

忠阳车评

莫让不合理库存压垮经销商



明珞装备智能制造生产线。(资料图片)

汽车价格战对产业链的影响,在经销商端凸显出来。近日,一份某省经销商致北京现代的信函经媒体报道后引发关注。信函称,经销商将暂时停止向北京现代提车,不再接受自动配送的车辆。同时,要求北京现代立即解决好该区域经销商现有库存,兑现此前全部的承诺和奖励政策。

此前,保时捷中国为遏制销量和业绩下滑颓势,选择向经销商“压库”。面对不堪重负的库存和日益紧绷的资金链,保时捷部分经销商不得不大幅度降价卖车,并联合向保时捷总部发函,要求保时捷中国补偿经销商新车销售亏损。

两家不同品牌厂商之间均爆发矛盾,不仅折射出当前汽车市场竞争的激烈程度,也把“压库”风险呈现在了众人面前。所谓“压库”,指的是整车企业将库存压力转嫁给经销商,导致经销商库存量远超正常销售水平的情况。这种做法可以在短期内提升厂家的销售数据,但从长期来看,对经销商和整个汽车市场是不利的。

必须指出,当前我国整车企业销售新车的普遍做法仍为授权经销商模式,即整车企业通过签订授权经营合同,授权汽车经销商按照汽车制造商合同规定的标准,

作为整车企业品牌的代表,在一定的区域从事该品牌汽车的销售和售后服务。由于整车企业过于强势,产业在这种授权经销商模式下,遵循的是以产定销,即用价格和促销来调节下游的需求弹性。在供需出现矛盾时,经销商便成为调节产能的“蓄水池”。

当然,如此商业模式,对整车企业来说,可实现利益最大化、风险最小化。问题在于,这个“蓄水池”是有一定容量的,且易受市场变化影响。当市场供小于求或供求关系变化不大时,在“蓄水池”中库存一定比例车辆,对缩短消费者提车周期、整车企业降低物流成本等有积极意义。然而,一旦供求关系发生变化,经销商库存量远超市场需求,出现“压库”情况,就有可能激化厂商之间的矛盾,影响产业链上下游稳定。

不少人难以理解的是,与消费者需要付出真金白银从经销商处购车一样,其实库存车辆也是经销商按经营合约,以一定价格从整车企业批量买进的。主要不同之处在于,整车企业卖车的对象是经销商,而经销商卖车的对象是消费者。作为大宗消费品,一辆汽车少则几万元,多则数十万元

甚至上百万元,并且很多经销商提车时用的是银行贷款。如果这些车不能及时卖出去,就会占用经销商资金,甚至成为压垮经销商的难以承受之重。

根据国际同行惯例,经销商库存系数在0.8至1.2之间处于合理范围,高于其中的上限或低于其中的下限,则处于非正常范围。不过,中国汽车流通协会提供的最新数据显示,今年7月份我国汽车经销商综合库存系数已达1.5,库存水平处于警戒线位置。其中捷豹路虎、北京现代等6个品牌库存系数超过2。这表明,当前我国汽车经销商整体经营压力和风险的确在增大。

有人说,经销商大幅度降价销售,不就可以迅速回笼资金了吗?毕竟“没有卖不出去的产品,只有卖不出去的价格”。但问题是,当前整车企业与经销商之间的价格体系并不能真实反映终端市场情况。换言之,经销商从整车企业的进价与卖给消费者的售价,早已倒挂。以刚上市的奇瑞捷豹路虎2025款发现运动版为例,目前终端报价已有十几万元的优惠。由于经销商从整车企业的进价远高于终端优惠价,“终端优惠加大”将不可避免地

导致经销商面临“卖得越多,亏得越多”的“两难”困境。

跳出彼此矛盾看,经销商和整车企业是产业链的重要组成部分,有着共同的利益。经销商是整车企业在终端市场打拼中的合作伙伴,在市场上代表着整车厂的品牌形象;整车企业是经销商上游的产品供给方,在供应链上体现着经销商的需求支撑。面对产业加速变革和市场有效需求不足,双方应携起手来,共克时艰。整车企业应避免盲目追求规模效应和市场需求变化,加大对市场供需变化的研判,及时调整产销目标,优化产品结构,莫让不合理库存压垮经销商;经销商作为终端市场的经营主体,也应围绕产业变革和市场需求变化,利用新技术,加快从“汽车销售服务商”向“汽车生活服务商”转型,为用户提供更深入、更个性化服务,拓宽高质量发展新空间。



杨忠阳

像搭积木一样快速组装

打造非标智能制造装备柔性装配线,搭建汽车生产线工业大数据智能分析与诊断平台……广州明珞装备股份有限公司(以下简称“明珞装备”)持续推动数字化转型及智能装备改造升级,逐步实现数字化工厂虚拟制造与工业互联网大数据应用落地,成长为国家级专精特新“小巨人”企业。

“我们的目标是以数字制造理念促进制造业向高端制造转型升级,通过节约能源、减少投入、提高效率,实现制造企业可持续发展。”明珞装备董事长兼首席执行官姚维兵告诉记者,近年来,公司聚焦主业,加强自主创新,打造智能制造标准化体系和工业互联网平台,为工业领域提供智能制造解决方案,业务已覆盖十几个国家。

西门子(中国)有限公司数字化工业集团是明珞装备的合作方,该公司汽车行业管理部副总经理夏伟说,西门子与明珞装备开展战略合作后,应用智能制造技术在海外打造了多个“灯塔工厂”,达到降本增效的目标。

以产品化和标准化为基础,明珞装备依托数字化技术手段和信息化管理体系推动生产方式变革,实现柔性智能生产。在明珞装备设计的生产车间中,整条生产线被视为一个精细的层级系统。生产线可分解为若干工位,每个工位再细分成多个系统,每个系统由若干设备构成,设备又由多种元器件组成。“公司为生产线的每一个环节都建立了明确的标准,无论客户需要何种规格的部件或者何种功能,都能像搭积木一样快速组装。”明珞装备执行总裁雷鸣说,通过搭积木的方式组装生产线,可以在原有生产线上随时增减模块以适应新的生产要求,不仅减少了重新设计生产线的成本,也大幅度提高了制造厂商的效率。比如,通过明珞装备打造的自动化生产线,生产一辆汽车车身最快只需42秒,并且可以生产不同车型,一般1年至2年的汽车生产线建设周期可压缩至4个半月。

明珞装备深知,科技创新是发展的关键驱动力。在不断完善智能制造体系的基础上,公司自主研发出工业互联网平台MISP,为智能制造生产线构建全生命周期的服务管理。该平台通过建立数据分析模型,在数字化虚拟设计阶段对工艺节拍进行验证,对实际生产线进行数据分析,针对不同阶段优化设计方案,实现运维、工艺、质量等高效管理。目前,该平台已连接全球范围内的200多条智能产线、4万台设备,通过实时监控和诊断分析,大幅减少传统制造企业的投资浪费,降低综合制造成本,累计为客户创造价值超百亿元。

针对一些中小企业生产流程碎片化、生产数据不畅通等痛点,明珞装备还研发了“非标管家”“图纸云”等管理工具,帮助中小企业实现产能数据上云,降低了中小企业生产成本。

新技术、新成果的研发应用,彰显着明珞装备创新发展的活力。通过提供积木式智能生产线、模块化智能产品、工业互联网大数据服务等解决方案,明珞装备帮助客户平均降低设备投资及制造费用约20%。截至今年6月底,明珞装备拥有自主知识产权1000多项。

“关键技术要牢牢掌握在自己手中。公司将继续研发数字制造技术和工业互联网技术,以自动化、标准化、精益化、柔性化、数字化、智能化和绿色化发展理念,帮助传统制造业实现高质量发展。”姚维兵告诉记者。

本版编辑 刘佳 张苇杭 美编 高妍

潭牛公司推动文昌鸡全产业链发展——

小特产育出大产业

本报记者 王伟



潭牛公司产业园内,工人们在包装文昌鸡。(资料图片)

位于海南省海口市美兰区的海南(潭牛)文昌鸡股份有限公司(以下简称“潭牛公司”)产业园分割包装车间里,工人们正忙着包装文昌鸡。车间主任王芳介绍,“文昌鸡从活鸡到包装上市,要经过检验分级、称重、包装等20余道工序,再分类加工成鸡翅、鸡爪、鸡腿等产品,装上冷链运输车销往海南岛内外”。

“作为农业产业化国家重点龙头企业,成立20余年来,潭牛公司从原种保护、鸡苗孵化、肉鸡养殖、屠宰加工、熟食加工到市场销售,走出了一条全产业链发展之路。”潭牛公司总经理张旭丽说。如今,潭牛公司通过了国家高新技术企业认证,挂牌成立了国家级现代农业全产业链示范基地、农业部文昌鸡育种与健康养殖重点实验室。今年上半年,潭牛公司产值近5.2亿元,同比增长8%;在职工800余人,联农带农600余户、户均增收10万元以上。

培育优质品种

文昌鸡拥有400多年养殖历史,因其皮薄肉嫩、味道独特,深受人们喜爱。立足文昌鸡原产地资源优势,潭牛公司建立了国家级文昌鸡育种场及保种场,利用现代家禽育种技术提升文昌鸡品质,高效推进标准化养殖。

在位于潭牛镇华侨农场内的文昌鸡保种场生产区里,一栋栋保育鸡舍整齐排列。记者看到,每只鸡不仅拥有独立鸡舍,翅膀上还戴着专属编码,可实时追踪繁育数据。

“要想提高文昌鸡产品质量,就要从把控种源、选优繁育入手。”潭牛公司种禽事业部总监王秀萍说,公司改变了以往粗放沿用本地品种选育的产业模式,推动海南肉鸡产业向现代化、规模化转变。潭牛公司与中国农业科学院家禽研究所长期合作,保种、育种两手抓,建立起文昌鸡智能化基因组育种平台,保证文昌鸡种源,确保鸡肉品质。

潭牛公司建立了国家级文昌鸡保种场、国家级核心育种场和肉鸡良种扩繁基地。公司采用“家系等量随机选配法”等保种技术,繁育文昌鸡保种群1个品系、定向选育群5个品系,有效保护了文昌鸡的群体遗传变异、外貌特征等种质资源特性。同时,公司采用基因组育种新技术和B超

影像选育技术,显著提升了育种效率和鸡肉品质。自2002年建立保种场以来,潭牛公司保种群体达到3000只以上。目前,保种场内有6个专业化品系,各品系已选育至20个世代。

目前,潭牛公司拥有国家级文昌鸡原种场1个、国家级文昌鸡核心育种场1个、父母代种鸡场3个、孵化厂1个;年产祖代种鸡5万余套、父母代种鸡60余万套;鸡苗年孵化产能近6000万羽、鸡苗累计推广量近6亿羽。

实现高效生产

为推动文昌鸡产业标准化建设,潭牛公司对养殖场地、养殖年龄、饲料配方等进行系统研究,制定出一套文昌鸡养殖标准,并在行业内推广。通过统一提供种苗、饲料、疫苗药品、技术服务、保价回收的模式,实现联农带农600余户。

占地170多亩的潭牛排山文昌鸡场位于美兰区大致坡排山村,这里地势较高,四周都是天然防风林,养殖环境得天独厚。鸡场建有鸡舍27栋,其中育雏鸡舍6栋、育成鸡舍21栋。

“潭牛排山文昌鸡场是海南较大的笼养鸡场,年出栏肉鸡达100多万只。”潭牛公司肉禽事业部总监阮院生介绍,公司与文昌鸡养殖专业户采取“公司+基地+农户”的模式开展合作,农户按照标准规程饲养后,由公司统一回收文昌鸡进行育肥,大幅提高了生产效率。

在把控好源头生产环节的同时,潭牛公司积极推动各加工工序智能化转型升级,实现全产业链高效生产。在潭牛公司,文昌鸡的处理、清洗、包装过程均实现了智能化,智能机器人可完成全自动净膛、全自动分选分级、液氮速冻等工

序。王秀萍告诉记者:“屠宰加工中心配备了先进的设备,执行严格的安全、卫生质量控制标准。全自动称重分选系统,可高效完成分级、分拣工作;液氮速冻设备,可快速锁鲜速冻,解冻后的还原度达90%以上;自动化、智能化的装卸机械臂,可自主完成识别、定位和抓取;智能化立体仓储系统,有效提高储藏能力达2700余吨。”

为实现非标产品的标准化生产,突破文昌鸡产品受制于运输半径的影响,潭牛公司创新文昌鸡产品研发方式,与南京农业大学等科研院所合作推动文昌鸡由初级农产品向深加工产品方向升级,极大提升了海南文昌鸡种源优化、标准化养殖、专业化生产、产业化管理水平。

打造品牌优势

根据需求找市场,认准出路找思路,不断推出新产品,潭牛公司在品牌建设、市场开拓方面不断发力,推动文昌鸡产品走向更大市场。

为满足市场对文昌鸡的多样化需求,公司制定了多样化的文昌鸡养殖标准,同时通过调整养殖方式、营养配比和加工方式,提升产品品质。比如,公司根据不同养殖日龄需求,开发出110天、125天、140天、160天、360天等不同日龄的文昌鸡产品;针对市场对热鲜、冰鲜、冷冻、调理、深加工文昌鸡产品的需求,与高校专家、社会团体合作进行菜品及休闲食品研发,开发出冰鲜产品、椰子鸡套餐、糟粕醋鸡套餐等。

“目前,四大类180余款文昌鸡产品,已销往餐饮、生鲜、商超、电商四大渠道33个省份5500余个终端,合作客户近百家。”张旭丽说,在市场营销方面,公司打

造了海南文昌鸡品牌,并不断创新营销手段,在传统营销模式基础上加强线上销售渠道建设。今年3月,潭牛公司顺利完成出口备案注册及香港食环署注册资质更新手续;4月,文昌鸡通过冷链物流运输成功供货。

张旭丽介绍,未来,潭牛公司将继续坚持科技与品牌双轮驱动的战略发展路径,通过打造“一中心、多基地、全网络”产业布局,实现文昌鸡养殖规模大幅提升,带动产值突破百亿元,并积极推动海南文昌鸡产业走优质化、品牌化发展道路。

