

理性看待比亚迪停产燃油车

忠阳车评

要么“做绝点”，要么“第一个做”，被喻为企业营销的两大法宝，这次比亚迪踩中了两个爆点。日前比亚迪汽车宣布，自2022年3月起停止燃油汽车的整车生产。未来，比亚迪在汽车板块将专注于纯电动和插电式混合动力汽车业务。这标志着比亚迪成为全球首个正式宣布停产燃油汽车的车企。该消息一经发布，就毫无悬念地冲上微博热搜榜首。

比亚迪宣布停产燃油车并不令人意外。此前，比亚迪董事长王传福曾多次在公开场合呼吁全面禁售燃油车。去年11月，第26届联合国气候变化大会（COP26）上，相关政府、企业和其他组织代表共同发表了关于加速向零排放汽车和货车转型的宣言，目标是在2040年或之前实现零排放汽车和货车的销售占比达到100%，比亚迪就参与其中。

不得不说的是，虽然与吉利、长城、奇瑞等前后差不多时间开始造车，但比

迪的燃油车存在感始终不强。去年比亚迪汽车销售新车74万辆，燃油车仅为13.6万辆。今年头两个月销售新车18.56万辆，燃油车只剩下5049辆，趋于“归零”。有报道指出，比亚迪管理层最迟在去年3月，就已经决定放弃燃油车了，只是比较保守，又看了9个多月，等着混动完全占了上风，才正式下决心。这样的解释，倒也合乎逻辑。

问题还在于，作为国内新能源汽车销量冠军，比亚迪营收整体向好，却长期“增收不增利”。去年比亚迪营业收入2161亿元，同比上涨38%，但扣非净利润只有12.5亿元；而同期吉利汽车全年营收为1016亿元，净利润为43.5亿元；长城汽车全年营收为1363.17亿元，净利润为67.81亿元。深究其原因，不少分析认为，这与比亚迪燃油车“拉后腿”和业务过于“多”不无干系。

事实上，比亚迪的燃油车已构成其品牌

和价值的拖累。尽管拥有同样的外观，但比亚迪燃油车不仅卖不上量，更卖不出价。以仍然在售的燃油版宋为例，宋PLUS DM-i的指导价仅为15.28万元至20.28万元，而燃油版

宋PLUS的指导价仅为11.58万元至14.38万元。由于比亚迪DM系列基本和燃油车共线生产，如果把燃油车停掉，插电混合动力车型无疑能给比亚迪带来更大的利润想象空间，有利于产品和品牌价值提升。

还要看到，比亚迪的品牌定位更多在动力电池和电动汽车上，而其仍在生产燃油车这一事实本身就会给比亚迪品牌形象带来些许混乱。“你说它是造车新势力吧，它很难归入‘蔚小理’梯队；你将它划入传统车企，但其又以新能源为主业务。”不少投资人吐槽，比亚迪作为混合体，对其估值难免困难。而不再生产燃油车，可以让比亚迪业务更加聚焦，使比亚迪品牌形象更纯粹和清晰，甚至可以和特斯拉、蔚来、小鹏等品牌形成统一队列，凸显其身上的科技属性，从而有利于比亚迪品牌向上和市场估值提升。况且，这也顺应了当前智能化和电动化产业变革浪潮。

比亚迪停产燃油车，并不等于全球车企很快都会停产燃油车。媒体在对这一事件进行解读时，也没必要夸大或误导。这不过是企业根据其自身战略发展需要、市

场环境变化以及产业变革趋势做出的重大选择。相信未来还会有不少企业跟进。同时，停产燃油车，也不等于停止生产燃油发动机。事实上，比亚迪的插电混合动力车型依然需要专用发动机，对此我们也要有一个清醒的认识。

随着技术进步和政策法规的倒逼，新能源汽车对燃油车的替代会逐步增加，但由于两者各有优劣，短时间还难以对燃油车全部替代，更多的则是一种竞争关系。考虑到技术进步的新进性、资源的不平衡性和地域气候的复杂性，在新能源汽车经历快速发展，保有量达到一定规模后，其增长速度就会慢下来。燃油车则会朝着更节能的方向发展，最终将与新能源汽车在市场竞争中以一个合理的比例“并驾齐驱”。



杨忠阳



帅特

做配件

晨光生物专注植物提取——

辣椒能做多大生意

本报记者 宋美倩

辣椒，对火锅店来说，是小料，是锅底。对晨光生物来说，是生产原料。

从作坊式小厂发展为植物提取行业的龙头企业，晨光生物科技集团（以下称“晨光生物”）生产的辣椒红素占全球份额70%左右，辣椒油树脂、叶黄素占全球份额的三分之一。晨光生物科技集团董事长兼总经理卢庆国说：“企业发展到今天，靠的是持续科技创新，推动生产工艺和产品不断升级，提升市场竞争力。”

立足创新发展

在晨光生物的展品室里，一个阶梯式展台引人注目：辣椒红素、番茄红素、辣椒油树脂、花椒提取物……几十种产品令人眼花缭乱。谁能想到这家现代化工厂的前身竟然是一家总资产不过几十万元的作坊式小厂。

20多年前，时任五金厂厂长的卢庆国临危受命，接手一家濒临破产的小色素厂。当时面对“没资金、没人才、没市场”的尴尬处境，甚至连产品都谈不上有。

尽管我国辣椒提取加工业已发展多年，但由于技术落后，辣椒红素年产量还不到世界总量的2%。“当时我们使用立罐萃取辣椒红素，出渣时用棍子往外捅，用小推车推，满车间都是溶剂味儿，熏得人晕乎乎的。”晨光生物生产技术部经理李俊和说，他们整天思考如何提高企业生产效率、生产规模，并把损耗降下来。

“经过无数次试验，我们制作出集萃取、料渣烘干于一体的封闭式旋转罐，吨加工溶剂消耗量由300多公斤降到40公斤，生产成本下降了，成品获得率却提高了5%。”李俊和说，晨光生物还实现了辣椒带柄加工、辣椒粉造粒等一系列技术创新，并建成了连续化、规模化辣椒加工生产线。如今，辣椒精制车间是晨光生物核心车间，世界一半以上的辣椒红素从这里产出。

在辣椒深加工取得成效后，企业又先后创新推出叶黄素、番茄红素提取生产线。

“这些年晨光生物能快速发展，创新研发起到核心引领作用！”卢庆国说，这离不开公司对科技创新的重视以及对研发的投入。多年来，晨光生物先后完成了国家企业技术中心、博士后科研工作站、国家地方联合工程实验室等25个科研平台建设；企业每年用于研发的投入都在1亿元以上；荣获40项省部级以上科技奖励，其中，“辣椒天然产物高值化提取分离关键技术与产业化”于2014年荣获国家科技进步奖二等奖，“番茄加工产业化关键技术创新与应用”于2017年荣获国家科技进步奖二等奖，“辣椒提取超临界工艺技术装备创新及产业化项目”获2020年中国工业大奖表彰奖。

做到物尽其用

“吃干榨净”是植物提取物行业的发展方向，具体指通过先进的提取、分离工艺，将原料中有经济价值的功能成分一并提取、精准分离，实现原料的多成分、多部位综合利用。”卢庆国说。

晨光生物改变植物提取物行业从原料中只提取单一成分的做法，从废料中提取新

品种，实现了原料的多部位、多成分综合利用，引领植物提取行业的发展方向。

新疆是世界三大番茄种植基地之一。2006年，晨光生物准备在新疆建厂，第一次到新疆考察的卢庆国看到戈壁滩上到处是番茄酱厂丢弃的下脚料番茄皮、籽，感觉十分可惜。

卢庆国随即安排技术产品创新中心研发人员尝试从番茄皮、籽中提取番茄红素的试验。“受制于技术因素，番茄红素主要从番茄酱中提取，产量低且不易大规模提取。我们经过8年探索，突破皮渣番茄红素工业化高效制备关键技术。”项目研发主管安晓东说，番茄皮里的番茄红素是番茄肉中的6倍。

“每做一种产品，我们都先从原料分析，里面有什么成分，哪种成分能用，即使没用的成分也要知道它的特性。”卢庆国说，通过技术创新，晨光生物实现了从葡萄籽里提取葡萄多酚、葡萄籽油，以棉籽为基础开发出了棉籽油、脱酚棉籽蛋白、医用生物发酵蛋白、棉壳、短绒、棉籽糖、棉酚、皂角等产品，从蒜片加工废水里提取大蒜多糖、大蒜素等，就连提取完有效成分的植物原料废渣，也做成饲料变废为宝。

“目前晨光生物的产品线已经涵盖天然色素、天然香料提取物和精油、天然营养及药用提取物、天然甜味剂、保健食品、油脂和蛋白六大系列上百个品种，不仅畅销国内，还出口到数十个国家和地区。”卢庆国说。

扩展原料基地

“没有好原料，就不可能有好产品。我们将农产品的源头生产作为第一车间。”卢

庆国说，为建立稳定的原材料供给渠道，晨光生物依靠“公司+基地+农户”的经营模式，选择原材料优势产区，建立原材料种植和加工基地，既保证了原料品质，又保证了原料需要。

晨光生物在河北、新疆、云南等地实施了订单农业生产模式，通过统一种植标准、统一供给种苗、统一技术指导、统一病害防治、统一风险定保五个方面的具体扶持，鼓励农民参与种植，实行保护价订单收购，调动了农民的生产积极性。

2013年，晨光生物投资上亿元建成年加工能力上万吨的甜菊糖苷生产线，带动河北邯郸曲周县及周边县发展甜叶菊种植近2万亩，平均亩增收3000元，惠及6000多户农民。

此外，企业还先后在新疆的巴音郭楞、喀什、和田、克拉玛依、图木舒克等地建起10家工厂，带动了当地辣椒、西红柿、棉花、万寿菊等产业的发展，仅2021年就加工40多



晨光生物甜菊糖精制车间员工在巡检。
李卫国摄
(中经视觉)

2021年晨光生物

公司销售收入 48.74亿元

▲ 同比增长 24.55%

利润 3.52亿元

▲ 同比增长 31.29%

2021年

辣椒红 销量……8000多吨
同比增长……约12%

辣椒精 销量……1100多吨
同比增长……约7%

甜菊糖 全年收入1.85亿元
同比增长……181%

万吨特色农产品，年产值达30多亿元。

“尽管受新冠肺炎疫情疫情影响，但企业经营业绩仍逆势增长，2021年公司销售收入48.74亿元，利润3.52亿元，分别同比增长24.55%和31.29%。”卢庆国说，晨光生物未来既要主动适应市场之变，又要坚定信心谋长远，进一步练好内功，提升产品品质和附加值，实现更高质量的发展。

4条自动化装配流水线，几十只机械臂快速而精准地组装产品，组装好的产品装箱后被一台约两米高的机械臂运送到指定货柜上，在流水线的末端，两名工人正检视产品……这是宁波帅特龙集团有限公司数字化生产车间的日常。

帅特龙坐落于浙江省宁波市海曙区，企业曾为第一代红旗汽车生产配套烟灰缸。看似简单的烟灰缸由60余个部件组成，需要经过设计研发、试生产、质量审核等阶段。帅特龙集团董事长吴志光说，“做配件并不意味着只能当配角，把产品做到人无我有、人有我优，一样能成为市场中的主角”。帅特龙还将业务扩展到烟灰盒总成、饮料杯支架总成、内门外手柄总成、遮阳帘总成、顶棚拉手总成五大产品系列。

做“主角”的底气，源自实实在在地搞创新。记者在帅特龙自动喷涂车间生产线上看到，上料、下料只需两名工人，其他生产过程全部由机器完成。“这是公司投资3000多万元引进的智能喷涂生产线，原本车间需要超过50名工人，经过数字化改造后，只需几名工人就可以完成整个工序。”技术创新中心负责人王立献说，借力喷涂、注塑等车间的数字化整体建设，企业生产效率提高28%，运营成本降低12%。

从2012年起，帅特龙每年投入数千万元资金，引进国内外先进设备，建设数字化车间；建造了国内领先的全自动电镀生产线，引进汽车内饰件全自动喷涂生产线，引进高速石墨加工中心和钢件加工中心。目前，帅特龙已成为红旗、奥迪、大众、奔驰、宝马等国内外知名汽车制造商的核心供应商，还荣获国家级制造业单项冠军企业。

眼下，帅特龙正在改造生产线，建设智能工厂。王立献介绍，通过政府牵线搭桥，企业享受到浙江省智能成型领域唯一的省级制造业创新中心“甬智院”的技术支持。当前，企业一方面启动新一轮智能化技术改造，推进数字车间建设，围绕ERP（企业资源计划）系统构建全数字物流体系、数字化的业务和财务数据中心；另一方面依托“一院、一站、三中心”研发平台（浙江省企业研究院、浙江省博士后工作站和浙江省企业技术中心、浙江省工业设计中心、浙江省高新技术企业研究开发中心）布局海外研发中心，吸引了超200人的创新队伍。

面对新能源汽车赛道，帅特龙提早谋篇布局。王立献说：“我们将推出一款具备触摸感应模块的隐藏式外门把手，不仅能够借助通信协议与汽车主机进行对话，还具备自主学习功能。”

本报记者

郁进东