



# 把握新兴产业的规律性特征

崔书文

本报今年曾做过一次光伏产业调研，去了国内几个大的光伏厂家。在调研中我们一直思考一个问题：为什么光伏产业会出现严重的产能过剩？后来发现，不只是光伏产业，风电产业、LED产业等，也出现了严重的产能过剩。所以，问题似乎可以扩展为：为什么新兴产业容易出现严重的产能过剩？这里面有没有规律性的东西？如果有，我们该怎样认识、把握、对待这些规律性的东西？

总结全世界产业发展的历程、存在的经验教训，产业竞争理论的研究成果表明，新兴产业的发展存在一些基本特征。而这些特征和我国光伏产业、风电产业、LED产业的情况基本符合。例如：

新兴产业的结构环境大多是零散型的。新兴产业会吸引大量资金不断涌入。因为是新兴产业，大家都有机会，在新兴产业中往往没有企业掌握足够的技能和能力以占据重要的市场份额，也就是说产业中还没有威慑力量。这样就造就了一种产业环境：企业迅速增多，而且中小企业众多。也会有一些相对领先的企业，但在这些企业中又容易出现另立门户的情况。在新兴产业中，另立门户是一种普遍的现象。

高初始成本但成本急剧下降。在新兴产业中，小批量和新产品共同造成早期相对较高的生产成本。但随着工作熟练程度提高，员工生产效率大幅提高，销售额增长促使生产规模大幅增加，这样生产成本会急剧下降。还有一个因素是原材料价格。在新兴产业早期阶段，重要原材料的价格经常会大幅上涨。这种情况部分由于供给和需求之间的经济作用，部分由于供应商认识到产品当时的巨大的经济价值。但是，当供应商扩展生产能力后，原材料的价格也会似上升时一样迅速下降。这一点，在光伏产业体现得尤为明显。

目光短浅。在许多新兴产业中，需求是爆发性的，在压力和诱惑面前，企业往往采取权宜之计，乐于赚快钱，而对长远发展缺乏考虑。这样的一个直接后果，就是忙于大量增加产量，产能急剧扩大。

补贴。政府为了推动新兴产业尤其是战略性新兴产业的发展，会推出鼓励政策，比如对新进入者的补贴。补贴可以补助形式直接给予企业，或通过税务鼓励、土地优惠、补贴客户等方式实行。补贴经常有力地加强一个产业的不稳定性，推动生产能力迅速增多。

产品质量不稳定。由于存在许多新建企业，同时缺乏统一的完善的产品或技术标准，在新兴产业中产品质量经常反复不定。企业为了满足需求，会萝卜快了不洗泥，把重点放在扩大产量上。可能会有少数企业出现这样的问题，但这样的问题会给全行业带来不利影响。

由这几个特征，可以得出一个结论：有些新兴产业出现严重产能过剩似乎带有一定的规律性。有些战略性新兴产业，因为比一般的新兴产业更热门，出现严重的产能过剩，似乎更在情理之中。

问题是，对这种产能过剩怎样看？我们要明白，战略性新兴产业出现的产能过剩与传统产业出现的产能过剩性质是不一样的。比如光伏产业和钢铁产业，都出现了严重的产能过剩，但性质完全不同。我们在调研时，光伏产业的若干实力人物都认为光伏产业的严重产能过剩是暂时性的，是市场需求还没有释放出来，这种产能过剩并不可怕。正是这种相对产能过剩带来的激烈竞争，才使得中国的光伏产业可以驰骋世界市场。

更关键是，对这种产能过剩怎么办？我们说暂时性的产能过剩并不可怕，并不

是说产能过剩完全是好事。产能过剩尤其是严重产能过剩，毕竟是社会资源的浪费，能避免当然要避免，能减缓应该尽量去减缓。重要的是，相关政府、企业要认识，把握战略性新兴产业的规律性特征，审时度势，未雨绸缪，在保有激情的同时，更要多几分冷静。从我们对光伏产业调研了解的情况看，有些地方、有些光伏大厂，明显缺少对新兴产业的规律性认识，头脑过热，行为激进。他们面临困境，有市场环境变化的因素，也有自身非理性发展的因素。

发展战略性新兴产业是我国调整经济结构的战略方向，是一项重要的战略任务，对于保持经济长期平稳较快发展具有重要意义。日前，工信部就《战略性新兴产业分类目录》公开征求意见。《目录》共包括680类产品，细致的分类将使战略性新兴产业获得更加具有针对性的发展指引，将会对推动战略性新兴产业快速发展起到直接、具体的推动作用。在这个大背景下，更加准确地认识、把握战略性新兴产业的规律性特征，采取更加科学、更加有效的应对措施，对推动战略性新兴产业健康发展至关重要。

祝我国战略性新兴产业一路走好。

# 饮料市场本土品牌势头强劲

据新华社电 记者汪伟报道 国家统计局中国行业企业信息发布中心日前发布的2012年我国饮料行业1至3季度运行状况分析报告显示，我国饮料市场占有率差异明显，民族品牌势头强劲。

从品类结构看，不同市场、不同区域的竞争程度差异明显，罐装饮料市场前四强份额最低，凉茶市场前四强份额最高。

饮用水市场，销量前四位品牌为农夫山泉、康师傅、娃哈哈、冰露，份额分别为34.8%、

16.1%、14.3%、4.7%，四强合计市场份额达到69.9%。

罐装饮料市场，加多宝、可口可乐、露露、椰树占据销量前四位，市场份额分别为11.1%、10.3%、10.0%、8.0%，四大品牌占据39.4%的市场份额。

果汁饮料市场，康师傅、美汁源、统一、椰树占据市场销量前四位，市场份额分别为22.1%、18.8%、13.3%、11.1%，四大品牌共获得65.3%的市场份额。

凉茶市场，加多宝、王老吉、和其正、宝庆堂销售量占据行业总销量的86.7%。其中加多宝凉茶遥遥领先，市场占有率达73.0%。

碳酸饮料市场，可口可乐、百事可乐、雪碧、美年达占据市场销售量前四位，份额分别为24.9%、19.1%、14.9%、7.1%。四强品牌的合计市场份额为66.0%。

功能性饮料市场，前四强品牌共占有53.2%的市场份额，其中红牛占24.0%、脉动占18.6%、尖叫占7.9%、三得利占2.7%。

中国行业企业信息中心主任万东华指出，今年全球整体经济不振，中国受到一定程度的波及，而作为中国消费经济晴雨表的饮料行业却逆势上涨，发展速度十分乐观，其中有几家民族饮料企业发展势头更是如此，尤其是品牌更名后的加多宝，市场更是增长了50%。

业内人士指出，饮料业是我国发展最快的行业之一，目前已逐渐改变了规模小、产品结构单一和竞争无序的局面，中国的饮料市场也已成为国际品牌与中国本土品牌的竞技场。



## 市场瞭望

本报讯 通讯员张晓妹报道：近日，由中国汽车工程学会主办的2012年度中国汽车工业科学技术奖颁奖大会在北京召开。吉利轿车安全技术的研发与产业化项目荣获一等奖。作为我国汽车行业的最高奖项，这是中国汽车工业科学技术奖一等奖首次授予一类专门技术。

近年来吉利在安全技术领域可谓捷报频传。据吉利汽车研究院相关人士介绍，在被动安全方面，吉利熊猫、帝豪EC7和帝豪EC8先后获得C-NCAP五星成绩。2012年，吉利首款SUV全球鹰GX7又获得C-NCAP五星+的成绩，成为自主品牌中唯一一款C-NCAP超五星车型，在当时参加过C-NCAP测试的172款车型中位列第四。2011年，帝豪EC7则以接近五星的成绩，获得了中国自主品牌第一个Euro NCAP四星评价。

在主动安全方面，吉利独创的BMCS(车辆爆胎监测及控制系统)技术，成功化解高速行驶爆胎造成车辆驾驶失稳的风险。目前该技术已在吉利车型上量产，后续还将不断升级。此外，吉利车型上还将相机采用ABS、EBD、ESC等一系列主动控制技术，实际上参加Euro NCAP测试的帝豪EC7就已经配备了ESC系统。

## 摘得中国汽车工业科技奖一等奖

# 吉利汽车安全体系再获认可

吉利控股集团副总裁、吉利汽车研究院院长赵福全说，2007年，吉利开始实施战略转型，明确了吉利的使命就是“造最安全、最环保、最节能的好车”，为了实现“造最安全的汽车”，吉利汽车研究院明确将“安全第一”列为三大研发战略之首，并将其细化为主动安全领域的切实目标。

赵福全表示，在技术方面，吉利除了要掌握最安全的技术之外，还要形成有特点的自主体系。为此，吉利成立了一支由500多名工程师组成的安全技术开发团队，直接或间接参与吉利安全技术的开发，建立了世界级的安全中心，实现了中国及欧盟体系下所有整车NCAP、法规的试验能力，构建了全方位安全性能系统开发流程，在整车开发全过程中实时综合评估安全性能、成本及质量控制；建立了GTSM吉利全方位安全管理体系，保证了从最开始的概念设计到最终生产以及售后服务的全方位安全性。这一系列的举措，使吉利的核心安全技术突破成为可能。

据悉，2008年以来，吉利在安全技术领域先后获得了国家、行业及省级以上的各类技术奖项近20项，并产生了400多项专利。



## 资讯点击

## 中国节能发布社会责任报告

本报讯 记者王薇薇报道：继去年首次发布之后，12月7日，中国节能环保集团公司在京发布中国节能第二部企业社会责任报告《2011年企业社会责任报告》。报告反映了中国节能在2011年的企业社会责任的生动实践，主要从节能环保主业、价值创造能力、员工幸福指数、社会公益事业和对外沟通交流等五个方面展示中国节能的社会责任成果，并进一步强调节能环保是中国节能与生俱来的社会责任，进一步强化“让我们的地球天更蓝、地更绿、水更清，人类生活更美好”的美好愿景，为建设生态文明作出应有的贡献。

## 质量赢得市场

山东欣马酒业有限公司生产线员工正在包装作业。多年来，该企业大力投入研发力量，采用传统工艺和现代技术相结合，使其产品市场占有率逐年递增。

本报记者李树贵

通讯员李会摄影报道

## 宁海供电局开展电网春风行动

本报讯 记者黄晓芳、通讯员张跃镗报道：浙江省宁海供电局近日开展电网春风行动，通过“用电顾问进企业、共产党员服务队企业服务岗”等一系列活动，为企业解决实际困难。受国际经济形势影响，产品主要出口国外的宁海永工模具有限公司今年产值比去年下降了30%，为减少企业负担，宁海供电局春风小分队帮助企业安装了电能管理云服务，同时通过详细核算，为这家企业的流水线作业改进了用电设施，每月可节约电费2万元。据了解，目前宁海供电局电网春风行动小分队已经走访企业113家，为企业提供用电合理化建议143条，为11家企业安装电能管理云服务，节约电费约270余万元。

## 东风雪铁龙C4L上市



以“好车好声音”为主题的东风雪铁龙C4L上市发布会近日在上海举行，此次C4L共推出四款车型，分别配备1.6THP、1.6L两款发动机。东风雪铁龙总经理潘年表示，作为神龙公司E动战略首款涡轮增压增压发动机车型，C4L将在动力、科技、安全、设计四大方面，为用户带来全新的驾乘体验。本报记者 杨忠阳摄

本版编辑 梁睿  
联系电话 (010)58392616  
电子邮箱 jrbqybd@126.com

累计投入科研平台建设超过3亿元

# 湘东陶瓷企业借智力转型

江西省萍乡市湘东区的工业陶瓷产业起源于上世纪70年代初。在国际金融危机蔓延、资源枯竭、市场竞争等重重危机之下，作为传统产业的湘东工业陶瓷如何实现转型升级？

近日，走进湘东，记者感受到这里热火朝天的创业气氛，发现一个科技型、规模型、外向型、生态型的新型工业陶瓷产业正以集群方式快速发展。

湘东工业陶瓷历史上有过辉煌。1971年，湘东下埠镇横溪村农民张开国用筹措来的300元钱，建起了一座土窑炉，并用当地瓷泥烧制出湘东工业陶瓷第一代产品拉西环，年销售收入达到6万元。很快，村村点火、处处冒烟的手工业陶瓷企业在湘东遍地开花。此后，湘东工业陶瓷产业飞速发展，产品一度占据全国70%以上的市场份额。同时，一批企业成为行业的先行者，营销人才超过3000人。

然而，到了1995年，湘东工业陶瓷开始暴露出分散经营、重复建设、低质同构、无序竞争等弊端。经过短暂繁荣后，老矿区湘东也面临着能源资源紧张、环境压力增大、

可用财力不足等严峻考验，一个产业基础雄厚、体系完备的传统支柱产业经历着转型过渡期的艰难和阵痛。

形势的巨变坚定了湘东区政府“壮士断腕”的勇气和决心。2007年，湘东区政府明确提出“淘汰一批、提升一批、壮大一批”的产业改造方案，推动现有陶瓷生产企业加快改造提升。

随后，湘东区政府组织科技、项目、财政等部门成员，全面走访全区陶瓷企业，开展对科技项目的调研、筛选工作，最后，大刀阔斧地关停了倒焰窑生产企业124家，拆除倒焰窑398座、烟囱199根，改建隧道窑和辊道窑81条、梭式窑和推板窑143座、电窑11座。当年，湘东区淘汰落后陶瓷产能356万吨。

在转移和关闭一大批陶瓷企业后，湘东陶瓷产业如何找到未来更宽广的绿色发展空间？

这是以退为进的策略，湘东区政府分管工业的负责人说，作为传统产业的工业陶瓷经过几十年的积淀，毕竟还是有着它雄厚的资源、人才优势，调整是为了改造和提升。

2006年8月，一个规划面积30平方公里的萍乡陶瓷产业基地在湘东区320国道开始建设。6年过去，这片原本杂草丛生的丘陵上，一座座厂房拔地而起。

朝着“科技型、规模型、外向型、生态型”的园区建设目标，湘东区累计完成投资近7亿元，打造陶瓷产业转型平台。高标准建设的工业陶瓷国家测试中心、技术服务中心、研发中心、教育培训中心、产品展示中心、博士创业园、高新技术陶瓷孵化园等相继建立，让基地企业与科技实现“零距离”接触。

同时，为了激励企业自主创新，湘东区政府又先后出台了《关于推动全区工业科技创新的意见》、《关于实施人才兴区战略 构建人才高地的意见》等加快科技创新政策，每年还拨出500万元科技创新专项资金，重奖科技创新企业和科技人才。

在政府带动下，湘东陶瓷企业纷纷投身到校企对接、创新提升上来，他们建立了自己的研发团队和实验室，与83所科研院所建立了长期合作关系，与26家院校签订了

战略合作协议，聘请了51名专家、教授为企业科研顾问，有12所科研院校在企业内部建立教学实践基地，企业累计投入科研平台建设超过3亿元。

产学研紧密结合极大推动了湘东陶瓷产业的科技创新。东桥瓷厂成功开发出羟基铁包覆过滤材料，产品技术达到了国际先进水平，科兴特种陶瓷有限公司研发的高温材料、高孔密度蜂窝陶瓷等产品取得重大突破，填补多项国内国际空白；龙发实业股份公司从当初的作坊企业成为了湘东工业创新的领头羊，自主研发出11项获得国家发明专利的产品。

短短几年，湘东陶瓷企业共取得国家专利125项，获得国家级品牌8个，省级品牌16个，产品质量认定137项。有机废水碳氨硫同步脱除、化工园区工业废水处理、羟基铁包覆滤料污水处理剂等新技术、新成果达到国际先进水平。如今的湘东工业陶瓷正朝着掌握行业“话语权”的目标大步迈进。

文/本报记者 赖永峰  
通讯员 朱焕荣