

把先发优势化成领跑实力

忠阳车评

“我国汽车产业发展取得了积极成效，企业研发能力明显增强，产品质量水平明显提高，新能源汽车产销量连续六年位居世界第一。其中，今年5月份市场渗透率超过10%，L2智能驾驶搭载率超过15%，在全球范围内形成了一定的‘先发优势’。”在6月13日2021中国汽车重庆论坛上，工信部装备工业一司司长罗俊杰的发言引发听众共鸣。

得益于国家在新能源汽车产业的超前眼光和战略布局，经过20多年的精心培育，我国新能源汽车市场体量初具规模，具备了一定产业比较优势。中汽协发布的最新数据也显示，今年5月份，在汽车总产销量同环比均出现回落的背景下，我国新能源汽车产销量双双突破20万辆，同比增长1.5倍。以至于有机机构此前预计的全年200万辆销量

调高至240万辆，显示出其对中国新能源汽车产业发展的强大信心。

值得关注的是，作为新能源汽车核心零部件生产企业，“电池一哥”宁德时代市值也在近期突破万亿元，成为创业板首个万亿市值公司。万亿俱乐部是各个市场里的明灯，指引着经济发展的方向。在港股和美股市场中，这个俱乐部成员主要是科技、互联网公司，在A股更多是白酒和金融类企业，而宁德时代作为科技型新万亿元公司的独苗，同样折射出资本市场对我国新能源汽车产业发展的巨大期待。

在看到产业变化的同时也要清醒看到，我国新能源汽车产业竞争优势并不明显。虽然智能电动汽车不再需要发动机和变速箱，但换个角度来理解，门槛的降低意味着企业要做差异化产品更难了。事实上，从传统内燃机汽车到智能电动汽车，降低的只是动力系统门槛，而车身、底盘、电子电气等系统，以及制动、转向等基本功能的要求一点都没有降低。如果我们自身产业基础不

牢，核心技术掌控不够，同样存在着从先发到被人赶超，甚至落后的危险。

更何况，从整车企业来看，无论是造车新势力还是传统车企，当前我国还没有一家能全面抗衡特斯拉的企业，撼动其一家独大的局面。尽管遭遇“车顶维权”，但5月份特斯拉销量高达3.34万多辆，重返销量第一，实力不容小觑。尤其是在产品结构上，除了蔚来汽车和广汽埃安等个别车企，本土车企产品大部分仍以中低端为主，很多是赔钱赚吆喝。这表明，我们的品牌缺乏溢价能力。没有溢价能力，就难以占据价值链高端，引领市场走向。

如果从产业链供应链来看，那么挑战同样严峻。目前，虽然我国已培育出像宁德时代这样的动力电池巨头，但在新能源汽车及智能网联汽车部分核心部件上，自主研发能力依然不足，存在被“卡脖子”风险。比如，车规级芯片、中高端车用传感器等高附加值、高技术含量产品被一些国外企业垄断；车载操作系统、车辆专用设计与模拟仿

真软件等软件平台基本被外企掌控。显然，这不仅需要引起我们高度警惕，而且必须下大气力突破。

造车不是百米冲刺，而是漫长的马拉松。一时的抢跑，并不等于在后面的赛程中就能持续领先。要看到，随着新一轮科技革命和产业变革突飞猛进，汽车“智能化和电动化”浪潮汹涌。目前，大众、通用等国际汽车巨头也在纷纷加速电动化转型，就连一直对电动汽车不屑的丰田也将发展重点转向电动汽车。去年，欧洲反超中国，成为全球最大的新能源汽车市场。因此，面对全球汽车产业百年未有之大变革和国外汽车巨头的后续发力，我们唯有保持强大的战略耐心和政策毅力，通过创新驱动，拓宽和加深自己的“护城河”，把“先发优势”夯实成核心竞争力，才能真正领跑未来。

杨忠阳

小牙膏“挤”出大市场

本报记者 冉瑞成 吴陆牧

“冷热酸甜，想吃就吃”——这句脍炙人口的广告语将“冷酸灵”这个国产牙膏品牌带进了千家万户的视野。全球最大市场研究公司尼尔森调查显示：冷酸灵拥有中国抗敏感牙膏市场逾60%的份额，是名副其实的细分市场“冠军”。

在外资品牌强势抢占中国牙膏市场、行业竞争日趋激烈的背景下，冷酸灵靠什么逆势突围，赢得市场话语权？近日，经济日报记者来到冷酸灵牙膏的制造商——重庆登康口腔护理用品股份有限公司（简称“登康口腔”）一探究竟。

满足多样化需求

登康口腔坐落于重庆市江北区港城工业园，其前身为重庆牙膏厂，是中国最早的四大牙膏生产企业之一。

上世纪80年代，重庆牙膏厂自主研发出中国第一支氯化锶抗敏感牙膏，并以“冷酸灵”命名投放市场，产品销量快速增长。1999年，在拒绝了外资并购冷酸灵品牌的提议后，重庆牙膏厂开始进行国有企业股份制改造，并于2001年成立了重庆登康口腔护理用品股份有限公司，实现了从工厂向股份公司的跨越。

近年来，国内牙膏市场蓬勃发展，各大品牌产品层出不穷，市场竞争日益激烈，冷酸灵如何重塑竞争力？在登康口腔的产品展厅，火锅牙膏、新国货牙膏、抗菌牙膏等各种个性化的冷酸灵牙膏产品令人目不暇接。登康口腔党委书记、董事长邓嵘说，近几年来，企业立足市场和消费者的需求变化，打出创新“组合拳”，通过产品个性化、营销互联网化、研发数字化、生产智能化、管理信息化等多方面持续发力，不断为冷酸灵这一老字号国货品牌注入新活力。

以市场需求为导向，加大产品创新，是冷酸灵成功突围的“法宝”。记者了解到，近年来，登康口腔聚焦品牌年轻化、专业化和国民化，全力推进产品创新、产品结构升级，先后打造多款具有市场竞争力的新产品，满足了消费者个性化、多样化需求。比如，登康口腔携手小龙坎火锅推出含有标准中辣、川渝微微辣和传闻变态辣三种口味的冷酸灵“火锅牙膏”，这款个性鲜明的产品，迎合了年轻消费群体尝新欲望，一上市就供不应求。再比如，在儿童牙膏细分市场领域，登康口腔研制推出了贝乐乐“天然安全”儿童牙膏和7彩儿童套装，让孩子们每天都可以用不同口味的牙膏刷牙，满足了成人和孩子的差异化需求，销量位居全国儿童牙膏品类前列。在新冠肺炎疫情发生后，登康口腔针对消费者对“抗菌”类产品的需求，研发出冷酸灵牙膏、牙刷、漱口水等8款抗菌类新产品，投放市场不到2个月，产品销售额就突破了1000万元。

研发高科技产品

产品推陈出新、不断赢得市场的背后，是登康口腔技术创新的力量支撑。

记者在冷酸灵生产车间采访时看到，制膏、灌装、包装各条生产线都在开足马力生产，制膏车间里，配料制膏系统实现了全封闭自动化生产。

依靠核心技术攻关和生产智能化“两条腿走路”，登康口腔高质量发展不断迈出坚实步伐。数据显示，2020年，冷酸灵牙膏销售收入实现9.63亿元，同比增长6.57%；今年一季度，冷酸灵牙膏日产量达70万支，呈现产销两旺的发展态势。

记者了解到，2003年，登康口腔首次从修护和舒缓双途径解决牙齿敏感问题，在行业内率先将含钾盐和锶盐的双重抗敏感技术运用于产品中，在抗牙本质敏感技术领域取得重大突破。以该技术为支撑的冷酸灵品牌产品，销售收入已累计超过100亿元。

2009年，登康口腔成立了全国首家抗牙齿敏感研究中心——“冷酸灵抗牙齿敏感研究中心”，随后成功创建了重庆市级企业技术中心、工程研究中心、工程技术研究中心等六大科技创新平台，围绕口腔大健康产业开展关键技术攻关，获得专利140余项。

登康口腔副总经理邓全富告诉记者，近年来，公司积极与高校、科研院所开展产学研合作，搭建协同共享创新平台，构建起了以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系。目前，公司正与西南大学、重庆医科大学附属口腔医院在黄连牙膏、新型抑菌材料研究方面展开合作，并建立了海外专家工作站，与多地口腔企业及科研机构加强合作，全面整合



资源，开发高科技含量、高附加值产品，推动企业科技创新水平迈上新台阶。

登康口腔还以大数据智能化为引领，启动实施了“智慧登康”项目，建设了40多项智能制造项目，加大力度推进数字化、智能化转型升级，着力打造数字化生态平台，更好地服务消费者。

“公司计划用4年至5年时间，全面打造智能化工厂，最终实现产能提升40%以上，劳动生产率提升30%以上，生产数据采集率提升到90%以上，能耗节约10%以上，仓储能力提升120%。”登康口腔总经理赵丰硕说。

开展立体化营销

新冠肺炎疫情期间，冷酸灵推出了新的广告语：“细菌少才能口腔好，冷热酸甜吃得下。”细微的变化向消费者传递出了冷酸灵顺应市场变化推出的新功能价值主张：从单纯的抗敏感功效升级为全方位保护口腔健康。

去年以来，登康口腔已经在北京、上海、重庆等10多个城市累计超过10万部电梯里，进行了新一轮楼宇广告投放，提高品牌曝光度，把新的品牌理念传递到千家万户，提升消费者对“抗菌又抗敏，就用冷酸灵”的品牌认同感。

与时俱进的营销创新是冷酸灵打开市场并充分占有市场份额的重要手段。近年来，为赢得“80后”“90后”等年轻一代消费群体的青睐，登康口腔启动了冷酸灵品牌年轻化策略。

2019年，登康口腔与中国国家博物馆跨界联合，推出了一套冷酸灵“新国货”牙膏，选取了5款经典的国宝文物与冷酸灵的爆款单品相结合，充满国潮文化底蕴的外观设计，赢得了消费者追捧。登康口腔还与多个年轻用户喜爱的影视IP跨界合作，提出“爱有冷热酸甜”“敏感时刻，有我陪你”等一系列品牌理念，为冷酸灵品牌注入情感元素，拉近与消费者的距离。

“冷酸灵用亲近年轻人的生活方式，寻找传统IP文化与现代生活产品最恰当的结合点。”邓嵘说，公司还不断优化品牌的传播渠道，积极拥抱互联网，通过整合微博、微信等社交媒体以及线下传播渠道，采取“短视频+直播+电商”的网络营

销模式，实施全媒体推广，构建起立体化营销新格局。

“好产品是冷酸灵最大的营销！”谈及未来发展，邓嵘表示，公司将持续强化口腔基础性研究，深入开展前瞻性生物材料和智能技术在口腔中的应用研究及产业化，推动企业向价值链中高端迈进。

中国银行保险监督管理委员会北京监管局关于换发《中华人民共和国金融许可证》的公告

下列机构经中国银行保险监督管理委员会北京监管局批准，换发《中华人民共和国金融许可证》，业务范围：许可该机构经营中国银行保险监督管理委员会依照有关法律、行政法规和其他规定批准的业务，经营范围以批准文件所列的为准，发证机关：中国银行保险监督管理委员会北京监管局。现予以公告：

中国银行股份有限公司
北京国家文化与金融合作示范区国华大厦支行
机构编码：B0003S211000024
许可证流水号：00592939
批准成立日期：2004年12月09日
住所：北京市东城区东直门南大街3号国华投资大厦首层
发证日期：2021年06月07日

中国银行股份有限公司北京顺义裕翔路支行
机构编码：B0003S211000234
许可证流水号：00592939
批准成立日期：2008年08月11日
住所：北京市顺义区澳景园四区2号楼1至8层101内1层101
发证日期：2021年06月08日

中国银行股份有限公司北京北七家支行
机构编码：B0003S211000267
许可证流水号：00592935
批准成立日期：2011年12月28日
住所：北京市昌平区英才南一街3号院2号楼102、103房间
发证日期：2021年06月08日

以上信息可在中国银行保险监督管理委员会网站 www.cbirc.gov.cn 查询



自5月21日广州市荔湾区出现新冠肺炎确诊病例，广州11个区陆续开展多轮全员核酸检测。在这轮大规模核酸检测中，第三方检测机构龙头企业——金城医学发挥强大检测能力，以专业技术和运营能力支援疫情防控，高效开展筛查工作。

近日，金城医学运营的“猎鹰号”气膜实验室再次提升产能，将气膜舱实验室从4组增加到6组，日检测产能从12万管提升至18万管。至此，金城医学在广东省的日核酸检测产能可达60万管，若采用10合1混采技术，每日最高可检测600万人份核酸样本。据统计，5月21日至6月15日，金城医学在广东省累计完成核酸检测超1849万人份，其中在广州累计完成检测1051万人份。

金城医学何以疫情防控提供充足底气呢？

依托广州具备全国领先的医疗资源优势，金城医学在广州打造了总部中心实验室、“猎鹰号”气膜实验室和“猎鹰号”移动实验室“三位一体”联合作战方式，持续推动检测全链条效率提升。

“猎鹰号”气膜实验室和移动实验室由金城医学联合广州实验室、国家呼吸医学中心等机构联合共建，由金城医学全面运营。位于广州体育馆的“猎鹰号”气膜实验室日检测产能达18万管，主要用于大规模检测，可以保证结果在24小时内发布。目前在广州荔湾、南沙、白云机场停驻3台“猎鹰号”移动实验室，以满足快速响应、及时出具结果的应急检测需求。其中，大巴“猎鹰号”移动实验室实现日检测产能2000管，2台集装箱“猎鹰号”移动实验室每天可检测合计1万例单管。

利用联合作战方式，金城医学将广州地区的日检测产能提升至52万管，成为目前全球核酸检测日产能最高的单体机构。

“要真正完成大规模核酸检测任务，检测技术更新是一方面，但更重要的是检测全流程的技术方法应用、实验室运营和全链条运营管理能力上的创新。”金城医学集团党委书记、董事长兼首席执行官梁耀铭告诉记者。

据悉，金城医学在新冠肺炎疫情暴发后，参加过多地的大规模筛查任务，积累了丰富的经验。此次广州疫情暴发之初，梁耀铭就要求参与2020年全国抗疫的技术骨干和物流人员随时待命。集团供应链和后勤保障部门立即启动战时计划，确保试剂耗材的有效供应。金城医学“全国一盘棋”调配资源，从江西、湖南、贵州、黑龙江等地的中心实验室调集超200位富有经验的检测人员支援广州，累计共投入超1100名检测、物流人员，调配、购买超960台检测设备，迅速提升了产能。

“粮草”和“兵力”齐备之后，金城医学持续推进流程创新，优化物流配送网络，升级实验室信息系统，各板块密切联动；不断优化检验方法，采用开盖机、自动核酸提取仪等设备提升自动化程度，“人机配合”开展检测。通过流程优化、技术整合、信息升级，金城医学推动检测全链条效率提升，成为这次广州疫情核酸检测的主力军，发挥出第三方检测机构的社会化力量，切实有效切断传播链条。

本版编辑 周颖一 张苇杭 钟子琦

友利银行(中国)有限公司深圳分行与深圳市惠鑫橙贸易有限公司 债权转让暨债务催收联合公告

根据友利银行(中国)有限公司深圳分行与深圳市惠鑫橙贸易有限公司通过拍卖达成的《债权转让协议》，友利银行(中国)有限公司深圳分行将其对公告清单所列借款人及其担保人享有的主债权及借款合同、担保合同、抵债协议、还款协议和其他相关协议项下的全部权利，依法转让给深圳市惠鑫橙贸易有限公司。友利银行(中国)有限公司深圳分行与深圳市惠鑫橙贸易有限公司特公告通知各借款人和相应担保人或借款人、担保人的继承人、深圳市惠鑫橙贸易有限公司作为上述债权的受让方，现公告要求公告清单中所列借款人和相应担保人或借款人、担保人的继承人，从公告之日起立即向深圳市惠鑫橙贸易有限公司履行主债权合同及担保合同约定的还款义务或相应的担保责任。

| 联合公告清单 | | | | | 单位：人民币元 |
|--------|-----|------------|-----------|-----------------------|---------------------|
| 序号 | 借款人 | 剩余本金 | 利息 | 担保人 | 案件判决案号 |
| 1 | 陈增培 | 4500000.00 | 542201.28 | 陈增培 | (2020)粤0304民初25278号 |
| 2 | 宁佐成 | 5800000.00 | 329500.31 | 宁佐成、胡敬、深圳市古福林同泰餐饮有限公司 | (2020)粤0304民初53555号 |

基准日：截至2020年12月29日

友利银行(中国)有限公司深圳分行
深圳市惠鑫橙贸易有限公司
2021年6月18日

本报记者 虎彩霞

金城医学核酸检测效率持续提升