

东风向上

经济日报·中国经济网记者 杨忠阳

慧眼观企

中国汽车市场正在经历结构性调整,其中最明显的一个特征是,豪华车市场份额不断提升,主攻中低端市场的自主品牌汽车份额越来越低。东风公司要想在调整中赢得主动权,就必须打造出具有竞争力的高档车和高端品牌



上图 在北京国际车展东风展台,工作人员指导观众体验智能技术。
左图 东风风神AX7 PRO搭载的人工智能车机系统操作界面。 本报记者 杨忠阳摄

为后来者树立了新的标杆。

随着新一轮科技革命与产业变革加速推进,汽车产品及产业生态正在全面重塑。“在行业转型期,东风要抓住迎面而来的机会,就要选择新的赛道。”竺延风说,针对新的产业变革趋势,2017年公司正式提出“五化”战略,即轻量化、电动化、智能化、网联化、共享化,并开始谋篇布局。

“我们不仅希望推出符合‘五化’理念的产品,更希望打造平台、新品牌,从而抓住机会,引领集团转型升级。”竺延风表示,这也是东风岚图品牌选择从新能源汽车突围的重要原因。

问题是,赛道选择对了,并不意味着必然成功。汽车行业本就竞争激烈,无论是与充满锐气的造车新势力相比,还是与思路更活跃的民营企业相比,国有车企似乎都存在着“先天的短板”。竺延风告诉记者,为此东风公司以巨大的勇气与智慧推进改革创新。

“在产品开发上,东风岚图将充分结合智能、网联、电动化趋势,打造‘互联网+’开发生态与迭代升级模式,将新技术融入并应用到汽车上,为产品带来新变化。”

“在体制机制上,东风岚图采取了开放式的市场化招聘模式。我们将创新体制机制,努力提升效率,给年轻人提供成长的舞台。”

“在资本投入上,东风的企业结构决定我们不会走‘砸钱’路径,但我们会集中集团优势资源,提高资金使用效率。”

对于汽车新品牌,首款车能否在市场中“站得住”极为关键。“东风岚图的首款量产概念车岚图iFree,目前正在全球范围内开展严格测试,预计将于明年投产上市。”卢放透露,从2021年起,东风岚图每年将向市场投放至少一款新车;今后3年至5年,东风岚图汽车产品将涵盖轿车、SUV、MPV等多个细分市场,扩展高端电动汽车的产品阵容。

智能化助力全面升级

除了推出东风岚图高端新能源品牌,东风公司还借助智能化发展,为集团现有品牌向上突围蓄势赋能。

9月26日,东风风神全新升级的4款车型悉数亮相北京国际车展。东风乘用车公司总经理丁绍斌告诉记者,作为东风风神全球模块化平台首款SUV车型,新的AX7PRO不仅在造型设计与动力总成上作了升级,而且强化了智能辅助驾驶、人工智能车机系统等创新科技,助力风神品牌全面焕新。

东风风光首发了紧凑型SUV——东风风光500。该车型具有“越级空间”,双色车身搭配悬浮式车顶。其性能包、智能包、舒适包等

多组合、差异化的选装套餐,能够满足用户的多元需求。一同亮相的东风风光580星版则搭载了全新一代MY FENGON超级智联系统,该系统可实现语音控制天窗、尾门、音乐,远程控制车窗、空调等8大类155项功能。定位为“A+级SUV头等舱”的东风启辰星,则集全球技术、合资品质与中国定制的高价值基因于一身,拥有“全新造型、联盟技术、智趣科技、越级舒适”四大产品优势。其中,为满足智能时代消费者新需求,启辰星搭载了15.6英寸智能中控大屏、AR实景智能导航、W-HUD智能领航抬头显示等一系列丰富配置。

以智能化助力品牌提升,不仅体现在每一款车型上,还体现在生产制造、营销服务以及智慧出行等每一个环节以及产业生态构建上。今年6月28日,头发花白的东风商用车车辆工厂总装厂装配一线员工刘兴,眼含泪花,见证了一个历史性时刻。当天11时28分,随着一辆型号为KH9N-001-020J的东风天锦下线,东风商用车装配一线圆满完成历史使命,关停并退出历史舞台。“这个旧厂区全面关停,标志着东风商用车淘汰落后产能、升级制造工艺、向智能化工厂转型迈出了关键一步。”东风商用车总经理王强说。

“十三五”期间,技术中心要努力向“五化+N”战略转型,不断向汽车产业尖端科技攀登。”东风公司技术中心主任谈民强告诉记者,以智能化、网联化为突破口,今年以来东风公司已实现112项关键技术与新产品的搭载应用。

在智能化方面,按照新进程与跨越式发展路线,目前东风公司10余项智能化功能配置在同级竞品中均处于领先水平。其中,跨越式路线着力攻关限定区域内L4关键技术,已完成Sharing-VAN、RoboTaxi的研发。据介绍,Sharing-VAN是国内首款自主研发的L4级5G自动驾驶汽车,代表了目前世界领先水平。作为获得武汉市第一张自动驾驶汽车路测牌照的L4级自动驾驶车型,RoboTaxi已在武汉投入示范运行。

在网联化方面,行业领先的WindLink智能车机系统已迭代至5.0版,可支持软件OTA升级与迭代。

在共享出行领域,东风公司积极打造移动出行平台,拓展出行生态圈,融入智慧城市发展。东风出行、T3出行两大平台在全国多座城市开展运营,注册用户数超千万,在多座城市日订单数排名第一。

已走过50多年历程的东风公司,曾有过辉煌,也有过坎坷。受疫情影响,2020年无疑是“艰难一年”。对此,竺延风表示:“越是在困难时期,越要保持战略定力,通过创新驱动,化危为机,奋力实现品牌向上。”

发力新材料、新能源

滨化集团向价值型竞争转型

本报记者 王金虎

滨化集团合作伙伴大会暨投产运行50周年庆典日前在山东滨州举行。滨化集团董事长朱德权表示,管理层将聚焦加速推进公司由成本型竞争的基础化工行业向价值型竞争的新材料、新能源行业战略转型,这意味着公司将启动第三次创业新征程。当日,滨化集团还发布了氢能战略,助力四大产业基地建设,全力再造一个以创新驱动发展的“新滨化”。

滨化集团是中国化工氯碱行业领军企业之一,营业收入超300亿元。其业务涵盖盐化工、石油化工、精细化工等多个领域,产品远销100多个国家和地区。在技术创新方面,该集团始终走在行业前列,多次获得中国石油和化工行业技术创新示范企业等荣誉称号。其中,离子膜烧碱项目连续6年获全国重点耗能产品能效“领跑者”标杆称号,环氧丙烷共氧化法生产技术实现了历史性突破。

“公司力争用3年时间稳固传统化工基础,重塑产品核心竞争力;实现北海碳三碳四项目全面达产达标;完成北海项目二期要素准备工作,向世界一流化工新材料企业迈进,为滨化向新能源战略转型拓展空间。”朱德权表示。

根据发展规划,为加快四大发展目标的实现,滨化集团将在滨城区、北海新区、阳信县、沾化区分别建设基础化工、新材料、精细化工、新能源4个板块,四大产业基地协同发展,融合共生。

根据备忘录,在基础化工方面,滨化集团将与滨州滨城区共同推动氢能生产项目,以构建氢能产业创新引擎为目标,围绕装备制造领域的前沿技术、产业趋势、创新应用等开展研发生产,探索氢能生产新技术、新产品、新应用,打造中国顶尖的氢能生产及装备制造基地。

在新材料方面,滨化集团将与北海新区共同推动清华工研院中试基地在滨州的建设和发展,围绕清华工研院相关中试领域的前沿技术、产业趋势、创新应用等开展研发生产,以化工新材料、碳三碳四等新技术、新产品、新应用为突破口,丰富山东高端化工产业生态,打造中国顶尖的中试基地。

在精细化工方面,滨化集团将与阳信县共同推动精细化工基地在阳信的建设与发展,建设精细化工产业园,围绕精细化工前沿技术、产业趋势、创新应用等开展研发生产,打造中国顶尖的精细化工基地。

在新能源方面,滨化集团将与沾化区共同推动蓝色经济区的建设与发展,以构建风能、光能、氢能为核心目标,围绕“蓝色经济”前沿技术、产业趋势、创新应用等开展研发生产,打造中国顶尖的清洁能源生产基地。

在签约现场,滨化集团总裁姜森代表公司与工商银行滨州分行、农业银行滨州分行、中国银行滨州分行、建设银行滨州分行、交通银行滨州分行签署合作意向,公司与工商银行滨州分行为首头行的22家银行达成65亿元银团贷款合作意向。该笔贷款将主要用于滨化集团北海碳三碳四综合利用项目建设。

锡价回暖,净利润同比翻番

锡业股份三季度业绩亮眼

本报讯 记者周斌报道:云南锡业股份有限公司日前发布2020年三季度报,公司实现营收356.89亿元,同比增长4.85%,净资产、总资产、每股收益等关键财务指标同比上升,公司业绩延续稳定向好态势。

三季度报显示,公司第三季度实现营业收入131.85亿元,较上年同期增长9.82%;归属于上市公司股东的净利润2.55亿元,同比增长104.29%;扣非净利润2.27亿元,同比增长82.31%。

云南锡业股份有限公司董秘杨佳炜接受记者采访时表示:“第三季度业绩大幅度提振的主要原因在于,强化内部管理与成本控制两项工作取得明显进展。生产经营提质增效使公司拥有较为稳定的现金流,风险控制能力也进一步提升。同时,随着国内经济复苏与锡价回暖,公司产品价格有所提升,部分产品销量同比增长。”

在重点工程建设方面,锡业股份同样取得重大进展。根据投资计划,公司建设资金持续投入,在建工程比年初增加14.97亿元,矿山工程项目和锡冶炼异地搬迁项目(变更)正在有序推进;华联锌铅360万t/a采矿扩建项目及配套设施建设完成后,预计华联锌铅精矿将会有一定幅度的增长;铜街、曼家寨矿区360万吨/年采矿扩建工程及配套设施按计划有序推进,矿山锡石浮选、预选抛废等产业化项目成效明显。

锡业股份所处的有色金属板块与宏观经济运行情况息息相关。“在积极的财政政策与宽松的货币政策支撑下,锡景气度触底回升,锡价表现由弱转强,有望在经济逐步复苏的驱动下步入新一轮上涨周期。这些因素都为国内有色金属企业提供了较好的发展环境。”中信证券投顾陈明璆表示。

灵动飘逸的羽翼大灯、流畅动感的车身线条,代表胜利之翼的鸡翼门与游艇悬浮式的引擎盖,展台上的两款概念车,将东风岚图的品位表现得是“高大上”。

在前不久举行的北京国际车展上,东风岚图不出意外地成为最受关注的品牌。“此次展出的东风岚图iLand和iFree,不仅能实现续航里程‘零焦虑’,而且能够通过智能网联技术以及软件迭代,为用户提供人与车的互动体验,展现了东风造车新实力。”东风汽车集团董事长、党委书记竺延风表示,“我们将以新发展理念为引领,集中优势资源,将东风岚图打造成为中国高端新能源乘用车的领先者,推动东风品牌向上。”

市场逼出来的转型之路

7月29日晚,武汉汉秀剧场中央。耀眼的聚光灯下,阐述完东风岚图的定位及未来愿景后,竺延风邀请东风岚图汽车科技公司首席执行官兼首席技术官卢放上场,并深情寄语:“祝你成功!”

“从0到1,创建一个汽车品牌,值得倾注一生的精力。”今年44岁的卢放是一名车辆工程专业博士,他曾主导红旗H5与奔腾T77整车开发。卢放告诉记者:“自2018年底成为东风公司战略规划部专项技术总监以来,我们团队便肩负起了打造东风高端品牌的使命。”

在很长一段时间里,这个使命都是东风公司的“一号机密”,以h事业部代称。但自从h事业部社会招聘首次曝光后,谜底开始一层层揭晓。从2020年5月6日竺延风写给h事业部的一封信,到7月17日东风岚图品牌发布及LOGO亮相,再到7月29日疫情后汽车圈首个

线下千人发布会——通过一场精心打造的灯光秀,东风公司向外界宣告了岚图品牌的诞生。

“东风岚图的发布开启了东风发展高端品牌,推进品牌向上的新一轮创业。”对于这个酝酿多年的“东风蓝图”,竺延风满怀期待。

不过,东风岚图的横空出世,也引发了外界的各种质疑:“东风旗下的自主品牌已有风神、风行、风光和启辰,现在又搞一个岚图,是否多此一举?”“中国汽车市场,还需要一个全新品牌吗?”

“我们深知,在当前激烈的市场竞争中,一个全新品牌要得到市场与消费者的认可,是一件非常不容易的事情。”竺延风说,但对东风公司来说,这是一场以东风岚图品牌为载体,迫在眉睫的转型升级之路。

当前,中国汽车市场正在经历结构性调整。其中,最明显的一个特征是消费升级,豪华车市场份额不断提升,主攻中低端市场的自主品牌汽车份额越来越低。

“东风公司要想在调整中赢得主动权,就必须打造出具有竞争力的高档车与高端品牌。”在竺延风看来,“这是一条被市场逼出来的转型之路,也是公司在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下的新机遇。”

选择与努力同样重要

品牌高端化是很多车企的梦想,然而实现这个梦想并不容易。“在传统燃油赛道上,奔驰、宝马、奥迪已在品牌和技术上构筑起很深的护城河,要想短时间内超越,几无可能。”一位业内人士说,如果换道新能源,境况或许就不太一样了。特斯拉近年来的快速崛起,无疑

进,配合供应链、物流等零售全链路优势,苏宁围绕用户周边1公里至10公里构建起了线上线下融合的智慧零售生态。

在我看来,很多企业创新转型不成功,并非没有看到趋势,而是无法承受短期的诱惑与压力,左右摇摆,瞻前顾后。要知道,创新过程中一定会出现挫折甚至失败,我们既要有抵制诱惑的定力,也要有经受挫折的勇气。

今年初暴发的新冠肺炎疫情给中国经济带来了严峻挑战,也为企业转型发展、创新业务模式带来了新机遇。

一方面,传统零售变革的步伐越来越快,大数据、人工智能等先进互联网科技对于零售业的渗透趋势愈发明显,技术驱动消费购物趋势更加明显。线上线下融合的智慧零售、智能供应链、智慧物流、直播带货等都在重塑新的消费环境和消费格局。

另一方面,抗疫过程催生了一批新模式、新业态、新经济,比如垂直领域生活电商平台、

售,再到今天引领行业发展的智慧零售,苏宁的发展史就是一部创新史。

作为一家零售企业,通过持续创新变革,为消费者提供更好的服务与体验是苏宁的核心职能。

如今,苏宁已经迈入高速发展新阶段。围绕全品类经营、全渠道拓展、全客群服务的智慧零售之路,苏宁已发展为国内首家实现线上线下并进、全渠道融合的零售企业。截至目前,公司已拥有全业态门店1万多家。

在去年相继收购万达百货与家乐福中国之后,苏宁基本完成了全场景布局,在一线市场与下沉市场形成了包含苏宁广场、苏宁易购广场、家乐福、零售云店、苏宁小店等在内的互联网零售业态全覆盖。今年上半年,虽然受到新冠肺炎疫情冲击,苏宁到家业务、商店销售、电商直播等依旧实现了突破性发展,全渠道销售规模实现逆势增长。

当前,随着上万家门店数字化转型加速推

以创新应变局 弘扬新时代企业家精神

苏宁控股集团董事长 张近东

企业家纵横谈

“企业家要带领企业战胜当前的困难,走向更辉煌的未来,就要在爱国、创新、诚信、社会责任和国际视野等方面不断提升自己,努力成为新时代构建新发展格局、建设现代化经济体系、推动高质量发展的生力军。”习近平总书记在7月21日召开的企业家座谈会上发表的重要讲话不仅对弘扬企业家精神提出了明确要求,也为企业家精神注入了新的时代内涵。

今年是我国全面建成小康社会和“十三五”规划的收官之年,也是苏宁创立的第30个年头。回首这段历程,让我感受最深的是,创新已经成为引领中国经济和包括苏宁在内的广大民营企业发展的核心驱动力。

从实体零售到线上线下融合的互联网零