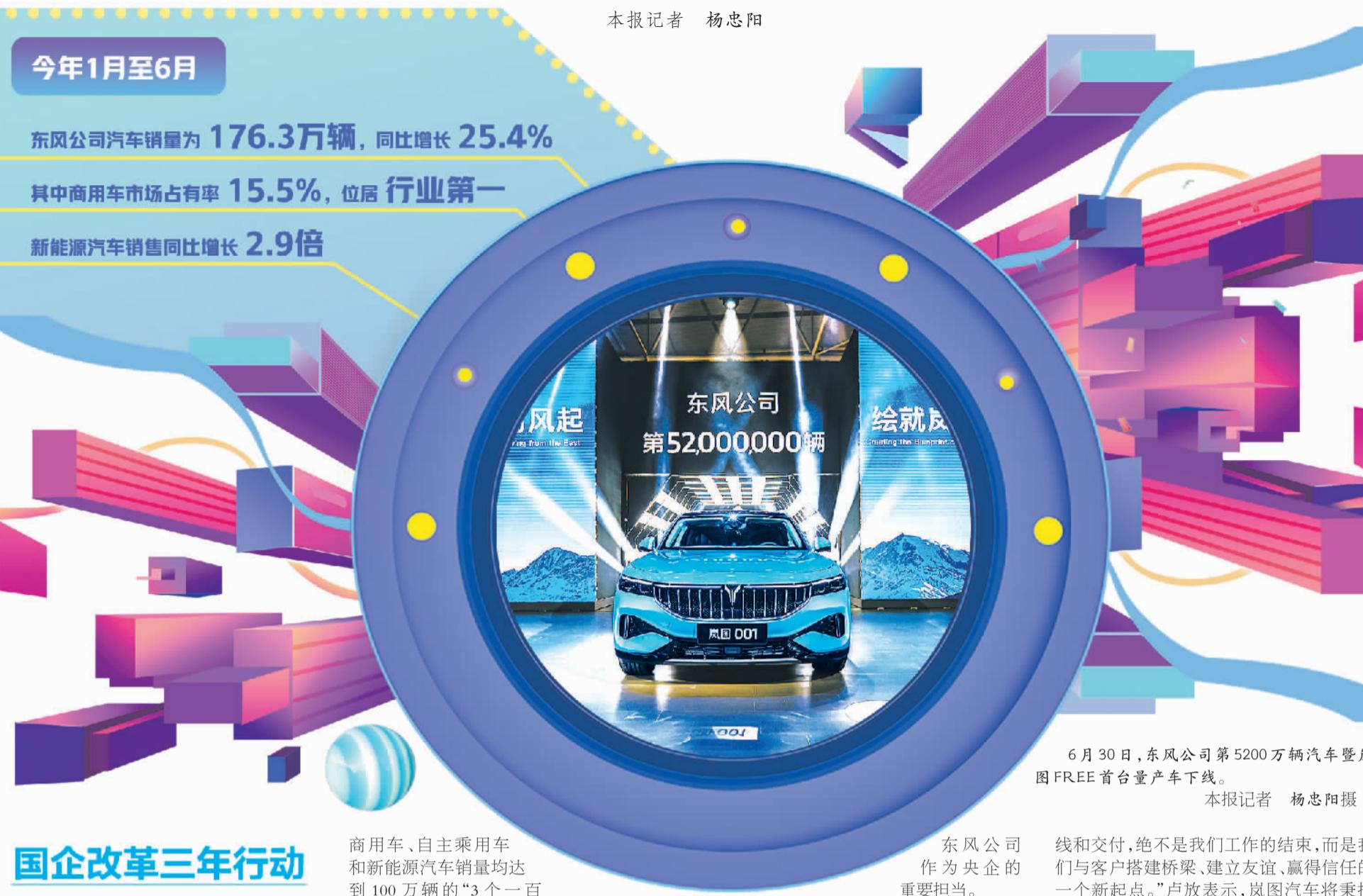


# 东风公司改出向上新动能

本报记者 杨忠阳



## 国企改革三年行动

第5200万辆汽车下线、岚图FREE上市、IGBT(绝缘栅双极型晶体管)模块投产……在芯片紧缺和原材料价格大幅上涨的压力下,今年上半年,东风汽车集团有限公司紧紧围绕市场变化,加快推进国企改革三年行动,不仅销量高达176.3万辆,同比增长25.4%,而且实现了技术和品牌的向上跃迁。

“国企改革跟画家作画一样,新企业面对的是一张白纸,可以画最新的图画;而传统国企则是在水墨画卷上重新调色,挑战更大。”东风公司董事长、党委书记竺延风表示,“我们有信心通过改革创新,应对变局,开拓新局。”

### 加快向“科技企业”转型

7月7日,在武汉经开区东风新能源产业园智新科技股份有限公司,一只只车规级IGBT模块产品从半导体模块封装工厂缓缓下线。“智新半导体IGBT模块的投产,不仅意味着东风零部件成功实现结构升级,而且标志着东风公司向自主掌控新能源汽车核心技术资源迈出了关键一步。”竺延风说。

作为新能源车电控系统核心部件,巴掌大小的车规级IGBT模块直接控制着电动汽车驱动系统直、交流电转换及电机变频,其性能决定着电动汽车的扭矩和输出功率。目前,我国车规级IGBT产品90%以上依赖进口。为解决这一“卡脖子”问题,2019年6月,东风公司携手中国中车在武汉成立智新半导体有限公司,开始了艰难的研发。

经过两年多的协力攻关,一条以国际一流的第六代IGBT技术为基础的车规级功率半导体生产线亮相东风新能源汽车产业园一号园。“这是华中地区第一个功率半导体产业化基地,具备IGBT设计、制造、封装与测试等全套能力。”智新科技总经理、智新半导体董事长杨守武告诉记者,智新半导体项目一期年产能30万只,总规划产能120万只,对于确保产业链供应链的安全性和稳定性具有重要意义。

随着新一轮科技革命和产业变革加速推进,汽车正在从传统的机械产品变为智能移动终端、数字空间和储能单元,“轻量化、电动化、智能化、网联化、共享化”成为产业发展新趋势。根据这一趋势变化,东风公司在改革创新中,加快了从制造企业向科技企业转型的步伐。

今年4月17日,东风公司发布“东方风起”计划和科技创新“跃迁行动”,把推动高技术水平自立自强摆在更加重要的战略位置。“‘东方风起’,寓意东风融合清洁能源之风、智慧科技之风、变革发展之风,栉风沐雨,乘风破浪,奋力起势突破,建成卓越,开启一流;而跃迁,来自于量子力学,是一种跳跃式变化过程。科技跃迁行动,是东风迈向科技型企业的自我挑战与超越。”东风公司副总经理尤峥解释道。

根据这一计划和行动方案,东风公司将进一步“提升、强化、拓展”的思路,通过改革和创新,调整和优化事业布局,打造整车业务、科技板块和服务生态“三大事业群”,力争成为原创技术“策源地”和现代产业链“链长”,带动全价值链共同开发核心技术,促进高水平自立自强。到2025年,东风力争实现

### 奋力实现品牌向上

6月30日,随着岚图FREE首台量产车从岚图汽车科技有限公司总装车间下线,东风公司迎来第5200万辆汽车下线的全新里程碑。“岚图汽车是东风公司改革创新的成果,不仅承载着公司加快发展新能源汽车事业的决心与信念,更肩负着推动企业自主品牌向上的梦想和使命。”尤峥说。

汽车是一个以品牌价值著称的产业。早些年,自主品牌以低端产品和较低价格切入市场,迅速获取了市场规模,但也给人留下了“档次不高”的印象。如何实现品牌向上,这不仅是中国汽车企业的新追求,更是

东风公司作为央企的重要担当。

知重方能负重。东风公司为此在一年前创新发布了岚图品牌。“岚图与‘蓝图’同音,寓意美好的规划和前景,‘岚’代表山谷中的风,清风徐来、清新自然,给人纯净、清洁的新能源联想;‘图’寓意谋划图新、充满智慧。”尤峥解释说,“我们将其定位为真正零焦虑高端智慧电动品牌。”

岚图汽车CEO卢放说,与过去造车理念不同,岚图坚持全价值链自营,在掌握核心三电技术基础上,不仅开发出了ESSA原生智能电动架构,还在智能网联、智能驾驶和智能交互等领域表现优异。在生产制造环节,其世界级4.0数字工厂大量采用IoT、大数据、边缘云及AI等领先技术,对设备进行实时监控,不仅提升了厂内物流效率和生产管理水平,而且能够确保岚图汽车优异性能和高端品质。

打造高端品牌,不能只局限于“造好车”,还要能帮助用户“用好车”。“产品的下

线和交付,绝不是我们工作的结束,而是我们与客户搭建桥梁、建立友谊、赢得信任的一个新起点。”卢放表示,岚图汽车将秉持“共建开放的梦想平台”理念,积极与广大新中坚力量共创共享,倾心满足“千人千面”的需求,倾力打造“看得见的岚图”,倾情提供全生命周期的优质服务。

此前,岚图汽车已专门成立独立法人公司,公司注册名为“岚图汽车科技有限公司”,由东风汽车集团股份有限公司和岚图汽车核心员工持股平台共同出资成立。其中,核心员工持股10%以上。“这样的改革不仅体现了东风公司为发展高端新能源汽车,实现品牌向上的决心,更有利于激发员工活力,提升企业竞争力。”尤峥对此充满自信。

“尽管52岁的东风来自秦巴大山,但我们在不蹲在山沟里想问题,而是站在山巅看世界,面向大海求发展。”竺延风表示,面对新一轮科技革命和产业变革浪潮,公司将坚持新发展理念,把科技创新摆在更加突出的位置,加强关键核心技术攻关,乘风破浪,推动自主品牌奋力向上,引领产业高质量发展。

## 企业漫谈

近日,休闲零食品牌上市公司三只松鼠披露了半年报,数据显示,今年上半年,该公司实现营业收入52.61亿元,与上年同期持平。扣除非经常性损益的净利润为2.64亿元,虽然大幅增长72.10%,但与2019年同期相比,仅增长236.47万元。这意味着,近3年公司主营业务净利润原地踏步,与休闲食品整体市场增幅差距拉大。

曾经依靠极具亲和力的动漫包装设计和出色的互联网营销“一夜爆红”的坚果品牌,为何几年工夫就增长乏力跑不动了?

从外因看,不断加入的品牌让零食行业竞争加剧。行业里竞争对手本来就有良品铺子、百草味、来伊份等,几年前恰恰食品也进入了坚果市场。不少坚果主产地也不满足于原料输出者的角色,利用网络推广当地特色深加工产品。由于网上营销推广手段相似,使得各家推广费用都成水涨船高之势。数据显示,在将包装费用计入产品成本后,三只松鼠的上半年销售费用依旧高达11.07亿元。其中,推广费及平台服务费高达7.21亿元,同比增加3.23亿元。而这些网上销售费用的投入并未有效拉动销售增长。

从内因看,三只松鼠的产业链并不完整。虽然三只松鼠靠互联网营销和“贴牌代工模式”实现了快速增长,成为休闲零食行业首个年营收破百亿元的企业。但其销售的产品基本都是代工厂生产的,此模式虽然省去自身投建工厂的高额投入,但由于对产业链把控力弱,也带来了隐患。

首先是质量控制问题,从三只松鼠产品供应链来看,供应商负责原材料采购和加工,而三只松鼠参与的主要就是对供应商提供加工工艺要求,以及品质检验、产品筛选、分装以及销售之后的流程。三只松鼠可以向代工厂提要求、定标准、作检测,但没有能力深入到加工过程的每一个细节中,加之品类繁杂,质量管理难保不出漏洞,这导致三只松鼠多次因产品质量问题而被用户投诉、被有关部门处罚。消费者不会关心究竟是哪家代工厂惹的祸,既然贴上了三只松鼠的品牌,那就得三只松鼠负责。其结果就是三只松鼠品牌知名度难以转化为品牌美誉度和忠诚度。

其次是产能控制问题。初期在坚果行业缺少品牌的背景下,依靠“网红品牌”拉动销售攻城略地,自然不在话下。而随着行业进入反复拉锯的阵地战后,“代工模式”一旦遭遇竞争对手竞购优质原材料,企业就会面临成本迅速增加的问题,甚至是无米下锅的窘境。

对于眼下的三只松鼠而言,如何进一步拓展市场是一个难题。靠发力线下拓展品类的外延式增长恐怕并不能从根本上解决问题,能否有效解决产品质量稳定性、控制坚果产能,进而将自身的品牌知名度转化为忠诚度和美誉度才是其要深入解决的问题。如果三只松鼠能及时做出调整,未来在休闲零食行业的表现仍然值得期待。

本版编辑 辛自强 张苇杭 美编 王墨晗

## 宁德时代加速扩产满足市场需求

本报记者 薛志伟

### 宁德时代发布2021年半年报显示

同比增长

134.07%

公司营收

440.75亿元

131.45%

归属净利润

44.84亿元

125.94%

电池系统收入

304.51亿元

宁德时代、比亚迪等在内的国内龙头厂商合计产能规划分别为311GWh、517GWh、757GWh;而包括LG化学、SDI、松下等海外企业合计产能规划将达到429GWh、604GWh、754GWh。宁德时代预计,全球动力电池产业预计在2025年迈入“TWh”(亿千瓦时)时代。

今年上半年,宁德时代动力电池装机量达到34.1GWh,同比增长234.2%,全球市场占有率为29.9%,位居全球第一。宁德时代的产能为65.45GWh,产量达到了60.34GWh,产能利用率达92.2%。8月12日晚间,宁德时代披露新能源史上最大规模的再融资计划,拟募集不超过582亿元,用于投资7个项目,共计137GWh动力电池。

及30GWh储能电柜建设。宁德时代希望通过定期稳步扩张产能,稳固公司在行业领先地位。而公司“新能源+储能”的布局也受到业界关注。

随着全球储能需求增长,宁德时代出货多个百兆瓦时级项目,今年上半年实现储能系统销售收入46.93亿元,同比增长727.36%,毛利率达到36.6%,同比提升12个百分点。

祁海坤认为,近年来,我国锂电池产业规模和市场销量都位于世界领先地位,全球汽车市场正在加速电动化。宁德时代的电池发展路线是“两条腿走路”模式——无论是磷酸铁锂还是三元锂电池技术路线,都将受益于新能源行业的增势发展。