

奋楫扬帆新征程

——“中国建造”品牌发展观察

2023年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，也是实施“十四五”规划承上启下的关键一年。这一年，建筑业在改革中转型突破，重塑发展生态，找寻确定性增长空间，“蝶变”带来的“阵痛”如影随形。

对于行业企业而言，这一年，从未如此迷茫，从未如此坚定梦想，更从未如此充满希望。迷茫，是因为旧发展模式彻底终结，新发展生态尚在孕育；坚定，是因为国家对建筑业高质量发展的重视前所未有；希望，是因为未来发展道路从未如此清晰。

年终岁末，承前启后，回望建筑业转型历程，探索未来发展趋势，找准确定性发展方向路径，有益于行业企业把握当下、走好前路。

“好房子”建设与建筑业高质量发展

住房和城乡建设部承担两个支柱产业，一个是建筑业，一个是房地产业。把两根柱子稳住，对稳定经济大盘具有重要意义。

2023年年初召开的全国住房和城乡建设工作会议提出，牢牢抓住让人民群众安居这个基点，以努力让人民群众住上更好的房子为目标，从好房子到好小区，从好小区到好社区，从好社区到好城区，进而把城市规划好、建设好、治理好，持续实施城市更新行动和乡村建设行动，打造宜居、韧性、智慧城市，建设宜居宜业和美乡村。

会议将“好房子”作为住房和城乡建设事业发展的“原点”和“起点”，勾画了“好房子—好小区—好社区—好城区”的城乡发展美好蓝图。好房子是人民群众“安居”的基点，是推动好小区、好社区、好城区建设的“起点”。从建筑业角度看，这一方面指引建设者，要用全局思维看待行业改革发展，要将行业企业的发展放在住房和城乡建设事

业大局中系统思考；另一方面对建筑业持续发挥支柱产业作用表达了更高期待。

建设好房子、打造“高品质建筑产品”，要求建筑业加快改革步伐，向工业化、数字化、绿色化方向转型升级。

工业化、数字化、绿色化“三化融合”，是建筑业高质量发展的必然选择。绿色化是新发展理念的重要要求，在“双碳”目标指引下，大力发展绿色建筑、零碳建筑、被动房、低能耗住宅，将成为建筑业的重要发展方向。工业化是现代化的坚实基础，以工业化方式重新组织建筑业，是提高劳动效率、提升建筑质量的重要方式，对带动建筑业全面转型升级、打造具有国际竞争力的“中国建造”品牌具有重要意义。绿色化是结果，工业化是现实路径，数字化是工具和手段，是实现高质量发展的着力点。建筑业高质量发展，必须做好建筑产业系统性数字化转型升级，实现产业数字化和数字产业化。产业数字化，集中围绕三个方面展开：一是项目级，全面实现BIM（建筑信息模型）大数据化；二是企业级，全面推广ERP（企业资源计划），打通层级和系统，创造价值；三是企业级数字中台，把企业的海量数据通过科技赋能，创造价值。

未来，建筑业须从三方面入手，加快融入住房和城乡建设大局：一是推动市场模式深层次改革，加快EPC（工程总承包）、PPP（政府和社会资本合作）模式快速发展；二是推动绿色化、低碳化变革，把握“装配化+”即装配化+EPC、+BIM、+超低能耗的绿色化发展逻辑主脉络；三是加快数字化转型升级，将城市建设作为数字产业化最大场景，突出以CIM（城市信息模型）建设为核心的城市建设数字化转型升级。

发展智能制造，是促进建筑业转型升级、实现高质量发展的迫切需要，也是当前和今后一个时期建筑业突破发展瓶颈、增强核心竞争力、实现高质量发展的关键所在。住房和城乡建设部遴选

24个城市开展智能建造试点，为全面推进建筑业转型升级、推动高质量发展发挥示范引领作用。当前，如何从服务新发展格局的高度认识智能建造，以建设好房子为目标发展智能建造，按照市场化、法治化原则推广智能建造，加快形成一套行之有效的经验模式，推动建筑业向工业化、数字化、绿色化转型，实现更高质量、更有效率、更可持续、更为安全的发展，是各方需要关注的重要课题。

新时代好房子建设，必须延伸至建筑全生命周期，推进建筑垃圾治理和资源化利用是题中应有之义。数据显示，当前我国建筑垃圾已占城市垃圾总量的40%以上，而目前大中城市的建筑垃圾资源化率不超过10%。建筑垃圾资源化发展前景广阔，但也面临短板和挑战，如产业技术、产品及市场创新不足，制约了建筑垃圾资源化产业的发展；产业政策不完善，供应链尚未打通，阻碍了企业生存和规模化发展；缺少对建筑垃圾资源化产业的系统研究，致使建筑垃圾资源化率偏低、产品附加值低、行业景气度不高，需要与产业发展密切相关的政府部门、投资方、承建方等共同关注和面对。

“一带一路”与中国建造品牌“走出去”

2023年是共建“一带一路”倡议提出十周年。共建“一带一路”倡议，顺应时代要求和各国加快发展的愿望，得到国际社会广泛而热烈的响应，基础设施“硬联通”扎实推进、规则标准“软联通”亮点纷呈、与“一带一路”沿线国家人民“心联通”持续深入，给“一带一路”沿线国家带来了实实在在的效益。

作为“一带一路”建设的排头兵、主力军，中国建造成为共建“一带一路”倡议推进过程中名扬海外、强势确

立的中国品牌。中国建造依托我国强大的建筑业发展优势和基础，在“一带一路”沿线大显威力，取得了辉煌的业绩。

“一带一路”建设的核心内容之一是促进基础设施建设和互联互通。自倡议提出以来，我国建筑企业聚焦关键通道、关键城市、关键项目，联结陆上公路、铁路道路网络和海上港口网络，深度参与沿线国家和地区重大项目的规划建设，上天、巡地、跨海，支撑“一带一路”沿线铁路、公路、港口、机场等交通基础设施的勘察、设计、建造和运营，解决众多复杂的技术难题，助推各国经济发展，与沿线国家共享发展成果，“走出去”的层次、水平和效益明显提升。随着“中国建造”的金字招牌越来越闪亮，我国建筑业“走出去”范围从中东、非洲、东南亚等地区为主发展到全球190多个国家和地区，业务范围由亚非拓展到全球主要国家。

住房和城乡建设部推动建筑业“走出去”、更好服务“一带一路”建设的力度不断加大，包括出台相关政策、举办中国—东盟建筑业合作与发展论坛、召开建设标准“走出去”调研座谈会等。未来，一方面，在各方积极推动下，建筑业“走出去”步伐将不断加快，中国建造品牌将不断擦亮。另一方面，当前，全球政治经济形势正在发生深刻变化，中国建造要从“业务全球化”迈向“品牌全球化”，成为添彩美好世界的重要力量，必须正视新问题、解决新问题。

一是以中国标准、中国技术，开拓中国建造“一带一路”高质量发展新空间。当前，建筑企业出海发展、海外投资，遇到的最大问题之一，是中国建设标准“走不出去”受制于人、话语权缺失等，推动中国建设标准“走出去”，加强标准国际化协同推进力度，构建与“一带一路”共建国家的标准互认合作机制，深化与有关国家在共同关注领域的标准体系对接兼容；积极参与国际标准化活动，做好中国建设标准外文版翻译

工作，依托我国海外援建工程项目，加大中国建设标准以及在海外工程应用案例的宣传推广力度，树立中国建设标准海外工程应用典范，不断提高中国建设标准的国际认可度和影响力，是必由之路。

二是对接国际工程项目管理新理念，做好海外工程风险应对与防范。如今，国际工程市场体量呈下降态势，且市场面临的不稳定性和不确定性明显增强，竞争日趋激烈，具有普遍性、偶然性、复杂性、可变性、多样性的国际工程项目风险，对我国企业识别风险、控制风险和应对风险提出了越来越高的要求。

三是建筑企业“走出去”要发挥各自优势，“抱团出海”，形成央企牵头、民企抱团、产业链分工布局的态势，可以在提高抗风险能力的同时，避免恶性竞争，实现共赢。

“光储充泵”一体化与城乡建筑绿色能源变革

作为城市能耗三大重点领域之一，建筑肩负着节能降碳的重任。数据显示，目前，我国建筑碳排放总量占全国碳排放比重高达51.3%，居所有行业之首，其中建筑材料生产阶段的碳排放34亿吨，约占全国碳排放比重28%，建筑运行阶段碳排放25亿吨，约占21%。对于建筑运行产生的碳排放，减碳的关键在于生产生活全面电气化替代非可再生化石燃料的大量使用。基于此，在建筑上布置“光储充泵”一体化系统，成为推动绿色建筑能源变革、实现节能减碳的关键。

“光储充泵”一体化，“光”指的是光伏发电系统，“储”指的是储能设备，“充”指的是充电桩，“泵”指的是热泵。“光储充泵”一体化是集光伏发电、储能、充电于一体的新技术，具备经济、生态、科技等多维价值，是推动从

“低碳”向“零碳”发展的重要举措，也是实现“双碳”目标的关键支撑。

对于建筑而言，采用“光储充泵”一体化系统，可实现三方面变革：一是建筑用电方式转变为“供给导向—需求响应”的用电模式；二是发展建筑内部蓄电系统，通过热泵与光伏储能，电力供给量大于用电需求时蓄电，而电力供给量小于电力需求时则由蓄电池发电，满足电力的不足；三是利用电动汽车储能能力，将电动汽车充电桩与热泵、建筑配电系统有机整合实现动态平衡，以灵满足建筑用电需求。

作为绿色经济的新探索，我国“光储充泵”一体化发展已进入增量提速阶段。在国家相关政策支持下，行业企业加快“光储充泵”一体化产业布局，一大批新技术取得新突破。而随着光伏、储能和充电基础设施建设不断加强，“光储充泵”一体化应用场景日益丰富，将覆盖工商业、公共事业、家庭住宅三大领域。

总体来看，我国“光储充泵”一体化仍处于发展初期，当前，如何进一步完善“光储充泵”一体化发展的政策环境、探索“光储充泵”一体化发展新趋势、廓清“光储充泵”一体化发展中存在的问题、强化“光储充泵”一体化典型经验做法的引领作用作用，是发挥“光储充泵”一体化优势、建设零碳建筑、打造人民满意的好房子的关键。

回首波澜壮阔处，奋楫扬帆新征程。面对新征程，如何以“建设人民满意的好房子”为核心主题，更好地推动建筑业转型升级，实现高质量发展，持续发挥支柱产业作用，擦亮“中国建造”品牌，需要全行业深入研讨、凝聚智慧、勇毅笃行。行业企业要充分发挥国民经济“顶梁柱”“压舱石”作用，自觉担当稳定宏观经济大盘使命责任，深入推进供给侧结构性改革，满足人民群众对美好生活的向往。

（宋健）

跨越海峡交通的“加速器”

——记中新加坡新柔捷运系统T235标段高架桥和隧道建设项目

□本报记者 吴真平

新柔捷运项目（RTS）是一条跨越柔佛海峡连接马来西亚新山和新加坡的地铁线路，南起新加坡兀兰北，横跨柔佛海峡，终至马来西亚新山武吉查卡，全长约4公里。项目建成后，将是新马两国继马来西亚铁道城际铁路南北线（西海岸线）之后的第二条铁路线和第一条地铁线，也将是全球首条跨国地铁线。

据新加坡媒体报道，目前每日越境往返高达35万人次，兀兰和新山两地的过关时间约1个小时到4个小时。这条捷运线具有每小时运载1万名乘客的能力。届时将极大地缓解新加坡和马来西亚陆上交通压力，为新柔长堤分流一半客流，有望显著改善关卡堵塞问题，惠及往返两国的人民。

2021年，酝酿了10年之久的新柔捷运项目一开工，就受到了新马两国官方和居民的高度关注。

对于深耕新加坡市场的中国交建来说，该工程是在新加坡承接的第一个跨国项目，具有里程碑式的意义。前不久，记者来到中国交建新加坡分公司、三航局负责的T235标段，乘船行驶在柔佛海峡上，只见水面上已然矗立起一座座立柱。

T235标段项目经理陈超解释说，“新加坡标段的施工工艺与马来西亚标段的截然不同，我们是在海上浇筑承台，架起立柱，然后进行整体桥面安装。桥面要承受双条轨道运行的荷载，其预制结构构件是整个新加坡公共交通系统里最大的，也是最重要的，安装难度也是最高的。”

创新工艺攻克难关

T235标段负责建造新加坡境内的高架轨道和隧道，项目包括约730米长，25米高的海上高架桥和约550米长的陆上隧道结构。

项目初期，因疫情影响新加坡难以引进大量专业分包、劳工进行桩基施工。T235项目部决定采用直营施工直面难题。同时优化管理结构，由中国工程师和班组长为骨干，传、帮、带的方式带领当地劳工进行现场作业；当地工程师擅长流程管理，完成业主新加坡陆路交通管理局（LTA）的高标准内业要求。

T235项目存在许多技术难点。比如海上桩基和承台施工时，项目部就遇到了挑战。项目部结合中方、属地员工的施工经验，借鉴国内和海外其他国家的的项目案例，提出了创新的施工工艺。成功研发并运用套箱整体受力转换体系、套箱整体止水工艺、钢混组合套箱施工工艺，为后续承台施工积累宝贵的施工经验，得到了业主的认可 and 赞许。项目部还采用钢混组合套箱的方式进行



下放，采用反撑杆的工艺抵抗套箱浮力，优化原投标方案的封底混凝土，大大降低了施工成本。

陈超说，“目前海上大型现浇结构施工接近尾声，后面关键的技术难点主要集中在大型构件的预制和整体安装上，这涉及现场起重机械管理，还有一些预应力的施工工艺。”于是，项目部聘请了当地的一家具有预应力张拉和高架安装资质的专业施工队伍，结合两个国家的施工经验和优势，全力推进工程进度。

制度建设为项目安全护航

新柔捷运项目作为新加坡陆路交通管理局（LTA）的一号工程，项目安全、质量、环保控制方面有着成熟的体系，每一项都有严格要求和冗长规范，与国内的管理流程完全不同。这对T235项目的管理能力是很大的考验。

T235项目部坚持把文化建设作为提升项目凝聚力和核心竞争力的重要内容，提出“One Team, One Dream”的文化融合目标——同一个团队，有同一个梦想，奔向同一个目标。高质量推进本土化团队建设，按照管理本土化、管理人才本土化、劳工本土化的“三融人”进行管理。目前国内派驻项目管理人员14人，当地管理人员35人，当地管理人员比例占管理人员总数的70%，当地劳动力比例占总劳动力比例的90%。自2021年1月开工以来，项目部本土化核心管理人员没有一人离职。

在安全管理体系建设方面，在中交集团国际部和中交集团新加坡分公司的大力支持下，T235项目部结合新加坡国家安全生产法律体系，不断完善SWP（安全工作程序），编写并实施104个风险评估和对应的安全工作程序。坚持安全“双标一体化”，将“五个到位”和项目部还采用钢混组合套箱的方式进行

“安全规章制度不落实就是违法行为”的意识。

T235项目部还多次聘请专业人士和当地警署专员进行安全普法讲座，开展多样化应急演练，定期开展针对性的安全交底和培训，强化安全管理团队的建设。针对工作重点，项目部每季度召开一次安全主题活动，分享安全知识，观看安全视频短片，参与安全游戏及活动，并分发纪念品，将传统的安全教育培训工作，以活动和娱乐的方式灌输给员工。

目前T235项目部已累计287万安全无误工时。先后荣获英国安全与健康理事协会颁发2022年度“ROSPA Silver Award”国际银奖和2023年度“ROSPA Gold Award”国际金奖等荣誉。今年，同时赢得新加坡陆路交通局2023年度安全、卫生与环境保护安全优秀奖、环境卓越奖和安全文明施工奖的三项大奖。

环保理念融入建设

T235项目位于新加坡一座公园及原始森林保护区之间，海域部分位置属于新加坡海岸卫队管辖范围，复杂的地理环境对项目建设是一大挑战。

开工前，T235项目部就聘请了第三方机构，对所有的树木开垦、植被开挖进行审核，然后上报新加坡公园局。经过该局批准通过，才可以开工。同时，由于水陆交界位置在工程施工过程中需要拆除原岸线边防护围，项目部需按照新加坡海岸防护的相关要求建立新的边防护围及监控系统，经新加坡海岸卫队官员验收通过后方可实施，在实施过程中还要随时接受新加坡海岸卫队的突击检查。

新加坡兀兰地区有一片未经人工干预的原始森林，而T235项目的陆上段会贯穿原始森林并将其一分为二。施工过程中，不能扰动周边整个生态环境。

为此，T235项目部制定了“野生动物管理计划”，并安排了两名环境官，加上一支6~7人的队伍，专门负责项目的环保工作。项目部不仅对树木保护区采取了措施，聘请当地官方认证的园艺师参与植物保护和管理，还设置了野生动物走廊，使动物们能安全在熟悉的环境迁徙，并安装监控摄像头来观察野生动物的作息规律，适当调整施工顺序等，以减少施工活动对环境及野生动物的栖息产生影响，维护兀兰原始森林的生态环境。

T235项目实施由新加坡建设局（BCA）发起的“绿色和友好的建筑商计划”，在绿色能源、水管理、排水处理、生物多样性管理等方面制定了详细的目标。

项目部还定期开展环保教育培训，切实把节能减排、环境友好融入生产和办公过程中，开展预防登革热专项整治行动，将3R理念（Reduce减少，Reuse再利用，Recycle循环利用）充分运用在垃圾处理工作上，在绿色办公、水电节能、物资采购等领域也广泛采取绿色环保措施。由此获得新加坡环境理事会“生态冠军办公室”称号。项目部两名员工还获得首届新加坡国家级建筑工地“最佳环境官”奖。

T235项目部在环保措施上的种种努力，最终赢得了本地文化认同，也得到业主的赞赏。

从“借船出海”到“驾船出海”的华丽蜕变

新加坡的建筑市场是一个体系完善、成熟高效、公开公平的市场，但它这套体系也经历了一个漫长的过程。早期主要是欧洲承包商活跃，后来日韩承包商加入竞争，近年来中国承包商在新加坡异军突起，越来越多地担起重要角色。就中交集团而言，在新加坡已深耕30年，最早从事劳务分包，后来项目分包，到现在作为一些重要项目的总承包，完成了从“借船出海”到“驾船出海”的华丽蜕变。

对此，陈超由衷地感叹，“这背后其实是中国国家实力崛起的真实写照。我们从一开始依靠低廉的劳动力、艰苦奋斗的拼搏精神抢占市场，到转变观念、提升项目管理能力，随着中国‘基建狂魔’‘基建大国’名号响起，如新加坡这样的发达国家正视了我们的实力。”

不过，中国承包商的整体实力仍有提升的空间。陈超举例说：“日本承包商在新加坡的体量项目上依然颇具优势，一方面是因为日本公司起步早，进入新加坡市场较早；另一方面是新加坡比较推崇英式管理制度，其考评系统中包括履约能力、企业文化管理制度等打分项，在他们眼里，目前中国承包商仍处在逐步上升的阶段。”



2023年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，学习宣传贯彻党的二十大精神是当前和今后一个时期全党全国的首要政治任务。中建一局各级党组织通过专题培训班、主题党课、进工地宣讲、调研学习等多种方式深入推动党的二十大精神广泛深入为广大干部群众所了解和掌握。在中建一局成立70周年之际，五公司作为局属单位，积极举办专题活动，70周年主题活动、绘画、摄影展、鲁班文化节等丰富多彩的特色活动，将新时代“先锋文化”核心理念熔铸进一局职工精神内核与行动标准中。

如何将庞杂的活动升华成提升企业文化软实力的手段？作为局属三级单位，中建一局五公司西南分公司给出的答案是：创建党建品牌。通过党建品牌实现“内聚人心，外树形象”从而提升企业文化软实力。内聚人心即达成党建活动从零散到系统、从无序到结构、从特点到特色的转变，以品牌诠释为基础，打破所辖基层项目党支部各自“一亩三分地”的思维定式，击碎组织壁垒，实现“聚指成拳”的工作新格局；外树形象即达成外界对党组织形象的整体清晰认知，全面发挥口碑效应，树立良好组织形象。以品牌创建为抓手，凝聚提炼形成自己的文化价值体系，并将其融入企业治理、生产经营中，引导职工自身的价值取向与企业目标追求同向发力。

在品牌建设过程中，中建一局五公司西南分公司党委发挥统筹引领作用，牵头制定年度重大活动计划，实行“揭榜挂帅”，做出任务单、列出时间轴，从立项目、定措施、强推进、出成效等方面着力，形成“分公司党委、基层党支部”两级联动责任体系。每一场主题活动紧紧围绕“品牌内涵”展开，注重在活动环节设置、活动布置、活动宣传中融入品牌精神，让“活动诠释品牌”成为标准，通过多场次、系统性的品牌活动，让企业员工在互动交流中加深对企业文化理解的，并且获取更强大的归属感和认同感，从而自发地将标准转换成习惯，打造上下统一的以“品牌内涵”为内核的行动方式，塑造具有明显品牌标记的文化印象，促进企业在长远的方向上拥有可持续发展的活力。

经过半年多的建设，四个特色品牌在形象上得到了广泛关注，在行动上得到了有力支持，在内涵上得到了有力诠释。在“党建+”品牌序列中，通过开展党的二十大精神走进一线工友、先锋宣讲团进工地、党务工作者“红心”培训、地企/校企/企企联建，凝聚了广大职工思想共识，强化了党员干部对新时代、新担当、新作为的认识。通过一支部一方案，打造“党建+生产”“党建+服务”“党建+廉洁”三个个性化党支部，与项目生产实际更好地融合，使其自驱性提升发展动力和自我管理能力。“热爱·新青年”品牌序列，通过开展特殊儿童“V”类活动，“书”送希望、进福利院、进养老院、为小树苗安家、为妇女朋友讲法等志愿服务活动，汇聚了企业青年志愿力量，展现出了建筑青年积极向上的青春风貌。以青年员工座谈会、青年员工素养提升工程为载体，从企业文化认知、职业成长规划、业务能力提升等方面全方位为青年人才服务，帮助企业员工获得职业自信。“幸福列车”以各项目为站点，倾心服务职工，积极组织竞技比赛、户外运动、节日慰问等团建活动，大力推动职工之家建设，丰富职工文化生活，增强员工获得感、归属感、暖心服务群众，开展复工复产慰问、关爱“小候鸟”、反诈宣传进工地、爱心义诊进工地、户外劳动者驿站、康县工友就业+帮扶、送清凉送温暖等实事，践行“全心全意为人民服务”根本宗旨。“扬清工程”通过创建“超英廉洁文化示范点”为建设标准，强化自我约束，倡导自我监督。投入“监督云邮箱”，坚持听“真声音”看“活情况”，落实基层监督、作风监督、关键监督，塑造风清气正的文化氛围。

一个品牌活动为一点，一个序列品牌活动连接成线，四条品牌活动线条汇聚成面，打造出了一个丰富多彩的文化看板，既提升了员工团队的活跃性和积极性，塑造了良好的学习氛围、交流氛围、工作氛围。同时在多媒介、多形式的活动宣传中，在社会上树立了优质的品牌形象，有效提升了企业美誉度，增强了市场竞争力。

党建品牌创建是一个系统工程，必须持续培育、不断完善。在接下来的工作中，中建一局五公司西南分公司党委将持续发力，将党建品牌创建做深做实，以党建品牌赋能企业文化软实力提升。

中建一局五公司：党建品牌赋能企业文化软实力提升

（棕坚）