

忠阳车评

电动汽车不是快消品

“传统燃油车平均车龄高达8.2年,超六成车辆服役超过7年;而新能源车平均车龄仅1.8年——比很多人的换手机周期都短。”日前,有媒体援引某报告数据、称车主“把电车当手机换”的解读,引发争议。

中汽协后市场分会随后声明,上述报道是引用《2025 中国汽车后市场年度发展报告》中部分数据发布的,但报道推导得出的结论失真,属于统计概念误用。“整体存量新能源乘用车平均车龄约1.8年”反映的是行业转型发展现阶段产品特征,“不代表车主仅1.8年就更换车辆,也不代表车辆使用寿命为平均1.8年”。

近年来,网上时不时会冒出“换电车比换手机还快”的吐槽,进而引发“电动汽车是否已沦为快消品”的讨论。其背后既有产业变革加速和市场竞争加剧带来的行业阵痛,也有舆论噪声叠加消费认知误区引发的情绪共振,不能就此简单地认为电动汽车已沦为快消品。

所谓快消品,即快速消费品,一般指使用寿命较短、消费速度较快的消费品,具有消耗速度快、单价较低、购买周期短、重复

购买率高四大核心特征。比如,日化用品、食品饮料等。与之相对的概念则是耐用消费品,通常使用周期较长、一次性投资较大。

长期以来,汽车作为仅次于房产的大宗消费品,属于耐用消费品范畴。虽然智能化与电动化变革使得汽车在机械属性上增加了更多智能化功能,被视为更接近电子消费产品,但这并不意味着电动汽车已成为快消品。作为交通运输工具,电动汽车承载的是人,且使用场景复杂,安全、耐用、可靠依然是其本质属性与特征,也是车企在研发设计与生产制造中必须坚守的底线与原则。

客观地说,当前电动汽车车主的换车频率,远未到堪比换手机的夸张程度。现在的电动汽车之所以给人有快消品的错觉,主要是新车迭代过快。据第三方机构统计数据,今年上半年,国内上市新车数量超600款(含年度小改,配置衍生、限量特供车等全口径统计),平均每天有3款新车上市。传统模式下,燃油车研发周期普遍为3年至5年;如今车企已将新车型从概念验证到量产周期压缩至约24个月,部分

品牌甚至仅需18个月即可完成从立项到量产。如果社交媒体再不分青红皂白地放大这一变化,极易引发市场对电动汽车产品质量与安全的焦虑。

电动汽车研发与制造周期显著缩短,最直接原因是技术路线与供应链重构。燃油车的核心竞争力在发动机、变速箱、底盘三大件,经过百年更迭,其技术趋于成熟,进步已经非常缓慢,企业花好几年时间才能把发动机热效率提高一两个百分点。而电动汽车的核心是电池、电机、电控、智能驾驶和智能座舱,目前这些领域技术还处在快速发展阶段。产品迭代之后,消费者普遍感觉“体验更好”。

同时,车市竞争加剧,倒逼国内车企加快新车迭代。随着国内车市从增量竞争转向存量博弈,大部分新车很难持续热销。车企不得不以更快速度,在一款车还没跌出用户视野之前,就推出改款或换代,确保产品能够继续获得足够流量和销量。

不过,产品迭代过快,在丰富市场供给的过程中,也给行业带来了新的阵痛。企业不仅没有足够的产品营销周期来分摊研

发与制造成本,还会因生产线改造、模具开发、供应链调整造成浪费。今年前5个月,我国汽车行业利润率仅为3.4%,其中固然有车企“卷价格”的原因,也有“卷车型”的拖累。

值得关注的是,目前一些车企已意识到这一问题,纷纷表示要削减或优化车型,提升单品竞争力。当电动汽车技术路线逐渐成熟,市场竞争格局趋于稳定,车企加快从“卷车型”向“做精品”转型,消费者不再被社交媒体轻易带节奏,市场关于“电动汽车是不是快消品”的争论也许就会归于沉寂。



□ 本报记者 杨阳

走民企 说创新

朵朵菌菇撑起“致富伞”

——广东省韶关市星河生物公司构建食用菌全产业链

广东省韶关市星河生物科技有限公司生产基地内,从菌棒制作、菌种培养、菌棒接种到成品采摘、包装装箱、全程冷链,各环节紧密衔接、有序运转。与此同时,公司董事长黄清华化身“蘑菇姐姐”走进直播间,给网友科普食用菌知识……一朵朵菌菇从这里出发,走上全球消费者的餐桌。

星河生物位于广东省韶关市曲江经济开发区,是一家专注于工厂化食用菌研发、生产和销售的国家级高新技术企业。近年来,公司坚持科技创新与深耕全产业链双轮驱动,一方面引进先进设备实现智能化、标准化生产;另一方面从菌种研发延伸至预制菜深加工与品牌营销,推动一二三产业深度融合,实现跨越式发展。

目前,星河生物日产鲜菇180吨,年产菌棒超9000万袋,年产菌菇预制菜5000吨,年综合产值超3亿元。

严控品质

曲江有几百年种植菌菇历史。星河生物副总经理史扬介绍,古时,人们种植菌菇的方式是在木头上砍出痕迹,靠天然孢子定植,生长周期为2年至5年,产量较低;如今,公司使用菌袋(袋料)种植法,以木屑、稻草、棉籽壳等农林废弃物为培养基,通过工厂化培育,生长周期为2个月至6个月,高产且四季稳供。

“公司专注研发生产高品质食用菌,拥有多条国内领先的全自动化生产线,建设了大型食用菌人工栽培产业化基地和研发基地,主要品种为白玉菇、杏鲍菇、金耳、舞茸等,并持续选育驯化猴头菇、灵芝、虫草花等十几个食药食用菌种。”史扬说。

为保障食用菌品质,星河生物从源头抓起,建立全链条质量管控机制。“我们始终将产品质量放在首位,牢牢把控产品生产各个环节。”史扬告诉记者,公司坚守“无化肥、无农药、无添加剂”原则,建立标准化栽培与全链条溯源体系,从培养基配比到成品出库层层把关。

对星河生物而言,质量是发展的基石,标准是质量的保障。“食用菌行业品类繁多,可人工培育的品种超过200种,每个品类的采收、包装方式各有不同。目前食用菌行业标准主要围绕原料、菌种、培养等环节制定,采收与包装环节的自动化和标准化程度还缺乏行业配套支撑。”史扬说,为此,公司通过构建“菌种选育—标准种植—采收加工—储藏运输”全链条标准化体系,探索出以标准化引领产业提质增效的有效路径,产品合格率达99%以上,生物转化率达90%。

如今,星河生物已取得全球良好农业规范认证、ISO22000食品安全管理体系、BRCGS食品安全全球标准、危害分析及关键控制点(HACCP)体系等多项权威认证,实现食用菌标准化、智能化生产。

深耕市场

走进星河生物食药食用菌生产基地的



培育车间,顶部的灯带洒下柔和的光线,模拟林间斑驳的树影。一排排多层栽培架从地面延伸到天花板,每层都整齐码放着菌瓶。菌瓶口,一根根幼嫩的菌柄顶着微小的球形菇蕾,紧密地簇拥在一起。

星河生物技术总工程师许喜佳告诉记者,工厂引进自动化种植管理系统,能够监测并调节菇房内的二氧化碳含量、温度与湿度,实时记录、追踪各项环境参数。

既要埋头促生产,也要抬头看市场。随着数字化与生物育种技术深度融合,菌菇产量与品质不断提升,星河生物将目光从“种得好”转向“卖得好”,大步进入电商新赛道。

近几年,星河生物在抖音、视频号、小红书等平台开设账号,传播食用菌知识和安全健康的烹饪饮食。黄清华也在国内多个社交平台开设账号,并开拓海外社交媒体平台,打造个人IP。“作为一个种了20多年菌菇的人,我总结多年经验,与大众分享蘑菇怎么种、怎么吃。”黄清华说,“区域公用品牌是‘帆’,企业品牌是‘船’,相辅相成才能乘风破浪。通过持续打造品牌,市场竞争力得到有效提升。”

星河生物推出“爱上磨力”品牌,将蘑菇文化与动漫展、音乐节跨界结合,并依托韶关农业电商供应链基地为本地食用菌及特色农产品提供鲜品分拣、烘干、冻干、即食预处理等差异化初加工服务。同时,公司牵头搭建粤北首个直播电商供应链中心,整合30余家合作社资源,形成“基地直采—标准化分拣—网红带货—跨境分销”全链条。

在提升品牌价值的过程中,星河生物不断延伸产业链,拓展国内外市场。目前,公司日产食用菌约40%出口海外。在规模稳定的基础上,公司以“锁鲜”为目标,布局预制菜业务,研发出菌

菇面点、菌菇酱料、菌菇凉菜、食用菌煲汤料等产品。

联农共富

星河生物没有满足于自己“种得好”,还下大力气带动乡亲们增收致富。作为广东省农业龙头企业,星河生物自2022年起推行“政府+公司+科研+基地+农户”的抱团发展模式,努力用一朵朵小菌菇撑起“致富伞”。

“农户增收的关键在于‘选对品种、降低门槛’。”黄清华深知,许多山区农户有种植热情,却因成本高、技术难、销路不稳,望而却步。为此,星河生物创新构建了“集中制种、分散出菇”的标准化联农模式,公司统一提供菌种和技术培训,农户分散种植,产品保价回收。

联农模式解决了农户重复投资菌包生产设备、缺乏技术、市场营销能力不足等难题,让当地农户摆脱了过去家庭菌菇种植产业化水平不高、规模偏小且管理不规范的历史。以菌棒为纽带,2025年星河生物服务主体超190家,菌棒销量达124万棒,技术下乡超过30次。

“好品种是联农带农的第一道关口。”黄清华说,星河生物团队历经数下乡摸索、反复试验,成功筛选出麒麟菇这一适合粤北及湘赣周边地区的优势品种,种植成本低、技术简单易学、溢价空间明显,有效破解了农户“不敢种、不会种、卖不好”的难题。

在品种逐步推广的基础上,星河生物的联农布局从韶关走向全国。公司在广东茂名、湖南郴州、江西赣州等地建立了香菇、秀珍菇、鹿茸菇等林下食用菌推广种植试验基地,累计带动农户超7500人,带动收入超800万元。同时,公司积极推动各种植点完成田头冷链和烘干设备配套,帮助解决鲜活农产品“最初一公里”的保鲜难

题,带动相关收入超200万元。

“为了让更多农户掌握科学种植技术,公司将农技推广服务驿站作为高素质农民专业类培训基地,年均为菇农和新农人开展培训超35场,覆盖1500余人次。”许喜佳说,从田间地头的实操指导到课堂上的系统授课,公司努力让更多农户从“靠天吃饭”走向“靠技致富”。

“瞄准未来发展,我们将坚定走数字化、品牌化、国际化之路,推动食用菌从初级农产品向品牌输出转型,构建从菌种研发、智能生产到精深加工的全产业链智能体系。”黄清华说。



在位于河南省洛阳市的中国一拖集团大拖公司总装生产线上,工人在装配拖拉机。今年上半年,该公司拖拉机产品出口同比大幅增长,销往多个国家和地区。 张怡熙摄(中经视觉)



宁夏煤业300万吨/年CCUS示范项目场景。(资料图片)

盛夏时节,走进国家能源集团宁夏煤业有限责任公司,入眼即是热火朝天的生产景象。黑色的煤炭经过气化、合成等多重工序,转化为聚丙烯、聚乙烯等产品,煤炭价值链不断攀升。今年上半年,公司化工产品销往44个国家和地区;截至6月30日,出口量同比增长98%。

作为煤基新材料现代产业链煤炭间接液化子产业链链长,宁夏煤业持续强化科技创新,打通精细化工业产业链断点堵点,补齐高端新材料产业短板,逐步实现从粗放卖炭到精深加工、从单一油品到多元集群、从高碳生产到低碳循环转型,把煤“炼”成高价值产品。

坚持科技创新,解锁煤炭新形态,是煤炭价值跃升的关键。“公司持续加大研发投入,聚焦产业关键核心技术攻关,突破绿色低碳新工艺、高端化工分离技术、核心催化剂制备等关键技术。”宁夏煤业煤炭化学工业技术研究院成果转化中心负责人王亮介绍,“近期,公司自主研发的费托油加氢裂化催化剂在400万吨/年煤间接液化装置上工业化落地投用,有效提升装置中馏分油收率,优化油品质量,增强了煤化工产品的市场竞争力。”

一批具有自主知识产权的技术成果加速落地。煤基航天煤油助力长征十二号运载火箭直冲云霄,打破航天煤油单一油源依赖格局;自主研发的“C能+”系列高端润滑油填补了国产高端润滑油技术空白,11类润滑油产品覆盖车用、工业两大领域……目前,宁夏煤业已形成油、蜡、气、材、精细化学品五大类40种产品集群,构建起完整的“煤—化—材”一体化产业链,吨煤价值提升7倍。

告别粗放式生产模式、发展多元产品的同时,宁夏煤业加快绿色转型步伐。在宁夏煤业甲醇分公司厂区,煤制甲醇环节采用CCUS(二氧化碳捕集、利用与封存)技术,将二氧化碳捕集液化后用于油田驱油,实现地质封存,节约驱油剂和注水成本。目前,300万吨级全流程示范项目(一期)已投用,年捕集50万吨二氧化碳。

“近几年,公司推进CCUS、水资源利用和固废资源化技术创新,实现废水、废气和固体废弃物循环利用,加速从资源开发向绿色发展转型。”宁夏煤业生态环保部副总经理孙俊峰介绍,化工园区污水回用率和硫回收率均接近99%,实现废水零排放;工业废料渣蜡经深加工转化为高附加值精蜡,年新增产值4.2亿元。

同时,依托宁夏丰富的光伏资源,宁夏煤业打造光伏制绿氢、绿氢耦合化工全链条示范项目,截至6月30日累计消纳绿氢1858万标方,等效减排二氧化碳3.16万吨。

宁夏煤业所在的宁东能源化工基地是国家重要能源基地、国家新型工业化产业示范基地,“十五五”时期将做好“向优”“向新”“向绿”文章。“立足基地优势,公司将全力构建具有宁煤特色、竞争力强劲的现代化产业体系。”宁夏煤业煤化工管理部总经理姚强说,公司将持续开展安全绿色高效采矿、煤炭间接液化技术迭代、高端新材料研发,推动公司从低附加值向高附加值、价格竞争向技术竞争、成本优势向品牌优势转变,进一步将资源禀赋和产业优势转化为经济优势。

本版编辑 刘佳美 编 王子莹