

# 也谈特斯拉现象

## 忠阳车评

尽管“不妥协”的特斯拉已经“认怂”，但舆论似乎不依不饶。从维权女车主登上车顶开始，到企业深夜再次致歉，特斯拉不仅快速把自己送上了热搜，成功抢占了各大媒体平台头条，而且正在成为一种现象，被人们热议。

梳理这一现象的起因，并不复杂。就是面对一起突发交通事故，在是否刹车失灵和超速行驶上，需要找第三方权威检测机构，来检测和界定车主与厂家责任。结果“公说公有理，婆说婆有理”，久拖不决。以至于女车主在上海车展极端口角，燃爆舆论。而特斯拉的硬核表态，又导致其在舆论场再次“翻车”。

女车主维权的车祸究竟存不存在刹车失灵问题，是解开此次事件真相的关键。随着监管部门的介入，相信权威机构检测认定后，终会真相大白。但反思此次事件，我们不能止步于真相，理应有更

多、更深入思考，这也是我们从汽车大国迈向汽车强国，构建良好汽车消费生态和文明进程中的一次赶考。

加强第三方检测机构建设与公信力提升无疑是必要的。此次有一个争议细节，就是消费者不信任特斯拉推荐的第三方——中国质量认证中心，而又没有或者无法推荐双方共同认可的第三方检测机构。这从某种程度上暴露出，我们在汽车维权第三方检测认证机构建设中存在明显短板。作为全球汽车年销量和保有量第一大国，多少有点打脸。对于汽车如此复杂的产品，如果没有权威机构鉴定，消费者凭肉眼是很难举证或取证的，也是难以让公众信服。特别是随着智能电动汽车的快速发展，“软件定义汽车”时代的到来，必然更需要可信的第三方检测机构来为公众提供高质量服务。

同时，厂家对待消费的态度有时比产品质量本身还重要。不得不承认，在此次事故处理中，特斯拉对待消费者是颇让人不舒服的。作为一家头顶明星光环的高科技公司，特斯拉固然有颠覆性的产品，但这不是特斯拉可以怠慢消费者

的资本。要知道，科技的伟大不在于超越，而在于普及。再好的产品，如果没有消费者购买，不能给消费者带来愉悦的体验，又有什么价值和意义？更何况，中国市场如此之大，在全球车企中的地位如此之重要，特斯拉理应更加重视中国消费者才是，除非不想在智能电动汽车赛道继续领跑。

事实上，在现实生产生活中，不管是传统燃油车还是新能源车，从来就没有一款是完美无缺的。作为民用领域最复杂的产品之一，由于在设计或生产时，受制于当时技术水平或认知所限，虽然都符合法律或行业相关规定，很多汽车也会存在这样或者那样的缺陷。这些“先天”缺陷，有的甚至是产品进入流通领域经过消费者使用后，才有可能进一步暴露或被发现。因此，产品有问题缺陷，并不可怕。可怕的是厂家处理问题的态度不友好，进而被人贴上“傲慢”的标签。此次特斯拉女车主引爆的维权风波，教训不可谓不深刻。

此外，企业与媒体关系也要再认识和重塑。有人说，此次特斯拉之所以遭到媒

体群殴，就在于其不投媒体广告，特别是“不在自媒体上投”。这样的说法，显然并不全面。相信大多数媒体口诛笔伐特斯拉，是在报道消费者维权过程中，看不惯特斯拉的“傲慢”态度与派头。

当前舆论生态、媒体格局、传播方式正在发生深刻变化，企业与媒体关系也在重塑。特斯拉之所以如此反感某些自媒体，恐怕也不是没有缘由的。近几年，自媒体如雨后春笋般兴起，由于缺乏像机构媒体那样的严格监管，确有一些自媒体以“黑企业”为能事，借“揭批”之名，行敲诈之实，特别是在汽车圈、信息技术以及房地产等领域，这种风气尤其甚。企业敢怒不敢言，为了息事宁人，只好舍财消灾。问题是，羊毛出在羊身上，这些成本最终都是消费者埋单。而特斯拉只是勇敢地说出“皇帝没穿衣服”的那个孩子而已，这一现象同样应引起监管部门重视。

杨忠阳



# 找钢网找准钢贸「痛点」

本报记者 李景

近日，钢铁电商找钢网召开了2021年度合作伙伴大会，重点钢企以及众多供应商参会。与前几年相比，今年参会的企业已经对钢铁电商业态十分熟悉，找钢网基于互联网平台的服务理念以及最新的产品解决方案成了讨论的焦点。

钢铁电商能为如今的国内钢铁贸易带来什么？找钢网创始人王东表示，面对新冠肺炎疫情，钢铁电商平台的作用更加凸显。“受疫情影响，用户更倾向于使用远程方式运营，客观上推动了钢铁流通行业的数字化变革。”王东介绍，找钢网正是抓住数字变革机遇，大力推广在线交易，并进一步完善支付方式，提升了用户黏性。

“如今，在政策支持下，找钢网的支付方式逐步从过去的银企直联变为第三方支付。”王东解释，钢铁贸易金额大，从前，用户在平台买完货，需要去线下银行转账，即通过银企直联支付；而今，第三方支付推出为找钢网平台用户提供了更好的交易支付体验，进一步提升平台在线交易效率和服务能力，实现全流程、全场景的在线闭环。

成都厚德路商贸有限公司总经理张金城就是钢铁电商的受益者，与找钢网合作以来，该公司的钢材交易量从第一年的100吨增长到现在的每年3万吨，运营效率大幅提高，该公司正逐步发展成区域知名的钢贸企业。“不过坦白讲，找钢网2014年刚进入四川的时候，钢材市场正陷入低谷，我们甚至感觉多了一个竞争对手。”虽然有担心，但张金城抱着试试看的态度和找钢网合作后发现，钢铁电商非但不是钢贸企业的对手，反而成了帮手。

“钢贸商担心钱，采购商担心货，这是钢贸过程中的一大‘痛点’。”张金城告诉记者，利用找钢网平台，可以有效解决交易中的信任问题。“比如，当外地买家来买钢材，我们在对买家不了解的情况下，交易会很难。但通过找钢网接到的订单，由于款、货、票都有平台担保和监管，因此交易比较安全。此外，电商平台也具备导购功能，一些本地的、外地的新客户也会通过找钢网找到贸易商，这下增量业务也有了，库存周转率也提高了。”

“解决行业‘痛点’，帮助钢铁产业链上下游企业降本增效是找钢网站稳脚跟的关键一步。”找钢网运营中心西南大区总监康凡介绍，以前下游用户购买钢材不仅要和多家供应商询价、比价、议价，还要经历锁货、付款、结算、补退、发票等环节，绝大部分买家采购完还需寻找车辆运输，货物从仓库提出又要和仓储公司及加工厂对接相关商业环节，看似简单的一笔采购，其实非常复杂与低效。

为解决这些“痛点”，提高产业链流转效率，找钢网经过多年技术积累和实践经验，找到了相应的解决方案。比如，在交易效率方面，找钢网利用互联网、云计算等工具，让用户只需电话委托或者在线提交订单，就能更快地找到想要的钢材；在服务效率方面，整合线下仓储、加工、物流公司等服务商，围绕平台交易展开服务；在工作效率方面，找钢网开发了一套支持应用场景丰富的SaaS系统——“胖猫云”以及行业大数据APP——“找钢指数”，解决因系统滞后、信息滞后等原因而影响工作效率的问题。

便捷的一站式服务使得找钢网交易量稳步提升，去年该平台交易量接近4000万吨，物流板块业务增幅达56%。王东表示，作为国内领先的工业领域企业科技服务平台，找钢网将继续发挥科技与服务优势，利用互联网、大数据、SaaS、AI等技术手段，打通钢铁产业链各环节，提高运营效率，帮助行业上下游更精准地抓住市场机遇。

# “中国葵”育成记

本报记者 余健

向日葵仓储中心投入运营、三胖蛋食品有限公司瓜子及干果加工中心基建工程完成过半、向日葵技术研究院改扩建工程有序推进……在位于内蒙古自治区巴彦淖尔市五原县的三瑞农业科技股份有限公司(以下简称“三瑞农科”)向日葵技术研究院里，向日葵科技产业园区已初具雏形。

“我们希望通过园区建设实现向日葵产业从源头到终端的高标准布局 and 高质量发展，实现从种子研发、基地种植、流通贸易、生产加工到文旅发展的深度融合，推动巴彦淖尔市成为国内乃至全球的向日葵科技研发中心和产业辐射中心。”三瑞农科董事长张永平表示。

## 引进杂交新种子

作为一家专注食葵种子产业、已实现“育繁推”一体化的现代种业公司，三瑞农科始终把科技创新放在首位。近3年累计投入研发资金8000多万元，建成了向日葵系统化技术研究机构、研发育种基地及制种基地，研发了拥有自主知识产权的30余个食葵种子品种，国内市场占有率达31%以上。

“目前，我们已建成国内领先的向日葵种质资源库，入库来自美国、俄罗斯等地的资源5600余份。储备丰富的向日葵核心亲本资源，为我们加快优良向日葵新品种培育、推动产业持续发展奠定了基础。”张永平说。

回忆起创业之初，张永平仍十分感慨。“2000年之前，国内向日葵产业发展相对滞后，尤其体现在对种子的选用上。当时使用常规品种，产量低、抗病性差，国内高端的食葵原料主要依靠从国外进口。”通过多种渠道，张永平从美国取得了5家公司杂交种子的代理权，开始推广食葵种子杂交品种。

“那时，广大农民对新种子新技术并不认可。我们挨家挨户走访，向农户介绍杂交种子的优势和发展前景；与他们签订单，以高于市场价的价格回收；还提供担保，如果因种子原因导致收成不好就给予赔偿。”张永平说。经过3年多的推广，新引进的食葵种子杂交品种因高产量、高抗病性得到了市场认可。

2010年6月，三瑞农业科技股份有限公司成立。“到2010年底，食葵种子杂交品种在国内的使用量达到了95%左右。葵农的种植收入由种常规品种每亩约600元增加到每亩1500元以上，平均亩产量由200斤左右增加到500斤左右，国内食葵种植面积增加到600万亩左右。”张永平说。

## 自主研发新品种

然而，随着消费需求的升级，食葵杂交品种的缺陷日益显现。张永平告诉记者，我国有广阔的消费葵花子消费市场，消费者对葵花子的品质要求也在不断提升。

“2008年前后，一些对品质要求较高的消费者不怎么嗑瓜子了，原因是食葵杂交品种的葵花子颗粒小、瓜子仁皮厚、口感



不够好。从那时起，我们在国内外广泛收集食葵种质资源，组建自己的科研团队，专注培育优质的食葵种子。”

功夫不负有心人，2012年，三瑞农科研发出具有自主知识产权的SH361、SH363等食葵种子杂交品种，兼具传统品种的口感和杂交品种的优势。

2015年，这些食葵种子新品种在国内市场实现了爆发式增长，市场占有率迅速提高。

“新种子不仅带来了食葵品质的提升，而且提高了葵农的收入，农户每亩增收300到500元。国内种植食葵的面积也从2010年600万亩左右增加到了2016年的1100多万亩。我们在食葵的种植面积、加工生产能力、消费能力以及出口能力等方面均达到了世界领先水平。”张永平说。

## 形成产业影响力

三瑞农科成立以来，持续投入科技研发，坚持种子科技创新，截至目前已获得13项发明专利和4项外观专利。2017年，三瑞农科战略性引入隆平高科，实现了产业和平台的优势互补。与袁隆平院士合作建立了院士工作站，加快了耐G级列当向日葵新品种、抗水锈向日葵新品种、超长(3.0厘米以上)新品种研发，目前已经培育出目标试验品种，正在进行测试。

“我们公司人员规模稳定在200人左右，除了由30多位科研人员组成的科研团队，还有生产团队及营销团队等，这在国内食葵种子企业里并不多见。我们的团队带动了国内近万名农业技术服务人员、食葵种子经销商等，帮助他们更好地服务国内近百万名葵农。”张永平说。

三瑞农科不断推进中国食葵产业走向世界。2018年，公司成功举办了世界向日葵产业发展论坛，邀请来自18个食葵主产

国家和地区的科学家、企业代表等出席。2019年，公司获得2024年世界向日葵大会的承办权。

“我们将以此为契机，向全世界展示中

国欣欣向荣的向日葵产业，同时继续专注食葵种子，不断提升公司的核心竞争力，为国内乃至世界的向日葵产业发展贡献力量。”张永平说。

# 马兰矿三把“钥匙”降本增效

本报记者 梁婧 通讯员 韩若楠

自国务院国资委启动国有企业对标世界一流管理提升行动以来，山西焦煤集团积极探索推行精益化管理，致力于解决质量效益不高等突出问题，推动企业向高质量发展迈进。山西焦煤西山煤电马兰矿党委副书记、矿长郝志强告诉记者：“作为集团主力生产矿井之一，马兰矿找到了‘内部市场化、课题揭榜、精益创新项目’三把破题的‘钥匙’。”

从3月开始，马兰矿构建了矿、区(科、队)、班组三级市场主体，建立了覆盖矿井各生产要素的价格体系，选取试点开展内部市场化模拟运行。在一次升井之后，马兰矿综采二队员工高建明站在队部公示墙前对记者说：“工作后的回看是这么多年我

们在矿上的习惯，尤其是有新的改革时，更要跟上改革步伐。”公示墙上张贴着当日的工资结算单，每名员工当班的工作量、材料消耗、收入情况一目了然。将各项工作计量、定价，把材料消耗纳入工资日清日结，这是马兰矿以内部市场化倒逼成本管理的一项新举措。

“好的制度就是要让每一名参与人员都有成为创新者的可能。”马兰矿企管科负责人贾淳博告诉记者，“我们的精益化管理就是要实现各生产要素的优化配置，而人是最重要的要素，调动起员工的积极性至关重要。”2020年12月初，马兰矿围绕生产中遇到的急难险重任务列出10个课题，并

面向全矿挂榜，拿出600万元公开征集解课题良策。

马兰矿“盾构机月进尺突破530米”课题负责人梁维将就是“第一个吃螃蟹的人”。盾构机是智能化矿井建设的关键一步，主要应用于岩巷开拓，从2019年底引进以来，由于员工操作水平不熟练，加之疏于管理，盾构机进尺水平迟迟得不到提升。梁维将在揭榜后第一时间成立了项目组，并立下军令状：“每日进尺有目标，若完不成，甘愿扣罚！”经过技术攻坚、优化流程、组织协调，项目组于当月掘进541米，创造了国内大倾角、大曲率半径、开拓全断面直径4.88米岩巷盾构机月进尺的最高纪录。

“课题揭榜”是由矿上出题、员工答题，而“精益创新项目”则是自下而上、全员发力。“精益化要全员参与、全过程覆盖、全流程优化、全方位提升。”郝志强告诉记者。

从下发“精益创新项目”激励办法后，马兰矿累计收回流程优化、工作标准化、降本增效、保障安全等176个项目。基于安全效益、经济效益等考量，企管科评选出7项予以立项，“车皮物料监测系统项目”是其中之一。井下生产所需的各种物料需用车辆进行运输，虽马兰矿有各类运输车辆近1000辆，但因缺乏流程化管控，导致车辆周转不畅，影响矿井正常生产。在“精益化管理”理念的引导下，运输区自主研发了一套监测系统，通过信息化、智能化手段实现了车辆管理流程化，让车辆周转率提升了1.5倍。

用好考核利剑，激活员工潜能，马兰矿已迈出精益化管理的第一步，精益思想、精益创新正在为矿井降本增效、提质升级注入源源不断的动能。

