

为新能源汽车注入发展正能量

忠阳车评

“完全想不明白，现在大家为什么还买油车，除了能闻点汽油味，别的还有什么好？听个响？”蔚来汽车创始人、董事长李斌没想到，他在蔚来日“NIO DAY 2021”的一句讲话，竟引发了争议。

有网友吐槽：李斌的言论中，无论是“不明白”“汽油味”，还是“听个响”，无不显露出其对传统燃油车的藐视，“拉电动车可以，但不必踩油车”，进而得出结论“李斌飘了”。也有网友力挺：“斌哥说得随性了些，但话糙理不糙，不少电动车在驾驶操控和智能体验上，确实已胜过油车”；更有人公开宣称，“开惯了电动车，就再也不想开油车了”。

如此针锋相对、自带情绪的隔空喊话，很难不刺激人们神经。对此，李斌解释：“我的本意是前几年充换电基础设施确实还不够方便，好的电动车也少，现在基础设施发展很快，可供选择的各个价格段的好产品很多。现在选择电动汽车是时候了，今年中国的电动汽车渗透率大幅上升也说明了这个

趋势。”按理说，纷争也就到此平息，“吵”无再炒。然而，偏偏有人生怕事儿不大，总爱通过制造舆论对立，激化矛盾，带点节奏，蹭些流量。

若不考虑部分城市限购因素，究竟是买油车，还是买电动车，最终还是消费者说了算，毕竟银子在自己腰包里。反思此次纷争，不少人指出，与马斯克经常口出狂言相比，李斌的表现完全是“小巫见大巫”。这话要搁在几年前说，估计都没人搭理，毕竟电动车和油车没得比。现在之所以能掀起轩然大波，只能说明，大家越来越在乎电动车了。

这样的分析有没有道理，姑且不论，但为我们打开了一个观察和思考新能源汽车发展的新视角。不可否认的是，当前电动车正在加快驶入家庭。中汽协发布的数据显示，今年前11个月，我国新能源汽车产销分别完成302.3万辆和299万辆，同比均增长1.7倍，渗透率已达12.7%。不仅中国新能源车迎来“陡峭式增长”，欧美国家的渗透率也在加快提升，特别是挪威电动车渗透率已接近100%，全球汽车电动化可谓浪潮澎湃，势不可挡。

国际产业发展经验表明，当一个新兴产业市场渗透率超过10%时，意味着其发展迎来向上加速拐点。也正是看到这一趋势，就连此前“炮轰”电动车的丰田章男也不得不改口，誓言加快电动化转型步伐。按照丰田汽车最新规划，到2030年，旗下电动车型将增至30款，全球年销量达350万辆，为此公司将投入4万亿日元（约合人民币2238.8亿元），这很值得深思。

新能源汽车之所以驶入快车道，既离不开当前全球减碳大背景，也离不开各国政策的大力支持，同时也与各大企业创新驱动，产品供给日益丰富，以及充换电基础设施完善有关。要看到，经过10多年的精心培育和创新发

展，我国新能源汽车在技术、性能、质量和消费认知等方面已发生重大变化。从品牌力和产品性价比看，目前蔚来、理想的不少车型已经进入同价位宝马、奔驰的市场，凸显出较强的品牌溢价能力，这是过去自主品牌在传统燃油车领域很难做到的；而在A0级市场，尤其是5万元以下的电动汽车市场，其性价比已超过燃油车。放眼全球，特斯拉Model 3已超越同级别燃油

车，成为欧洲最畅销车型。

与此同时，不断丰富的新能源汽车产品和类型，也在引领和创造着新的市场需求。以上个月为例，比亚迪新能源乘用车销量突破9万辆，五菱宏光MINIEV销量达4.56万辆，以蔚来、小鹏为代表的4家头部新势力销量则集体破万辆，特斯拉批销为5.29万辆，大众ID.家族销量也爬升至1.42万辆。可以说，不管是传统车企，还是造车新势力，都在用强劲的销量，证明着消费者和市场的认可度，抬升着新能源汽车的江湖地位。

发展新能源汽车不仅是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，而且是应对气候变化、推动绿色发展的战略举措。特别是在我国经济发展面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力背景下，促进新能源汽车消费的意义愈发凸显。因此，与其纠缠于这番略显夸张的言论，不如转变观念，适应产业变革新趋势，为加快推动我国新能源汽车高质量发展，引领全球注入更多正能量。

杨忠阳



11月30日，四川省和重庆市举行了“成渝氢走廊”启动暨氢燃料电池物流车首发仪式。作为川渝地区氢能产业龙头企业、“成渝氢走廊”建设的领军企业，中国东方电气集团有限公司将积极加强与产业链上下游企业的协同创新及资源整合，共同构建成渝地区氢能产业大数据平台，组建“成渝氢走廊”技术创新生态圈联盟。

事实上，东方电气2010年就已组建团队，启动氢燃料电池技术的开发，并于2018年成立东方电气（成都）氢燃料电池科技有限公司。随着“双碳”目标的提出，我国氢能产业加速发展。因为提前在相关领域布局，东方电气氢能产业优势越发凸显。

采访当天记者看到，空地上，搭载氢燃料电池的不同类型车辆一字排开，机器人灵活翻动“手臂”在氢燃料电池示范生产线上不停忙碌。成果集中展示区内有搭载东方电气氢燃料电池的重型卡车，具有零碳排放、动力强、续航久等优势。随着“成渝氢走廊”首期三条重卡示范线路开行，这些重型卡车将搭载货物穿行于成渝双城经济圈内的德阳、自贡、内江等重要节点城市。

据了解，“成渝氢走廊”将构建互联互通的氢能基础设施网络，形成示范引领的氢能汽车运输体系，实现“氢一站一车”协同发展，引领成渝地区双城经济圈氢能及燃料电池汽车产业快速发展。参与“成渝氢走廊”建设，对东方电气而言，既是迎合氢能产业发展的新契机，又是集中展示成果的好机会。

走得早且深耕技术是东方电气成为川渝乃至全国氢能产业龙头企业的重要原因。2020年初，东方电气集团“长寿燃料电池四川省重点实验室”获评四川省燃料电池领域唯一的省级重点实验室。在参观西部首条氢能燃料电池系统示范生产线时，东方电气（成都）氢燃料电池科技有限公司相关人员向记者介绍了膜电极的研发。

膜电极就好比燃料电池动力系统的“芯片”，不少企业曾经只能通过进口膜电极组装燃料电池，但东方氢能从一开始就走自主研发的道路。经过近十年的发展，公司已经全面掌握包括膜电极在内的氢燃料电池核心部件研制、电堆工程设计等关键技术，成功开发出具有完全自主知识产权的氢燃料电池系列产品。

装载着东方电气氢燃料电池发动机系统的100余辆公交车已经在成都市郫都区累计运行超过1000万公里，载客近1200万人次，平均油耗低至3.4kg/100km。“在同等级别车辆里，‘氢耗’是全国最低的。”东方电气（成都）氢燃料电池科技有限公司副总经理、高级工程师谢光有说，当前公司已开发出第三代氢燃料电池公交车、城际客车和物流车，并完成国内首套100千瓦氢燃料电池冷热电联供系统项目的调试工作。

“氢”装上阵，未来可期。东方电气集团董事会秘书龚丹表示：“东方电气制定了‘三位一体’的氢能产业发展战略，将在氢能领域成为一流的核心装备研制及综合解决方案提供商，打造氢能产业链整合高地。”

本版编辑 辛自强 张苇杭 美 编 高妍

中国企业走出去需打好形象牌

本报记者 周雷

中国企业走向海外，既是对外经济合作、实现开放共赢的市场主体，也是中华文化的生动载体。

近日，由中宣部、国务院国资委、全国工商联指导，中国外文局主办的2021·中国企业全球形象高峰论坛在北京举行。本届论坛以“推进可持续发展 共建美好世界”为主题，发布了《中国企业形象全球调查报告2021》，展现了全球民众对中国企业海外形象的整体评价。

中宣部副部长张建春指出，广大企业要更好服务发展大局、展示经济活力，促进民生福祉、彰显责任担当，坚持价值引领、塑造企业文化，注重有效传播、讲好中国故事，进一步树立中国企业全球形象，展示可信、可爱、可敬的中国形象，扩大中华文化影响力和感召力，以实际行动为构建人类命运共同体作出更大贡献。

企业形象备受认可

由中国外文局国际传播发展中心联合当代中国与世界研究院、凯度集团共同完成的《中国企业形象全球调查报告2021》，覆盖了包括中国、哈萨克斯坦、沙特阿拉伯、泰国、印度、印度尼西亚、肯尼亚、南非、俄罗斯、意大利、美国、巴西在内的12个国家，关注不同年龄群体对中国经济发展和中国企业的看法。

从企业形象综合评价来看，12国受访者对中国企业在责任、公平、可信、成功4个维度表现的整体认可度都超过75%。

调查显示，共建“一带一路”具有较高关注度与影响力。中国企业国际化发展给当地带来的积极影响得到了对象国受访者的认可。受访者认为中国企业给当地经济发展起到的积极作用主要在于带来先进的技术、带来新的资金投入、提供新的就业机会等方面。同时，科技、加工制造、基础设施和能源资源等方面，是海外受访者期待今后能够与中国企业加强合作的领域。

调查同时显示，全球受访者对可持续发展的认同度较高，八成受访者认为“可持续发展主体责任在企业，需要各国企业重视起来”。同时，受访者认可绿色“一带一路”对可持续发展的贡献，认为中国企业在推动全球可持续发展方面大有可为。

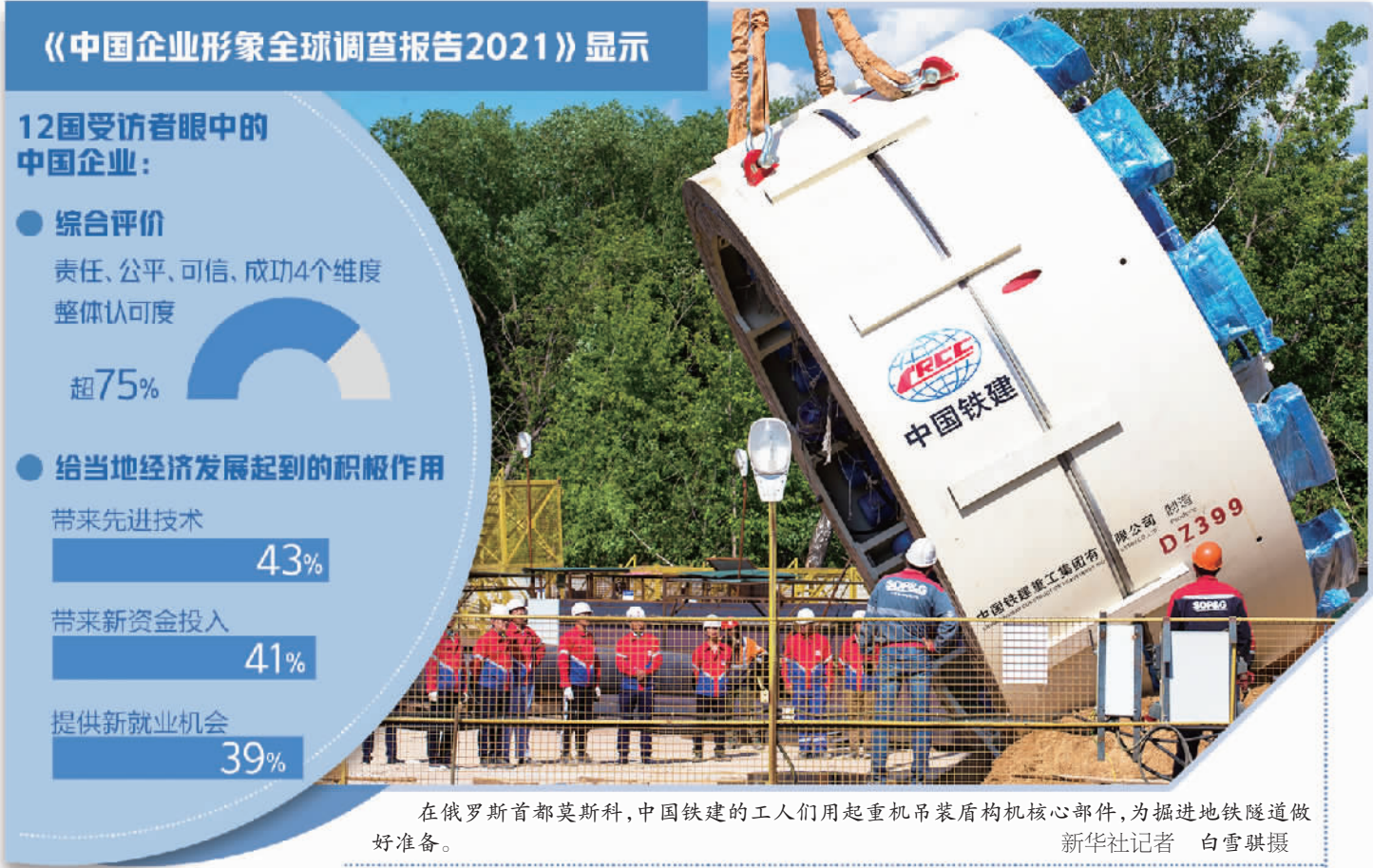
走出去获显著成效

调查显示，各国各地区民众对中国企业的认可度呈现逐年上升趋势。这从一个侧面反映了中国企业走出去成效显著。

作为中国最大也是最早从事国际工程的承包商之一，中建集团坚持发展优先理念，推进设施联通和城市品质提升，在世界各地建设了7000多个项目。肯尼亚莫伊国际体育中心、泰国拉玛八世皇大桥、科威特中央银行新总部大楼等地标建筑被印上当地流通货币，成为中国建造走向世界的一张名片。

在商务部国际贸易经济合作研究院院长顾学明看来，走出去的中国企业，有力地促进了东道国经济发展和民众就业，也为东道国陷入经营困境的企业提供了新的发展机遇。

截至2020年末，我国对外直接投资存量达2.3万亿美元；中国在非洲各类企业超过3500家，聘用非洲本地员工比例超过80%。“十三五”期间，我国企业对外承包工程累计完成营业额达8259亿美元，一批重点项目进展顺利，有效提升了东道国基础



设施建设水平，为当地经济社会发展提供了有力支撑。

跨国并购已经成为我国企业配置全球资源、构建全球网络的重要路径。斯梅代雷沃钢厂是塞尔维亚的百年钢厂，由于种种原因曾濒临倒闭。2016年4月，河钢集团正式收购斯梅代雷沃钢厂，仅用半年时间就结束了其连续7年亏损的历史。在河钢集团从资本、技术、管理等方面不遗余力地帮助下，该钢厂经营持续向好，5年累计产钢663.9万吨，实现销售收入46.59亿美元，连续3年成为塞尔维亚最大的出口企业。“河钢收购的初衷就是要共赢，让企业发展越来越好，而不是简单地追求获利。”河钢集团董事长于勇说。

可持续发展大有可为

当前，企业国际化发展机遇与挑战并存。走出去、走进去、走上去，助推“一带一路”建设高质量发展，都需要中国企业高站位、勇担当、善作为。

中国外文局局长杜占元指出，可持续发展既是世界各国的共同目标，也是中国实现民族复兴、人民幸福的战略选择和持久动力。围绕落实全球发展倡议和可持续发展目标，加强中国企业全球形象建设，其一就是要坚持以人为本，关注和增进各国人民福祉。

在论坛揭晓的中国企业国际形象建设十大优秀案例中，有众多企业助力当地经济社会发展的典型案例。为让各国人民都能享受现代化航天技术成果，中国航天科技集团有限公司第五研究院与“一带一路”沿线多个国家开展交流合作，包括出口卫星、分享数据、建立设施、培训技术等。截至目前，数十颗北斗导航卫星数据已向全世界开放，120个国家正在使用这一世界一流的导航服务。

“履行社会责任要跟业务所在国可持续发展紧密结合起来，这样才能够取得更好的效果。”中国石油化工集团有限公司新闻发

言人吕大鹏表示，履行社会责任是全球企业应尽的义务，是性价比最高的投资，也是最通用的传播主题。

以沙特项目为例，中国石化致力于推进中国“一带一路”倡议和沙特“2030愿景”的有机对接，投资了86亿美元合资建立延布炼厂。这是中国石化第一个也是规模最大的海外炼油项目，助力沙特从资源输出国转型为资源深加工国。中国石化在沙特不光建厂还成立培训中心，累计培训沙特籍员工

6万余人次，提高沙特年轻人业务技能，帮助其就业，实现了项目发展与所在国国家需求同频共振。

与会专家认为，企业打造国际化品牌形象，除了要合规经营，着力提供高质量的产品和服务之外，还要主动融入当地社会，履行好社会责任，推动可持续发展。加强文化交流、文明互鉴，不断增进各国人民相互理解和友谊，有利于企业在海外行稳致远。

助力中小微企业智能化升级

沈 抖

企业家手记

当前，我国正处于发展数字经济的战略机遇期。要推动数字经济高质量发展，离不开大中小微企业齐发力，尤其是中小微企业的数字化转型发展和智能化升级。中小微企业是中国经济“金字塔”的塔基，是数字经济下产业转型和跃升的微观基础。但目前，我国中小微企业普遍面临数字化、智能化程度低、底子薄的问题，必须着力推动中小微企业的数字化转型与智能化升级。

中小微企业要赶上数字化的快车，除了国家支持、企业自身努力外，更需要掌握了数字化、智能化领先技术的互联网企业“传帮带”，通过帮助中小微企业练好数字化、智能化基本功，锻造高质量发展的独门绝技，最终形成大企业顶天立地，小企业铺天盖地，大中小微企业齐发展的数字化、智能化生态。

作为拥有强大互联网基础的AI企业，百度坚持AI技术普惠，不仅助力大企业在AI时代里乘风破浪，也不断赋能中小微企业在数字化、智能化的机遇与挑战中被荆棘。目前，百度已服务企

业超过200万家。基于此，有3个层面的思考与探索：

第一，做好“连接器”，帮助中小微企业“牵线搭桥”，实现供给与需求的精准匹配。中小微企业普遍面临成本高、需求乏、资金不足的问题。而数字化、智能化的营销技术，可高效匹配供需，提高获客效率，降低获客成本，助力中小微企业破局。

以百度营销为例，通过大数据、AI能力，帮助企业定制科学精准的AI营销方案，助推数字化转型和智能化升级，提升供需连接效率。成立20年来，百度与每一个品牌共同成长，帮助他们更快捷和低成本获客，实现健康可持续的生态共赢。

第二，做强“助推器”，助力中小微企业“提速增效”，将数字化、智能化的红利落到实处。百度智能小程序是国内唯一开源开放的小程序平台，可以实现一次开发、多平台运行，节约开发成本，避免企业“重复造轮子”，帮助中小微企业开发者实现高效率、高质量的数字化。

近年来，百度还推出开源开放、功能完备的产业级深度学习平台“飞桨”，帮助开发者快速上线人工智能业务，推动越来越多的行业实现产业智能化升级；重度投入打造的AI开放平台Apollo，

也在用相同的理念帮助传统汽车行业进行数字化和智能化升级。

第三，做大“孵化器”，助推人口红利向人才红利“换挡转型”，化解中小微企业数字化转型、智能化升级的人才焦虑。在数字化转型的“换挡期”，掌握新技术、具备新理念的时代人才是关键。

目前，我国有相当大规模的劳动人口，通过提升国民教育水平和全民健康水平，不断提高人口素质，将持续释放人才红利，增加国民经济发展后劲。在这方面，百度具有知识管理平台的能力和积累，融合AI技术的最新突破，开创与政府、企业、高校联合培养人才的新模式。在实践探索中，这个模式培养了大量人工智能人才，预计未来5年会培养500万AI人才。百度还推动行业AI人才标准的制定，比如在AI营销领域，相关项目正在联合中国广告协会等机构启动中国AI营销人才能力评估标准体系建设工作，引导行业人才健康发展。

百度将致力于给中小微企业赋能，利用互联网数字技术、AI产业技术和制造业智能化技术，为中小微企业铺就健康、可持续发展的康庄大道。（作者系百度集团执行副总裁）