

徐工向“珠峰”之巅发起冲击

本报记者 薛海燕 蒋波

带动农户增收超
15.6亿元

MAP是先正达集团中国打造的提供线上线下一体化服务的农业组织和平台，在各地的技术服务中心已帮助农户实现粮食增产4.8亿斤，带动农户增收超15.6亿元。

先正达借科技之力助农种出好品质

本报记者 暴媛媛

近日，先正达集团中国发布“MAP2020年绿色发展报告”。报告显示，公司连续推进4年的MAP（现代农业技术服务平台）模式不仅帮助农户实现了增产增收，也带领不少农民通过科技进步成为良好农业生态的建设者。

先正达集团中国总裁曹德告诉笔者，MAP模式是先正达集团中国打造的提供线上线下一体化服务的农业组织和服务平台，是全新的商业模式。基于MAP平台，公司推出7+3服务模式。由此，MAP在各地的技术服务中心已平均帮助农民提高综合收益超过15%，实现粮食增产4.8亿斤，带动农户增收超15.6亿元。

此前，经由中化及中国化工两家集团旗下农业板块资产的战略重组，全新的先正达集团宣布成立。重组整合后的先正达包括“先正达植保”“先正达种子”“安道麦”“先正达集团中国”四大业务单元，占据全球植保第一、全球种子第三等位置，并拥有国内领先的现代农业MAP服务平台。

“以前只知道生育期越长、单穗越大，产量就越高，从来没有听过‘光热资源’‘积温’这些说法。”甘肃省古浪县海子滩镇的玉米种植大户武占营告诉记者，在当地MAP技术服务中心的指导下，他学会了使用MAP智农APP记录田地积温数据，还根据大数据推荐选择新品种进行种植。“新品种出苗齐、苗势旺，还能抵抗当地多发的病害，每亩能增产50公斤到150公斤。”实实在在的增产，让武占营切实感觉到现代农业科技的力量。

同样受益的还有吉林省松原市宝甸乡水稻种植大户王景华。他种植的12公顷田块长期受到盐碱及低温侵害，水稻产量不高。参与了MAP技术服务中心开展的水稻侧深施肥技术试点以来，2019年末，王景华种植的水稻每公顷增产800斤至1000斤，产量和收入都有了明显提高。

“结合国内农业发展的特点，除了更精准地服务种植大户，MAP模式也将关注点更多聚焦在小农户身上，通过示范带动让农业科技持续为中小农户提高收益，让百姓看到实现农业可持续发展的好处。”先正达集团中国副总裁殷杰说，各地MAP技术服务中心的农艺师常年深入田间地头，采集土壤，检测土壤，再根据检测结果来研究制定有针对性的解决方案。“经过科学测评、配比，农药、化肥的使用量减少了，产量和收益反而增加了，有了这些对比，农户对‘一站式’解决种植问题的MAP方案更加信任了。”

截至2020年底，先正达集团中国已在全国建设了329个MAP技术服务中心和900多个高标准MAP农场，培养各技术领域农艺师共1600余人，覆盖28个省份，为1162万亩耕地提供了服务。“我们将继续做给农民看，带着农民干，借助科技的力量，实现农业生产的精准、高效、可持续，让农民可以种出好品质，卖出好价钱。”殷杰说。



左图 徐工全球最大的4000吨级履带式起重机在实施吊装作业。右图 徐工起重机械驶向“一带一路”建设工地。（徐工集团工程机械有限公司供图）

始终瞄准核心技术

2014年，当工业互联网概念还不为很多人所知的时候，徐工已经站上了这条全新跑道。

徐工有一块超大的电子显示屏，上面写着“徐工汉云工业互联网平台”。平台上有一张世界地图，分布着很多光点，每点开一个光点，就能实时连接接入的设备、机器的各项参数运行以及故障等情况一目了然。江苏徐工信息技术股份有限公司CEO张启亮说，这是他们正在建设的技术创新和应用的创新的大平台。

心有不甘，平台就有多大。“起步时，只有22个研发人员，在没有任何参考的情况下，开始摸索工业互联网建设，但大家心里攒着一股劲，把目光瞄准了全球最新的技术。”张启亮说，转型升级说到底还是人才竞争，为了招才引智，公司送出原始股权吸引高端人才。

2016年，徐工汉云工业互联网平台正式建立，标志着徐工向数字化、网络化、智能化的转型。经过4年多发展，徐工汉云工业互联网平台已连接83万台高价值设备，连接全球28个国家，赋能70个细分领域，在建筑施工、有色、装备制造等行业均处在领先地位。

“有了这个平台，可以预判市场走势，调整供应链；设备可以‘开口说话’，更加‘聪明’；徐工的产品研发更加精准，服务模式由被动应付转为主动介入，可以有效推动制造业高质量发展。”张启亮说。

市场的认可和技术成果的井喷，有赖于不断厚植的创新沃土，徐工建立了“核心技术研发引导技术发展、科研与产业互为支撑、卓越质量与标准化管理保实施、促绩效”的创新机制和体系；形成了由高端人才领衔的金字塔形科技创新队伍；创建了国际一流的研发平台，使原始创新和集成创新取得了重大进展。

除此之外，哪怕面对行业寒潮时，徐工依然坚持研发费用占收入比重4.5%以上的投入。这使得徐工迅速集结了总数达6000多人的研发团队，占集团员工数的四分之一。

“这些平均年龄只有34岁的研发团队拥有徐工近千项关键核心技术，其中32%处于国际领先水平，累计获得国家科学技术进步奖4项，省部级以上科学技术奖励600余项。徐工必须坚定不移突破高端制造，掌握自主可控的核心技术，才能挺起中国制造的‘脊梁’。”王民说。

进军国际高端市场

30多年来，徐工一直保持着国内工程机械制造领域领先地位。“企业一定要大踏步、勇敢、智慧地走向全球，这样中国的工程机械企业才能真正提高自己。”在王民看来，中国工程机械行业未来竞争的关键在海外、在高端市场，只有赢得了国际高端市场竞争，才真正称得上是世界一流品牌。

徐工已将国际化升级为企业战略，也取得了一些成效。“徐工走出了一条出口贸易、海外建厂、跨国并购、全球研发和国际化人才培养‘五位一体’的国际化发展道路。”徐工进出口公司副总经理扈向阳说，徐工在德国、巴西、美国、印度等国家设立了研发中心，建设10多个大型制造基地和KD（散件）工厂、2000余个服务终端，300多家海外经销商，40个海外办事处，产品出口187个国家和地区，海外收入占比近30%。

但这样的成绩，在王民眼里显然还不够。“国际化是我们的目标，其实也是短板，中国的企业要实现国际化是很不容易的。”王民说，任何一个世界级跨国公司的国际化收入、国际化率不在50%、60%以上就谈不上国际化，而徐工目前的国际化率还不足30%。

“向海外高端市场渗透，跨国战略重组，打造专业化的国际队伍、跨境电商和海外融资新平台，这些都是徐工国际化必须要迈的坎。”王民表示，攀登“珠峰”过程中会遭遇极寒、缺氧等诸多困难，但只要坚定不移突出主业、永远奋斗，就一定可以站上最高峰，打造具有全球竞争力的世界一流新徐工。

2021年是“十四五”开局之年，徐工清晰的“路线图”也徐徐展开：坚决以全面的国际化主战略布局为转型抓手，要在“大循环”“双循环”中进一步统筹国内国际“两个市场”“两种资源”，抢抓国家“两新一重”及川藏线、雄安新区建设等重点项目建设，全面做实做优做强做大国内市场领先优势。



近日，6台徐工集团工程机械有限公司（以下简称“徐工”）生产的GR2605平地机开进了国际矿业巨头力拓公司的西澳矿山采矿工地，将在长达1700公里铁路沿线路面上大展身手。徐工凭借领先的技术和过硬的产品质量，受到全球客户的青睐。

自1957年开始涉足工程机械行业，徐工一步一个脚印，逐步跻身全球工程机械制造商第四强。展望未来，徐工立下2025年跻身世界前三、2035年登顶世界工程机械“珠穆朗玛峰”的企业目标。

“徐工一方面将科技研发放在首位，解决关键技术‘卡脖子’问题，另一方面谋求出海与国际巨头同台竞技。”徐工集团工程机械有限公司董事长、党委书记王民说，徐工的“珠峰”攀登之路，既要坚守与继承，更要创新和开拓。

提升智能制造水平

走进徐工，到处是一派繁忙景象。

在徐工全球第一条起重机智能化转台焊接生产线操控室，研发工程师吕金波正盯着屏幕上的生产线运行实时数据。

“这儿没有高强度，也没有苦脏累，全线只要一个工人做好维护就可以了。”吕金波说，随着国家智能制造的快速推进，2016年，公司决定建设一条世界一流的起重机智能化生产线，并把这个重任交给了他。

吕金波回忆，刚开始很乐观，但一番调研之后才发现困难重重。“当时我们以人工操作为主，自动化工艺还很薄弱，直接进军智能化，机器人难度大，国内外找不到可借鉴的案例。另外，技术人员专业方向单一，多专业配合的知识积累明显不足。”

工序过去由人工完成，现在完全要靠机器，精准对接很难控制，如何完成智能作业呢？

喜欢音乐的吕金波从琴弦中找到设计思路。他在液压轴承旁装上了可以随着液压轴随意拉升的钢丝，钢丝连接的编码器会以每秒36万次的速度实时反馈信息，不断给液压系统发出调节指令，确保举升始终保持水平，转台在液压系统精准控制下平稳上升，数据实时反馈确保水平，转台举升到位，物流车开始运动。

“智能物流小车驮着6吨重的一个工件，相当于4辆小轿车的重量，在运行过程中，由于惯性非常大，要想在1毫米以内准确停住是非常难的。”吕金波说。

吕金波又从钢琴踏板能减弱和加强声音的原理中找到了灵感，将3块感应器安装在物流车底，控制着物流车的行驶速度。

经过一年多磨合，在长度100米的起重机转台智能生产线上，柔性工件托盘上168个固定点能准确卡住每一种转台工件，18道工序一气呵成。

在宽敞整洁的生产场地上，一条能够兼容18道工序、生产20多种产品的“智能生产线”正在高速运转。体形庞大的智能焊接机器人精准操作，干起活来十分灵活。

“智能生产线投运后，自动化焊接率从40%提升至90%，产品一次交验不合格率降至1%以下，达到世界领先水平。”吕金波骄傲地说，今年，徐工起重机一个涵盖3个车间9条生产线的全新智能工厂即将揭开面纱。

“徐工的轮式起重机市场占有率达到世界第一，成套混凝土机械、桩工机械均跻身世界行业前列。”王民说，无论环境如何变化，徐工始终坚持高技术含量、高附加值、高可靠性、大吨位“三高一大”产品技术战略，在行业率先提出“技术领先、用不毁”的金标准和技术质量战略。

2020年，徐工营业收入、主营收入大幅增长，产量、销量均实现同比增长30%以上。

需求缺口尚未填补。

公安部的数据也能印证这一点，2020年我国汽车保有量达2.81亿辆，汽车驾驶人达4.18亿人，研究机构根据该数据计算的共享汽车市场渗透率不足4%，行业整体尚处于导入期，具备广阔的市场空间。

在政策层面，交通运输部、住建部《关于促进小微型客车租赁健康发展的指导意见》明确鼓励发展分时租赁，肯定共享汽车是传统小微型客车租赁在服务模式、技术、管理上的创新，一定程度上可缓解城市私人小汽车保有量快速增长趋势以及对道路和停车资源的占用。

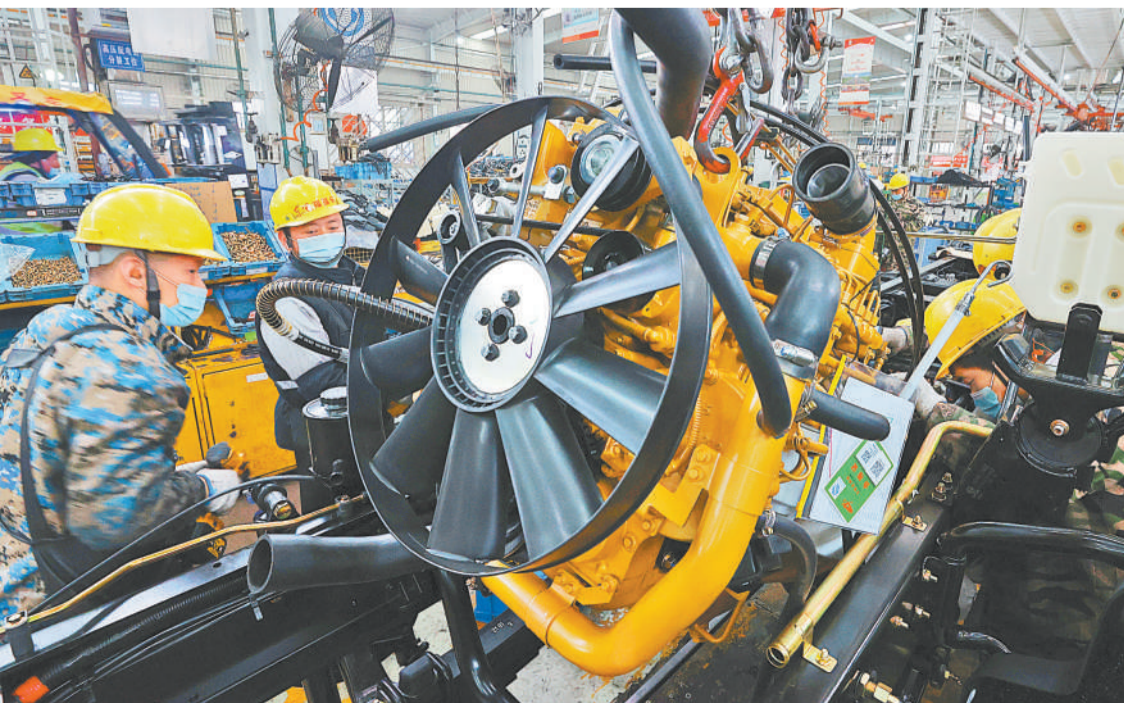
此外，共享汽车企业“赔本赚吆喝”的困局也并非无解。比如，背靠北京北汽集团的GOFUN科技已经从单一的分时租赁转型为出行全产业链平台，凭借“专业运营+闲置汽车托管”模式扩大服务范围，利用云端智能SAAS平台和车载智能硬件体系全面提升车辆管理能力，持续提升用户体验，并在2019年10月实现了在部分城市的盈利，去年10月更是获得了数亿元B轮融资。

不难看出，目前共享汽车企业发展呈现分化态势，品牌的出清恰恰说明行业正在迈过野蛮生长期，活下来的企业要更加努力地提升出租效率，增强盈利能力，推出符合市场需求的新出行服务。每一种新业态的成长过程中都会伴随挫折和挑战，共享汽车也不例外，请多一些耐心，少一些揠苗。

企谈快论



东风汽车抢抓市场赢得开门红



2月7日，东风汽车股份有限公司工程车事业部二总装车间里，装配工人在吊装汽车发动机。

在“十四五”开局之年，东风汽车股份有限公司积极抢抓市场赢得新年开门红。1月份新能源汽车实现同比增长95%，在湖北襄阳基地生产的东风股份轻卡销售1.66万辆，同比增长44%。

王虎摄（中经视觉）

盼达退场并非共享汽车落幕

李景

还记得那个身披可爱的熊猫涂鸦、穿梭在川渝地区大街小巷的“盼达用车”吗？2月1日，这家成立5年多、月活用户曾排名国内第三的共享汽车品牌正式停止运营。

事实上，此前退出的共享汽车品牌已不在少数，car2go、TOGO 途歌等品牌要么黯然退出中国市场，要么经营不善无奈关门。但作为行业排名前列的盼达用车宣告失败，难免让人对这种以分钟或小时为计价单位，利用移动互联网提供自助式车辆预约、取还、费用结算的汽车租赁服务产生怀疑。一时间，“共享汽车泡沫破灭”“共享汽车已没有未来”之类的观点成了网上音量最大的声音。

头部企业退出，是不是意味着共享汽车真的走到了穷途末路？未必。

盼达用车出局有其特殊性，主要原因是在“内耗”中伤了元气。重庆力帆集团作为盼达用车控股股东向其销售了近百辆总计10亿元的纯电动汽车，但这些力帆牌新能源汽车却由于质量问题频发影响了盼达的运营效率。不仅车辆长期维修导致运营车数量急剧下降，随后出现的无法还车、维护不利，甚至押金无法退还等问题更让盼达品牌形象一落千丈，最终不得不与自己的大股东对簿公堂。一番折腾下来，盼达虽赢了官司，但车辆运营能力仍难以修复，退出市场是迟早的事。

总而言之，盼达出局内忧大于外患，舆论不该把“锅”完全甩给行业。诚然，不少企业倒在了重资产、营利难、运营成本高的问题面前，但庞大的共享出行