化。

“这是福耀最新打造的‘4.0工厂’。生产线人数虽然减少近20%，但生产效率反而提升200%，每30秒内就能生产一套天窗。”福耀主管汽车玻璃生产的负责人吴礼德说，如今福耀拥有2229台工业机器人。

除自动化生产外，这座绿色智慧工厂还配备了人工智能视觉检测系统。以天窗生产线为例，全线7个关键工序布置了9套自动检测系统和2个监测定位系统，通过人工智能深度学习玻璃的裂纹、气泡等缺陷特征，可替代人来完成外观、透明度、商标等质检工作。

工业互联网是大势所趋。福耀正积极布局，将“神经系统”覆盖全球工厂，触达产业链上下游。

据介绍，在福耀全球50个工厂里，50%以上自制数控机床采用互联网传感器等技术接入信息处理中心，以便对整个生产过程进行优化管理。经测算，福耀生产效率由此提升了30.5%，产品不良率降低30%以上，能源利用率提升12%。

通过工厂联网，福耀已具备“多品种、小批量”的高度柔性生产方式。

“我们可以在同一条生产线上实现数十种不同汽车玻璃的生产，普通复杂度的玻璃

品类切换通常只需1小时，一个车间一年可以生产上万种不同的汽车玻璃。”吴礼德说，传统工厂难以达到这种灵活度。

“绿色化”助力高质量发展

2024年伊始，福耀宣布在福建投资32.5亿元建设一流零碳智能工厂，打造全球最大的汽车玻璃出口基地。

据统计，福耀2023年实现光伏发电量约10万兆瓦时，余热发电量约7万兆瓦时，减少约12万吨二氧化碳排放。截至2023年底，福耀累计有14个生产基地获得“绿色工厂”认证。福耀还制定了“双碳战略目标”，规划于2030年实现每万元产值碳排放量比2019年下降50%。

“为实现低碳目标，福耀在生产过程中持续优化工艺，降低单位能耗。”吴礼德说，企业将绿色理念贯穿在设计、研发、制造等生产运营的每个环节。

——“绿色设计”，以数字化技术提高效率。福耀通过先进的数字仿真等技术，帮助研究员将三维设计成果仿真转化，缩短产品设计周期。

——“绿色能源”，因地制宜开发光热发电。推进余热综合利用项目，安装余热发电设备，回收烟气中的热量进行发电。

——“绿色产品”，持续研究节能降耗创新技术。福耀已取得不少阶段性成果：超隔绝玻璃可隔绝87%红外线、99%紫外线，减少车内空调能耗；太阳能玻璃可为车载电器供电，减少汽车二氧化碳排放；轻量化玻璃可通过特殊工艺减轻钢化玻璃和夹层玻璃重量，减少汽车油耗和电耗。

叶舒表示，对于从传统制造领域起家的企业而言，发展新质生产力就是坚持科技引领、创新驱动。只有不断推动企业数字化、网络化、智能化、绿色化转型升级，产品才会拥有竞争力。

新华社福州5月6日电

2024年“五一”假期国内旅游出游2.95亿人次

新华社北京5月6日电（记者 徐壮）2024年“五一”假期，全国文化和旅游市场总体平稳有序。文化和旅游部6日发布数据显示，据文化和旅游部数据中心测算，全国国内旅游出游合计2.95亿人次，同比增长7.6%，按可比口径较2019年同期增长28.2%；国内游客出游总花费1668.9亿元，同比增长12.7%，按可比口径较2019年同期增长13.5%。

假期中，各级文化和旅游部门推出丰富多彩的特色旅游产品和文化活动，着力满足游客多元化和个性化需求。全国各级公共图书馆、文化馆(站)继续免费开放，因地制宜做好假日公共文化产品供给工作，积极开展“村晚”、广场舞、群众歌咏等各类群众文化活动。文化和旅游部启动“5·19中国旅游日”主题月活动和“文明旅游 美丽中国”主题活动，持续开展“旅游中国 美好生活”国内旅游宣传推广。

文化和旅游消费有效释放，带动假日市场持续升温。“五一”假期，文化和旅游部举办全国“五一”文化和旅游消费周活动，会同中国银联实施2024年度“百城百区”文化和旅游消费行动计划，推出各类文旅游消费惠民措施。

县域旅游市场释放文旅游消费新动能，越来越多下沉市场旅游目的地受到欢迎，广西柳州、山东淄博、甘肃天水等城市受到游客关注，贵州西江千户苗寨、安徽宏村等乡村古镇深受游客青睐。远程旅游市场增幅明显。

文化和旅游深度融合，夜间经济活力满满。甘肃、江苏、陕西等地将演艺、非遗、文化遗产、美食等元素与旅游融合。故宫博物院、三星堆博物馆、殷墟博物馆等热门博物馆客流持续保持高位。已纳入监测的国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量7257.58万人次，按可比口径较2023年“五一”假期同期增长6.9%。

随着航线恢复、入境便利化措施的落地以及互免签证国家数量的增多，出入境旅游快速恢复。文化和旅游部数据中心客流大数据监测显示，“五一”假期出入境游客合计达367.2万人次，其中入境游客177.5万人次，出境游客189.7万人次。



5月2日，游客在南京夫子庙景区游览。

2024年“五一”假期，全国文化和旅游市场总体平稳有序。文化和旅游部5月6日发布数据显示，据文化和旅游部数据中心测算，全国国内旅游出游合计2.95亿人次，同比增长7.6%，按可比口径较2019年同期增长28.2%；国内游客出游总花费1668.9亿元，同比增长12.7%，按可比口径较2019年同期增长13.5%。

新华社发（苏阳 摄）

三载同心 勠力同行

——山西银行吕梁分行三周年发展纪实

凝聚了发展共识。主题教育活动成效显著，以上率下，深入支行、深入一线，把调查研究、解决问题，抓在经常、落在日常，做到察实情、谋实招、办实事、求实效。实行周例会制度，将党建工作与业务经营同谋划、同部署、同实施、同考核，一体化推进，实现两者融合互促、双向提升，厚植了人民情怀，践行了金融工作的政治性和人民性。

夏耘三载，厚积薄发，稳扎稳打，步步为营

一年来，我行业务实现“量”的飞跃。一是存款业务打好产品牌，扎实推进对公存款十大举措，成功营销5亿元单位大额存单。二是建立客户台账，分门别类，精准定向拓展。先后与吕梁多家建立合作，开立对公结算账户10个，实现了公司存款业务跨越式大发展。三是资产业务广撒网、早

储备，快推进、重落地。通过梳理省重点工程项目名单，结合吕梁市2023年“千项千亿”项目规划，了解市重点产业链项目及黄河流域生态治理项目情况，筛选出重点产业链名单，储备业务多笔，拟授信金额60余万元。四是积极探索“银担+专业镇”，批量获客，成功投放首笔贷款；大胆尝试以法人授信为业务重点，以供应链为营销方向。

一年来，我行一是强化客户分级化、精细化管理，目标客群深度经营，一群一策，分群采取差异化、个性化营销策略，提高获客能力和零售业务成效。二是对标学习，开展“向优秀支行学习先进经验”系列活动；制定“3x3”工作清单，采用“52030”工作法，规范各支行全员每日必做动作；建立营销台账，推动各支行按周梳理到期客户名单；采用“731”联络法，和客户沟通到期资金的续存和产品的承接。四是搭建区域C+特惠体系，

扩大区域品牌影响力。通过“特色化服务+特色化活动”，增强客户粘度，提升网点赋能，制定全年主题活动，确保周周有活动、月月有主题。如开展“我与山银共庆生”主题生日派对、“我与山银”主题网络摄影大赛、2023“舞动山河·山银璀璨”首届风采舞大赛活动等，多点发力，深挖产品，创新营销模式，打好营销“组合拳”。积极宣传，荣获“2023年度金融研究工作先进单位”，提高分行品牌度；聚焦发展，适时搭建更科学的管理架构，壮大分行人才储备库；保障后勤，改善食堂就餐环境，丰富菜品种类，做好食品卫生和安全，增强满意度，提高员工幸福感。在消保工作上，完善了消费者权益的各项管理制度，个人信息保护工作形成体系，连续两年保持零投诉。运营管理部敢想敢干，实现运营标准化新网点全覆盖；举办第二届技能、服务、知识竞赛，提升员工

技能水平，为山银客户提供更优质的体验感。

秋收三载，风吹麦浪，天道酬勤，未来可期

经过三年的不懈努力，山西银行资产规模达3532亿元、各项贷款余额1761亿元、各项存款余额2637亿元，分别较开业时增长33.6%、30.3%、28.8%，各项监管指标全部达标、持续向好。

一年来，2023年分行经营成绩显著提升，士气明显高涨，增长势头迅猛。截至2023年12月末，各项存款余额52.77亿元，较年初增加21.1亿元，较山西银行挂牌时增加41.3亿元。各项贷款余额10.74亿元，一般贷款余额10.74亿元，较年初增加4.56亿元，较山西银行挂牌成立时增加8.91亿元。市场份额不断增加，截至12月末，各项存款在本地市场占比1.27%，较年初上升0.43个百分点。

冬藏三载，行则将至，谱写芳华，征途如虹

致敬这三载，整装再出发。站在新的起点，吕梁分行将聚焦高质量发展战略部署，坚持服务实体经济，坚持服务乡村振兴，以“金融活水”滋养吕梁地方经济，以更坚定的信心奏响发展新篇章，以更稳健的姿态踏上新的征程。（超然）