

忠阳车评

新能源汽车产业要力避乱象

新年伊始，特斯拉再次率先“降价”，理想、蔚来纷纷跟进，争抢春节前的“黄金销售档期”。与此同时，小鹏X9、吉利银河E8的“低价”入市，被行业解读为要从“比特”手中夺回产品定价权。这预示着，今年新能源汽车市场竞争将更加激烈。

中国汽车工业协会数据显示，2023年我国新能源汽车产销分别完成958.7万辆和949.5万辆，同比分别增长35.8%和37.9%，新能源汽车销量达到汽车新车总销量的31.6%，连续9年产销规模居全球第一位。由于具有较高的产品力，目前我国新能源汽车不仅在国内受到越来越多消费者的青睐，而且与“锂电池、光伏产品”并列出口“新三样”，给中国制造不断增添新亮色。

不过，在我国新能源汽车蓬勃发展的过程中，也出现了一些怪象，引发不少业内人士担忧，怪象可以归纳为三种：

增量不盈利。虽然我国新能源汽车市场仍然保持着高速增长态势，但真正盈利的

只有三四家企业。增量不盈利的背后，是产业集中度不高，企业品牌众多，单一车型销量偏低。据不完全统计，2023年国内新能源汽车共销售320款车型，绝大多数月销量不足千辆。汽车是一个高度依赖技术创新和规模优势的产业。没有规模效应，就很难有利润。没有一定利润，企业就很难活下来实现可持续发展。“多数新能源汽车企业，特别是以内销为主的企业还没有实现盈利。”在上周举行的国新办新闻发布会上，工信部副部长辛国斌就重点指出了这一现象，亟待引起行业和企业重视。

营销无底线。明明几十万元的车，偏要说“500万元以内最好”“1000万元以内最好”；本来是产品技术讲解，结果满场皆是“遥遥领先”“没有对手”；与价格战相随的各种口水战，更是从去年初打到年尾。在流量优先机制下，为自己的品牌引流，很多造车新势力变得喜欢说大话、说假话。不可否认的是，当前企业竞争压力大，但夸大营销或者无底线营销，

会劣化行业竞争生态，甚至遭到反噬。

盲目上项目。新能源汽车是全球汽车产业转型升级、绿色发展的主要方向，也是我国汽车产业高质量发展的战略选择。其在发展过程中，受到地方政府和一些企业及业外资本追捧，这并不意外。但也要清醒地认识到，新能源汽车产业对资金、技术和产业链配套有较高要求，并不是每一个地方和每一家企业都适合。当前，部分地方和企业还存在盲目上马、重复建设新能源汽车项目情况，同样值得警惕。因为以产能为导向的招商引资，“重复造轮子”，很容易使行业出现低端技术泛滥、产品同质化严重和部分企业产能利用率低等问题。

得益于国家前瞻性布局 and 全行业集体奋进，我国已构建起结构完整、有机协同的新能源汽车产业体系，涵盖基础材料、零部件、整车和制造装备等全链条，初步形成新能源汽车全球比较优势。但如何巩固和扩大这一优势，让优势产业更优，成为推动经济高质量发展和中国式现代化的

创新载体和重要力量，我们还缺乏管理经验，需要认真实践和探索。

同时，企业也要看到，造车不是百米冲刺，而是马拉松；不是赢家通吃，而是不同梯度品牌共赢。由于品牌分野情况明显，高净值人群、工薪阶层在购买汽车时，会有完全不同的价格与品牌考虑，想用同一个品牌或者一款产品打通所有地域、品牌与价位完全不可能。因此，这个赛道既容得下传统车企的新品牌，也容得下以“蔚小理”为代表的新势力，甚至晚来的小米。面对电动化和智能化变革浪潮，中国车企在营销中没必要通过“贬低别人来抬高自己”，而应乘风破浪，奋力创新，在公平竞争



由中建三局三公司承建的重庆陆海国际中心。王凯伦摄(中经视觉)

在重庆轨道交通15号线建设项目现场，数十座桥墩“悬挂”于百米高空，分立于山间，桥墩顶部两侧挂着对称的蓝色“箱子”，施工涉及的所有人、材、机都在这个“箱子”里。“箱子”是由中建三局第三建设工程有限责任公司(以下简称“中建三局三公司”)和中国建筑先进技术研究院联合研发的自平衡智能挂篮。

“公司通过开发全套智能控制系统，整机走行、模板调节、支点转换等一键操控，不仅减少50%的人工，还改变了传统挂篮施工作业方式，提高了大跨桥梁智能建造整体水平。”中建三局三公司重庆轨道交通15号线项目经理杜雷鸣告诉记者。

从“空中造楼机”到“住宅造楼机”，从“桥梁造塔机”到“自平衡智能挂篮”，中建三局三公司始终致力于科技创新，在机场站房、桥隧道路、石油化工等多个领域形成一项项关键装备、关键技术，其中超百项达到国际领先水平和国际先进水平。“公司从投资、金融、设计、建设、管理、运营全链条提供建筑服务方案，2023年合约额突破1000亿元。”中建三局三公司党委书记、董事长王延波告诉记者。

如今，数字化浪潮席卷建筑行业，智能建造成为中建三局三公司不断攀登技术高峰的又一目标。

“20年前，超高层建筑建造普遍采用滑模、爬模、提模等施工技术，但随着建筑越来越高、结构越来越复杂，传统模板已经很难满足施工要求。”王延波告诉记者。

为破解这个难题，中建三局三公司参与自主研发并更新迭代的超高层建筑智能施工装备集成平台(简称“空中造楼机”)，先后应用于苏州国际金融中心、重庆陆海国际中心等多个超高层地标建筑。“空中造楼机”的应用，实现了数百米高空的工厂化建造，最快3天可建一层楼，并且建筑工人不用日晒雨淋，就可以在平台内接力完成钢筋绑扎、模板支设、混凝土浇筑和养护等工作，千吨重的设备2个小时就能完成顶升一层。此后，公司又将“空中造楼机”技术拓展到高层住宅建设，在全国首创“住宅造楼机”，大大提高了高层住宅建造效率。

中建三局三公司以数字化为引擎，运用数据为智能建造提供全方位服务。公司专门成立BIM(建筑信息模型)中心，将建筑信息模型技术全面应用于工程建设，并在多个重点项目配备了500多人的专业团队。

湖北宜昌市伍家岗长江大桥是高塔悬索桥，南北两岸的主塔高达157米，施工难度极大。在大桥建设过程中，中建三局三公司联合中国建筑先进技术研究院首创“整体自适应智能顶升桥塔平台”(简称“造塔机”)，相对传统液压爬模技术，“造塔机”施工效率不仅提高30%以上，还实现了多作业层的高效协同施工。

中建三局三公司还在大型公建、新能源厂房、光伏发电等领域的数百个项目中，全面引入绿色建造理念。公司参与建设的武汉中建·光谷之星等项目获得三星级绿色建筑标识和LEED绿色建筑金级认证。

近年来，中建三局三公司在机场站房、桥隧道路、石油化工、超高层建筑等领域形成1000多项专利、工法，为不断拓展建筑工程的高度、跨度、深度提供解决方案。截至目前，公司已累计获得58项中国建筑工程鲁班奖与国家优质工程奖。

本版编辑 向萌 美编 倪梦婷



甘肃省建材科研设计院绿色建筑技术重点实验室内，科研人员进行技术交流。吕雪梅摄(中经视觉)

甘肃科技投资集团构建新型总部发展模式——

以新带老释放优势潜能

本报记者 陈发明

甘肃科技投资集团有限公司(以下简称“甘肃科技投资集团”)是一家新企业，却管着一批“老字号”。

西北永新集团有限公司、兰州助剂厂有限责任公司、甘肃省机械科学研究院有限责任公司、甘肃省化工研究院有限责任公司、甘肃省轻工研究院有限责任公司……这些成立于上世纪五六十年代的“老字号”，于2019年被划归到新组建的甘肃科技投资集团。

“老字号”虽然名头响亮，但积累的问题也多，如资产负债率高、主业不突出、市场化程度不高、产业基础薄弱、管理体系不健全、发展动力不足等；“老字号”虽然问题多，但转制后拥有较强的专业技术人才队伍以及较多的创新平台，可以很快将成果转化为企业产品，再将产品培育成产业。

“面对困难与优势，我们通过实施‘一院一策’‘一业一策’，不断夯实产业根基。同时，集团构建体系化的新型发展模式，全力打造‘市场化、教练型、服务型’总部。”甘肃科技投资集团董事长吴树宏告诉记者。

经过5年改进创新，甘肃科技投资集团交出了一份亮眼的成绩单：2023年，完成工业总产值13亿元以上、营业收入51亿元以上、利润总额6600多万元。

转变思路观念

“十几年前，我刚入职时科研项目少，干与不干一个样。2010年我们院收入3000万元，基本上都是项目经费。”甘肃省化工研究院有限责任公司总经理李卫平说，“2015年公司提出‘面向市场’，但有部门连每年7000元的创收任务都完不成。该找谁，对接什么业务，大家都不知道。”

现在，成果转化从小试、中试到产业化，每个阶段公司针对成果都有相应的奖励机制。通过加大激励力度，公司已经形成多元化的产业链。“我们在甘肃省兰州市国家级新区投资建设的受阻酚及乙烯基新材料项目，投产后期营业收入可达8亿元。”李卫平告诉记者。

守着科研项目过日子，是转制类科研院所以前的生存之道。重新组建后，甘肃科技投资集团“逼”着大家换个活法。“靠项目维持小日子，优势资源没有充分发挥作用，科研能力也会逐渐弱化。”吴树宏说，“新集团”要带着“老院所”在市场上获益，从小日子变成好日子。

为此，甘肃科技投资集团充分发挥转制院所关键技术研究优势，依托市场确定产品开发与技术研究方向，动态实施产品开发和技术攻关计划，引导创新资源向市场潜力大的产品聚集，畅通“市场—研发—产业—市场”的创新链、产业链闭环。

“以前我们是服务型机构，主要营收来自科研课题和咨询服务。项目结束后，归档成册，基本不考虑成果转化或者产业链延伸。”甘肃省轻工研究院副总经理张雪说。

2019年以来，甘肃省轻工研究院梳理近年来积累的50多项技术成果，开发出养生酒、浆水饮料、青稞奶茶等30多个特色新产品，创造1000多万元的收益。在工程咨询业务上，也从之前的只做前期延伸到从产线建设再到项目投产的全过程。

“还是这些人，还是这些事，但思路和观念转变了，科研方向也从只关注行业前



沿到关注企业和市场需求转变。”张晓雪告诉记者。

激发创新活力

在甘肃科技投资集团的“大家庭”中，西北永新集团有限公司是相对独特的成员：有成熟的实体产业，有丰富的市场经验；但是企业的涂料、管业等传统主业，也面临发展难题。

“并入集团后，我们的管理理念、经营模式等发生了很大改变。集团领导每次来调研，也会有针对性地提出问题和思路。”西北永新集团总经理文立新说。

针对涂料产品大而全导致市场应对速度慢、竞争力不强的问题，西北永新集团整合研发、生产、技术服务和销售环节，对外聚焦市场需求，对内聚焦创新能力，培养产品对市场变化的快速反应能力。

“以前，研发人员在最前端，将技术方案交给生产环节，我们再根据产品去做销售。现在，销售人员在最前端收集需求信息，然后公司再精准研发产品、进行生产。”西北永新集团市场营销部部长马翠霞说。

根据各下属企业的特长和优势，甘肃科技投资集团明确产业格局，梳理形成急缺关键技术清单，推进传统产业转型升级、新兴产业发展壮大、重大战略实施落地。以产业化项目为抓手，以产业投资新平台为载体，加快培育关键助剂、涂层新材料、饲草机械、中深层地热、技术服务等优势产业，加强上下游协同、集群化发展，激活全集团的“雁阵效应”。

一项中深层地岩热供暖技术，甘肃省建材科研设计院不仅做到了工程化应用，还逐步打造了产品体系。目前，该院在建和投入使用的13个中深层地岩热供暖项目，供热面积达100万平方米，累计申请31项中深层地岩热技术相关专利，设计院还编制了《甘肃省中深层地岩热供热系统工程技术规范》。

“仅仅掌握技术还不够，我们正开展专用材料研究，进一步打造核心产品。”甘肃

省建材科研设计院技术总

监胡永权介绍，2023年，设计院已立项内套管、外套管、封堵材料3个项目，目前产品已进入中试阶段。

“市场化导向树立起来后，集团总部就要做好服务，分析每个下属企业在不同阶段的主要矛盾，当好教练，形成‘小总部、大产业’的布局。”吴树宏认为，“教练型”总部，既要教也要练，不能简单地印发制度和指标后就只考核，而是要带着大家

在市场摸索，发挥各自特长，学会“游泳”。

强化市场导向

甘肃科技投资集团目前拥有创新(服务)平台159个，拥有各类行业资质76个，各类专业技术人才1207人。如此雄厚的科研“家底”，如何为集团高质量发展赋能？

“以前习惯用项目经费保障日常运行，进入市场的魄力和能力不足。”甘肃省机械科学研究院总经理于文龙说，他们的突破口就是找准研发与市场的结合点，立足自身所长。

针对研发强、生产弱的问题，甘肃省机械科学研究院鼓励研发中心和采购营销部职工下沉基层一线，在现场解决技术难题。“在院研发中心时职级高、待遇好、压力大，所以刚下沉一线时还有点抵触情绪。”甘肃省机械科学研究院科研带头人丁立利说，慢慢适应新工作后，才意识到科研创新要以实际生产高效耐用的产品为目的。在一线，新技术和改进成果能够马上得到应用，能极大提高研发效率。公司研发出的圆草捆打捆包膜一体机系列产品，不仅实现国内领先，还实现了当年研发、当年生产、当年创收。



甘肃科技投资集团下属的兰州助剂厂有机过氧化物自动生产线原料区。张鑫媛摄(中经视觉)

中建

空建

节高

本报记者

柳

洁

董庆森