

# 东风起亚能否“一别两宽”

## 忠阳车评

日前,东风汽车集团有限公司在上海联合产权交易所正式挂牌出售旗下三方合资公司——东风悦达起亚汽车有限公司25%股权,转让价格为2.97亿元。有舆论推测,该股权很有可能由现代起亚接盘。交易一旦达成,东风公司将成为首家主动放弃合资公司股比的中方车企,其背后深意值得关注。

东风主动退出合资公司并不意外。作为中国入世后首个中外汽车合资项目,东风悦达起亚汽车有限公司有过高光时刻,2016年一度创下65万辆的年销量纪录。虽说与“南北大众”难以相比,但日子也还过得富足。不过,近年来经营每况愈下。2020年,东风悦达起亚销量仅24.93万辆,实现营业收入219.40亿元,净利润亏损47.50亿元;2021年前10个月,累计销量跌至12.81万辆,实现营业收入124.77亿元,净利润亏损26.12亿元。

显然,目前东风悦达起亚早已沦为股东的负资产,东风没必要受其所累。

有人说,东风悦达起亚的急速滑落,问题出在股比上。与很多合资车企只有两个股东且双方股比不同,东风悦达起亚由东风公司、江苏悦达投资股份有限公司、韩国起亚汽车株式会社共同组建,三方股比分别为25%、25%和50%。这样的“三元”股权结构,沟通起来要比只有两个股东更为困难。虽然东风对市场变化更加敏感,但苦于在合资公司股权占比偏低,话语权不大,对于改变当前合资公司经营状况亦力不从心。

这样的分析貌似有理,但经不起推敲。以北京现代为例,北汽与现代各占50%的股份,为何现在也是困难重重,步履维艰?问题恐怕还是出在韩系车的定位上。要看到,在入华初期,韩系车销量一路攀升,主要走的是“性价比”路线。随着中国汽车市场产品供给日益丰富,消费不断升级,“性价比”路线已难完全走通,特别是

在快速崛起的自主品牌面前,起亚的“性价比”就不再有多大优势。因此,如果还死抱“性价比”这张牌,包括起亚在内的韩系车在中国市场的衰落就无法避免。

对于东风而言,旗下并不缺合资企业。无论是东风日产还是东风本田,其产品和品牌实力,都要比起亚强很多。当起亚热销时,分一杯羹即可;当起亚折戟时,“撤退”也许更符合自身利益。毕竟,在新一轮科技革命和产业变革中,东风的战略重点已转向如何抓住“电动化和智能化”机遇,集中优势资源,做强自主品牌。事实上,去年东风发布了全新高端品牌岚图,并在法国雷诺品牌退出中国市场之际,将东风雷诺工厂改造成了岚图生产基地。如今岚图在市场上渐有名气。无疑,这才是东风“向上”奔跑的正确姿势。

也要看到,虽然东风悦达起亚这几年经营状况并不尽如人意,但起亚在全球的经营状况还是可圈可点的。面对中国这一全球最大新车市场,起亚肯定不会轻易放

弃。如果能通过增加股比,投入更多资源,使未来起亚品牌在华发展决策更加正确,使其全球资源的导入更加高效,或许起亚在华命运能够得到改变。从这一角度讲,东风的主动退出,又何尝不是起亚一次难得的自救机遇?当然,关键还在于起亚如何做,能否适应中国市场变化。

“东风悦达起亚”将成为历史,但无论对于东风还是起亚,或许都将是“双赢”的好事,正所谓“一别两宽,各生欢喜”。不得不说的是,此前人们还在担忧,一旦合资车企股比放开,会不会有中方企业活不下去,现在看来是有些多虑了。在我国乘用车合资股比放开前夜,东风从合资公司的主动退出告诉我们,随着产业变革加速,中方车企自身战略的调整和实力的提升,使其对合资公司的技术依赖已不再像此前那么强烈,中国汽车市场“后合资”时代或许就此开启。

杨忠阳

智慧宫

翻译出版图书 1260余种

涵盖 6个 语种

推广动漫影视作品 220部

“你知道宁夏的‘智慧宫’吗?它是中阿文化交流的使者。”在第四届中阿博览会上,埃及工贸部长娜菲·贾米阿说。

走进宁夏智慧宫文化产业集团有限公司,浓浓的书香扑面而来。许多向“一带一路”沿线国家和地区翻译出版的图书,都出自这家公司。

智慧宫董事长张时荣只有37岁,却已经历了10余年的创业历程。10年前,张时荣与几个合伙人开办公司从事文化产业经营。2010年首届中阿经贸论坛在宁夏召开,许多“一带一路”沿线国家和地区的人员迫切需要相关机构为他们提供中文的论坛活动资料、参会企业介绍及中阿合作落地项目介绍等,这让他们发现了商机。做中阿合作文化交流的友好使者,何乐而不为呢?于是,张时荣与几个年轻人东拼西凑筹集10万元,建立起了智慧宫。随着中国与“一带一路”沿线国家和地区不断加强合作,在第二届中阿经贸论坛期间,智慧宫承办了各类大赛和项目,赚到了“第一桶金”,还由宁夏回族自治区政府牵头与多个出版机构正式签约。

多年来,智慧宫坚持主营业务面向“一带一路”沿线国家和地区,让中国方案、中国智慧、中国文化进入“一带一路”沿线国家和地区寻常百姓家。“经过努力,我们陆续打造了文化图书出版、影视动漫、国际中文教育、国际投资四大核心业务板块。”智慧宫市场中心负责人马宁告诉记者。

目前,智慧宫已向“一带一路”沿线国家和地区翻译出版了涵盖阿拉伯语、波斯语等6个语种,涉及中国政治、经济、文学、儿童读物等多个类型的图书1260余种,销量近200万册,成为国内对阿图书输出的龙头企业,也是阿拉伯国家规模最大的中国图书出版机构。同时,智慧宫还积极搭建中阿影视“走出去”平台,发力影视动漫,讲好中国故事,已市场化推广动漫影视作品220部。

马宁告诉记者,随着中阿合作交流的脚步持续加快,近几年国际中文教育可谓异军突起。阿联酋、沙特、埃及已将中文教育纳入国民教育体系,成为第二外语必修课,从小学一年级至高中三年级,完成了K12教育。智慧宫已完成3个国家K1至K12纸质教材、数字化课件、游戏课堂等内容设计,制定所在国汉语教学的标准,积极开展国际中文教育师资派遣服务,全面推广阿联酋、沙特信息化校园建设、教育智能终端等软硬件设备,提升所在国智慧校园建设和在线教育。

“十四五”期间,为了全面提升海外中华文化影响力,智慧宫在继续夯实四大经营板块的基础上,将逐步打造‘文化+全产业链’的国际文化产业集团公司。”张时荣说。

本报记者

许凌

本版编辑 辛自强 张苇杭 美编 夏祎

## 上海快仓智能科技有限公司推进智慧物流创新实践——

# 机器人“跑腿”显身手

本报记者 李景

2017年至2019年 业务规模累计增长近10倍

2020年 全年订单额超过2019年的300%

每年将50%左右的营收投入到产品研发中

机器人应用的技术90%以上属于自主研发



左图 快仓机器人正在台积电子智慧工厂作业。  
右图 快仓机器人将料箱运到工作站。

(资料图片)

场地却格外宽敞,有一整层的研发空间,各类智能物流机器人在这里测试,一场“机器人总动员”在这里精彩上演。

事实上,快仓每年会将50%左右的营收投入到产品研发中。”倪非表示,该公司现有员工超800名,其中研发人员就达一半以上,30%以上的员工都是硕士、博士。正是因为有巨大的投入,快仓才能够从底层技术开始研发或集成包括导航、算法、精密操控等一系列技术。目前,快仓机器人应用的技术90%以上属于自主研发,部分技术已经世界领先。

快仓对智能物流机器人的技术路线有着非常明确的认识及规划。在机器人本体方面,去年以来就在Slam(即时定位与地图构建)、机器视觉、融合运筹优化和深度学习混合算法等技术研发上加大投入,努力打造会感知、会思考、会决策的AMR(自主移动机器人),并设立“AMR+”复合式机器人产品线,在AMR上叠加皮带、机械臂等不同结构,实现多样化功能。

在机器人调度方面,快仓不断精进自主研发的机器人集群操作系统——EVO系统的算法,运用自适应神经网络模糊推理系统算法、混合元启发式算法等技术,解决了大规模机器人集群调度、多类型机器人协同、跨场景运行等问题。

倪非告诉记者,未来的机器人自主决策能力和环境感知能力是行业重要的技术创新点,AMR当仁不让地成为技术方向,它不仅能打破机器人的能力边界,还可以在更多类型的场景下完成搬运、拣选、分拣任务。快仓也将围绕这个方向加大研发力度,全面提升物流机器人能力。

### 前景可期

随着国内技术以及产业链的不断发展成熟,智能物流机器人这条细分赛道也顺理成章地成了市场上的“香饽饽”。

“一方面是全球资本的大量流入,另一方面是人才的快速聚集。”杨卓表示,快仓目前已得到沙特阿美、德国凯傲集团的投资,创世伙伴资本等国内知名投资机构也纷纷投资快仓。

从人才结构上看,智能物流机器人行

的5倍以上,通过热力分析算法,效率可以再提升20%至30%。”快仓箱式机器人FTO王馨浩介绍,这套系统可以帮助一个智能仓库扩容2倍至3倍,而且料箱机器人和搬运机器人的组合也比纯人工拣选效率提高了3倍到4倍。

有了机器人的“加持”,物流企业对于“双11”这样的大场面已是从容不迫。更难能可贵的是,机器人对于突然暴增的订单,同样应对自如。前段时间,由于为河南灾区紧急捐赠5000万元物资,鸿星尔克一夜之间成为市场宠儿,仅7月23日一天销量就增长了52倍。在快仓帮助下建设的机器人智能仓库,物流机器人有效地辅助了人工,最终鸿星尔克在发货环节保证了效率和准确率,满足了爆发式增长的即时送达需求。

“其实,我们做机器人的初衷很简单,一方面希望减少人工搬运的重复劳动,解放人力;另一方面,希望借助机器人提高物流作业效率,提升生产运输能效,提高精细化生产水平。”快仓高级副总裁杨卓说。

### 技术可靠

如今,成立7年的快仓已经成为智能物流机器人细分领域的龙头企业。2017年至2019年,快仓的业务规模累计增长近10倍,2020年全年订单额超过2019年的300%,公司计划1年到2年内登陆科创板。之所以能取得这样的发展势头,在快仓联合创始人倪非看来,持续的科研突破是企业不断成长的秘诀。

来到快仓的办公楼,更能体会到一个科技型制造企业的科研基因。虽然园区不大,办公空间也并不宽敞,但是快仓的实验

业呈现出人才净流入态势。为何会形成如此火热的局面?杨卓认为,得益于国内技术的世界领先,而且中国机器人的性价比也超过国外厂商。在智能物流机器人这个细分赛道,国外鲜有能够提供电商、物流、制造全场景解决方案的提供商,这给中国企业提供了机遇。

不过,即便发展势头迅猛,快仓也对未来有着清醒的认识。“机器人如何解决场景的通用和适应能力仍是难题。”杨卓说,机器人的好用、易用以及耐久度、稳定性是快仓需要进一步攻克的难点,机器人应用需要在场景中不断打磨,没有捷径可走。

此外,国内厂商之间的竞争、机器人产品交付的非标准化等难点也给企业带来不小的经营压力。不过,总的来说,行业机遇大于挑战,快仓要做的就是坚持自主创新,持续做深做精产品应用,让物流机器人成为中国“智造”的又一张亮丽名片。



近日,江西航同电气科技有限公司自动化注塑车间内,工人在生产线上巡检。该公司是一家电气设备研发制造企业,生产的接线端子、电缆接头等产品广泛应用于新能源汽车、通信基站、轨道交通领域。随着自动化升级改造的全面完成,企业生产效率快速提升,前三季度生产各类电子元器件1.8亿个,实现生产销售收入1.2亿元。

凌厚祥摄(中经视觉)

## 慧眼观企

你见过凌晨4点的“双11”仓库吗?在去年“双11”购物节期间“火出圈”的一条视频里,菜鸟网络无锡智能仓里的上千台潜伏式机器人在仓库中闪转腾挪,小小的身躯昼夜不停地完成作业,在为“双11”保驾护航的同时也成了备受追捧的“网红”。

今年“双11”,智能仓里的机器人又增加了新伙伴,在虹迪科技位于上海松江的物流仓库里,出现了一对机器人组合,它们配合默契、动作娴熟、互为补充,对货物的分拣搬运更加从容高效。

无论是去年已经“成名”的潜伏式机器人,还是今年新晋加入的机器人组合都来自于同一家公司——上海快仓智能科技有限公司,这家以“让人类不再搬运”为使命的公司正在努力用一个个机器人解决方案让物流服务更智慧,让运输作业更轻松。

### 应用成熟

在去年“双11”走红网络的快仓潜伏式机器人——朱雀备受瞩目之后,今年“双11”快仓又带来了更新的解决方案——青鸾和鸿鹄。

“这套机器人组合名为QuickPick,由一高一矮两个机器人组成,高个子的料箱机器人鸿鹄负责垂直方向的取货,体积小灵活的搬运机器人青鸾负责水平方向远距离的料箱搬运,料箱机器人专心‘盖楼’,搬运机器人专心‘搬砖’,这套组合用更低成本带来了更高产出。单仓处理能力可达每小时3000箱往返至10000箱往返,是行业平均水平的3倍以上,单个巷道最大处理能力为每小时500箱以上,是行业平均水平