

忠阳车评

盲目“堆料”是造不好智能汽车的

“为了孩子看视频方便，车里面搞一堆大屏，我对这种做法保持保留态度。”最近，哪吒汽车联合创始人兼首席执行官张勇在社交媒体账号中表达了对车企疯狂堆料的担忧。

此前，蔚来汽车创始人兼董事长李斌也公开反对在车内后排安装大屏，并坦言：“不会让我的孩子看大屏。我们有我们的坚持。”

随着汽车智能化日渐成为潮流，越来越多的车企在自动驾驶、智能座舱等领域展开硬件竞赛，车载屏幕尺寸大小、数量多少都成为比拼的重点。曾经只在豪华车型上才有的车载后排屏幕，如今也出现在一些普通新能源汽车上。业界广为流传的“智能电动汽车三大件，冰箱、彩电、按摩椅”名梗，就是不少企业盲目“堆料”的真实写照。

如果追根溯源，特斯拉Model S可以称得上全球第一款真正意义上的智能汽车。不过，特斯拉的智能化似乎和堆料并没太大关系。稍作研究不难发现，特斯拉的智能化更多是靠软件层面的创新。一方面，特斯拉以跨域集中式电子电气架构，化解了过去传统汽车分布式电子电气架构的局限，实现了

随着汽车智能化日渐成为潮流，越来越多的车企在自动驾驶、智能座舱等领域展开硬件竞赛。然而，现在汽车的智能化竞争似乎驶入了一个误区，就是盲目堆料。提升硬件配置是必要的，但也不能简单用传统的对标思维和加法思维。过度追求硬件性能指标，实际上是用表面上的勤奋掩盖实质上的懒惰，整车厂很难积累起真正的核心竞争力和差异化创新力。

软硬之间的解耦，极大地方便了后续进行OTA(空中下载升级)。另一方面，特斯拉通过采用英伟达消费级芯片和一块17英寸触摸屏，干掉了实体按键，实现了人车iPhone般的全新交互体验。可以说，特斯拉率先开启“软件定义汽车”的智能化新时代，一点也不夸张。

现在，汽车的智能化竞争似乎进入了一个误区。“人无我有，人有我多”“以大打小、以多打少”不知不觉成了行业竞争的主要套路。盘点近年来上市的智能电动汽车，都把“堆料”玩到了新高度。

对于一款想要实现高等级智驾水平的车来说，提升硬件配置是必要的，但也不能简单用传统的对标思维和加法思维。因为这样不一定能创造价值，反而有可能影响用户体验。在传统机械时代，我们看到人类智慧和工艺水平的最高极限可以是万年历手表。这是依靠上百个齿轮写出来的程序，能够自动识别大小月、平闰年，至少百年不用调整日期。然而，到了电子表时代，一个5元钱不到的算法就能搞定这个功能，且远比机械表可靠稳定。因此，到了智能汽车时代，产品开发思维必须有新的转变与突破。

否则，智能造车之路走不远也走不好。

事实上，智能汽车的实际价值并不一定随着配置或者单点性能的提升而增加，甚至还可能因为配置堆叠过多而产生大量互相干涉和体验混乱的问题。更何况，汽车厂商的“堆料”必然会导致成本攀升。如果为堆而堆，处于信息劣势中的用户就很可能不明不白地缴纳“智商税”。

智能汽车一个关键的逻辑转变，就是硬件需要成为软件可以调用的资源。换言之，通过软件的控制，硬件可以在不同场景下呈现出不同的状态，解决不同的问题。有人说，不顾消费者实际需求，过度地追求硬件性能指标，实际上是用表面上的勤奋掩盖实质上的懒惰，这个比喻是有一定道理的。因为真正具有价值的部分，是供应商创造的。如此造车，整车厂很难积累起真正的核心竞争力和差异化创新力。



杨忠阳



山东肥城海晶盐业有限公司工人在车间检查生产运行状况。
王大伟摄(中经视觉)

位于山东肥城经济开发区的山东肥城海晶盐业有限公司(以下简称“海晶盐化公司”)生产车间内，4台离心机高速运转，雪白的结晶盐在传送带上“飞驰”。“一天一台离心机的产量约1000吨，365天几乎不停。”海晶盐化公司车间主任赵西军说，“整个车间采用的是电加热，没有污染。”

“目前最普遍的制盐方法是净化卤水、提取盐分。”海晶盐化公司党委书记蔡志刚告诉记者，肥城盐矿采出的卤水属于钙型卤水，采用净化卤水工艺会产生大量净化沉淀物——钙镁泥，不仅难处理，还有污染环境的风险。

2012年，为科学利用本地丰富的岩盐资源，海晶盐化公司决定建厂生产工业盐。为了解决传统净化卤水制盐工艺引发的盐泥污染问题，公司决定从国外购买工艺包，采用不净化卤水的工艺制盐。然而，在试生产的时候，这套工艺却出现了严重的“水土不服”。

“实际上是未净化处理的卤水中的杂质，以硫酸钙形式在设备中结晶析出，像水泥一样堵住了设备，每隔一段时间就要清理一次。”海晶盐化公司总经理田凤麟说，面对这种情况，国外公司技术团队束手无策，最终只能以赔偿了事。

“因为硫酸钙结晶析出，涉及料液的浓度、温度、流速等多方面因素，在其中找到一个合适的浓度范围和温度范围，实属不易。”田凤麟说。

改用传统工艺，还是继续增加投入解决新工艺的短板？企业迎难而上。公司成立研发团队，用2年时间不断优化完善工艺控制和设备设施等，最终摸索出一套适用于该工艺的控制参数和设备装置，使产品各项能耗指标达到最初的设计值，实现石膏晶种防垢法+MVR热泵制盐+母液浓缩外排工艺的有机结合。2017年下半年，公司自主研发的无需净化卤水的制盐设备开始投入生产。

目前，海晶盐化公司已经建起钙型卤水不净化直接进罐MVR热泵蒸发工艺生产线。非净化硫酸钙型卤水热泵制盐工艺获得国家发明专利。“其他烧锅炉、烧煤炭的企业，遇到重污染天气都要限产、减产，但我们这套设备既不会产生钙镁泥等固废，也不需要建热电厂提供热能，是绿色生产工艺。”田凤麟告诉记者。

通过新的生产工艺生产工业盐，虽然不会产生钙镁泥等固体废物，但会产生一些低附加值的盐石膏。“向着绿色低碳高质量发展，就要把废料吃干榨净。”田凤麟说。

为处理制盐尾端生成的低附加值的盐石膏，公司配套建设的年处理2万吨副产盐石膏生产线于今年1月份投产，生产线采用高强石膏水热法技术将二水石膏转化为α型半水石膏，也称α型高强石膏，是公认的绿色建筑和装饰材料，广泛应用于航空、汽车、船舶、医用等领域。“α型高强石膏一吨能卖1000多元，是盐石膏效益的100多倍，每年可增加效益近2000万元。”田凤麟说。

在“双碳”目标背景下，公司一方面通过灵活调整销售策略、优化市场布局、给产品做“加法”等措施，确保生产经营平稳运行；另一方面公司主动与央企、高校等开展深度合作。2022年，海晶盐化公司实现利润近1亿元，是2021年的2倍。

本版编辑 王琳 向萌 美编 夏祎



天津郁美净集团有限公司工作人员在检查产品质量。
张海洋摄(中经视觉)

天津郁美净集团有限公司加快转型发展——

津门老字号书写新传奇

本报记者 周琳

今年前4个月

公司销售收入同比增长

10%

其中电商渠道
销售收入增长约

20%

工厂距离天津市南开区核心商圈仅数百米距离，淡淡的奶香味不时从生产车间飘出来。在鲜奶储罐前，工人熟练地操作着半自动化设备。

“我们之所以有底气把工厂留在天津市中心城区40多年，恰恰说明郁美净集团在‘津门老字号’绿色、智能、数字化转型发展道路上越走越宽。老字号企业不能只把‘老’的概念和老产品挂在嘴边，要不断适应绿色制造和消费升级的需求，拥抱新营销渠道，探索新技术路径。”天津郁美净集团有限公司(以下简称“郁美净集团”)董事长、总经理史滨说，今年前4个月，公司销售收入同比增长10%，其中电商渠道销售收入增长约20%。全系产品总销量同比增长10%。

迭代升级谋长久

4月27日，天津市总工会召开庆祝“五一”国际劳动节大会，郁美净集团获得2023年天津市五一劳动奖状。手捧奖状和证书的史滨说：“做好老字号企业，要做久不图一时快，做强不图一时大。”

什么是做久？在郁美净人看来，老字号企业既要在注重文化和传承的同时，与时俱进为品牌输送“新血液”；又要在日趋激烈的市场竞争中提高生产效率，不断迭代产品。

1979年，郁美净集团的前身——天津市第二日用化工厂成立。针对市场需求，郁美净集团以纯牛奶为主要原料，自主研发出以婴儿、儿童为目标用户的相关产品。史滨表示，公司坚守儿童护肤赛道，将产品安全、产品质量、无污染生产作为坚守的底线和发展目标。

经过层层消毒，记者进入郁美净集团负压生产车间，12条全新的智能生产线正在加紧调试。质量管理部负责人吴震介绍，根据国家对企业生产环境参数、生产工序区域划分的最新规定，为进一步控制环境中的悬浮粒子和微生物，最大限度降低生产过程中的交叉污染，持续稳定生产出质量安全、消费者放心的产品，郁美净集团已经完成为期100余天的厂房改造提升项目工程。

按照产品工艺环境要求，郁美净集团重新划分一般区、准洁净区、洁净区不同洁净级别的区域，实施净化壁板物理隔离，采用聚氨酯自流平及双纤维工业地板做地面铺设，在原有基础上增加空调机组的安装。洁净区经环境检测已达到较高级别净化标准，其中空调换气次数每分钟超过15次，环境温度符合18摄氏度至26摄氏度、湿度45%至65%的标准。

质量是品牌的生命线。郁美净集团从生产源头保障产品质量安全。“公司为保证牛奶原料的品质，实行原料来源基地化战略，选择知名企业的无公害奶牛养殖场作为鲜奶供货基地，保证鲜奶的质量。”供应链管理部部长孙靖雅说。

在生产工艺上，郁美净集团先后投入大量资金，引进化妆品生产先进制造设备、实验检测仪器及技术检测手段，实现产品生产的管道化、洁净化、自动化。2022年以来，公司又在检测、检验设备上加大投资，保证产品质量。目前，公司已实现相关原材料自行设计、研究与制造的全产业链自主可控。

技术研发不止步

“科技创新是驱动企业发展的核心引擎。”史滨介绍，公司坚持产品创新，积极拓展丰富产品线，满足更多样化市场需求。

郁美净集团的产品以鲜牛奶、天然油脂等为主要原材料，生产中最重要的技术难题是防腐。

为突破技术难题，郁美净集团联合天津的高校和科研院所，形成“院校+科研机构+企业”的产学研用模式，强化药理学与皮肤学研究分析能力，建立原料、工艺、检测、临床研究、评价全链条研究体系。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，开展中国品牌创建行动，保护发展中

华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。这标志着我国化妆品行业发展进入新阶段，科技引领下的高质量发展时代已经到来。化妆品企业想要实现突破和发展，必须拥有自己的核心技术。

走进郁美净集团旗下位于天津市南开区的实验室，企业文化墙上贴着印有“安全性、稳定性、舒适性、功能性”大字的横幅。研发中心负责人陈萍介绍，2022年6月，郁美净集团被天津医药集团收购后，发展步入全新阶段。公司先后自主攻关了鲜奶联合防腐技术、混合油脂脂体技术等，不但解决了鲜牛乳原料存储过程中易变质问题，而且最大限度保留鲜奶中的活性成分。

研发工程师刘静说：“我是2020年到郁美净集团从事产品研发工作的，公司研发团队对技术创新的执着给我留下深刻印象。像郁美净这样的老字号企业之所以能够保持市场竞争力，很大程度上得益于技术创新和产品创新。”

眼下，郁美净集团的化妆品研发中心正在加快筹建，该平台集研发、设计、中试、检测于一体，以发展我国天然活性成分护肤关键技术，完善儿童护肤品安全性评估体系为技术创新目标。

史滨表示，在新消费格局下，国货要有新品格、新面貌。公司深耕护肤品领域，针对儿童皮肤痛点，不断改善创新配方。目前，公司有效专利数量达211件，其中包括国家发明专利41件。

做优渠道拓市场

“五一”假期，人流回归，津门消费回暖。在久违的客流中，郁美净集团加紧布局营销渠道。“公司正抓住目前市场的契机，打

通线上线下营销新渠道，积极借助互联网进行管理、营销、推广。”史滨介绍，今年以来，郁美净品牌在多个直播平台同时亮相，以崭新的面貌展现“津门老字号”的营销格局。

据介绍，上世纪90年代，郁美净集团的销售网络已遍布全国，形成由几十家品牌专卖店、500多家代理商、3000余家卖场、上万个直营网点组成的立体销售网络体系。2009年以来，郁美净集团在立足传统线下营销渠道网络的基础上，与多家电商平台合作，设立独立电商公司。

打开手机或电脑，轻点一些购物APP，就能实现经销商的“居家采购服务”——这是郁美净集团为经销商新推出的线上订货系统。

为提高供货效率，郁美净集团与技术公司联合开发“线上全渠道U订货系统”，实现全渠道网上订货，让各级代理商、零售商及零售网点足不出户就可利用移动端完成订单，引领行业销售模式创新。

“老字号开拓销售渠道、推出新产品只是转型起点。让老字号重新焕发生机，需要不断创新和改进品牌形象，适应变化的市场环境和消费者需求。”史滨说，公司还将在产品品质、行业标准和品牌建设等方面发力，让郁美净从传统品牌成为科学品牌，以专业的技术优势和产品质量引领行业发展。

“品牌创建是一个持续的过程，企业需要不断地投入时间、资源和精力。”史滨表示，做品牌，必须要坚持长期主义，要锲而不舍，绝不能一曝十寒。