

重复投资, 配套缺失

新能源汽车路线图搁浅



王利博制图

■ 本报记者 郭玉志

尽管坊间对新能源汽车的争论由热至冷,但是丝毫掩饰不住各地对新能源汽车投资的偏好。

国庆前夕,河南郑州市发布的《郑州战略性新兴产业发展规划(2011—2015)》指出,未来5年,郑州市将重点发展包括新能源汽车在内的七大新兴产业。

此前,2010年12月中旬,河南省出台政策提出,要把河南打造为中西部电动汽车制造中心,并列出了75家生产电动汽车整车、零部件以及其他配套产品的企业,同时指出了省内相关局委的工作分工。

然而实际的情况是,包括河南省在内的多个省市新能源汽车发展之路依然“道阻且长”。

根据国家发改委对全国24个省、市、区信息产业的布局调查显示,有超过90%的地区选择发展新能源、新材料作为新兴产业的支柱产业;80%的地区选择节能环保产业作为新兴产业;有一半以上地区选择新能源汽车,但是相关产品的产出还不到一半。

截至目前,距离《节能与新能源汽车产业发展规划》征求意见已将近一年,具体的发展措施至今仍未见其文。

河南环宇集团营销副总裁董林福在接受《中国企业家》记者采访时表示,产业规划迟迟不能出台,和各个部门以及车企之间利益未能协调一致有关系。与此同时,虽然国家的政策扶持力度大,地方发展的热情也很高,但是许多地方只是希望多拿补贴。

“国家政策支持力度也不尽合理,补贴主要补给了车企和电力公司,国外像美国、日本、韩国等国家,则主要补贴电池企业,因为电动车的核心就是电池,当然要优先发展核心部分。”董林福说。

多地“掘金”新能源汽车

“我们在研究六氟磷酸锂的时候,对锂电池也做了相应的了解,锂电池和锂盐的相互研究,才会互相促进,才有能力提供综合解决方案。我们发现锂电池很有市场前景,也很符合国家产业发展方向。”在谈到进军锂电池领域的原因时,多氟多董事长李世江直言不讳地表示。

在“十二五”规划背景下,新能源汽车成为各地未来经济发展的重要支点。

除了河南省郑州外,另一个省会城市湖北武汉也公布了其相关发展规划。

近日,《武汉市科学技术发展“十二五”规划》获市政府常务会议原则通过,提出到2015年,包括新能源与

发展纯电动汽车也被认为是我国在汽车领域赶超国际巨头的最好机遇,实现“弯道超车”一度也成为坊间人士热议的重要话题。

然而,无论是电动汽车还是混合动力汽车,目前国内无论是政策背景还是市场环境,二者依然不具备规模化发展的基础。

新能源汽车在内的十大“高科技”产业要占工业总产值50%以上。其中,到2015年,实现年产16万辆新能源汽车。

而在汽车“重镇”广州,在今年8月4日,广汽丰田第100万辆整车下线仪式上,亲临现场的广州市市长万庆良更是脱稿致辞称,未来广州有望建成丰田在中国乃至全球的新能源汽车研发与制造基地。

根据广州发展规划,到2015年实现整车年生产能力450万辆,汽车零部件产值超过1500亿元,实现新能源汽车产能15万辆,打造2家产值超千亿元的特大型汽车制造企业。

中原证券分析师张文利认为,在“十二五”规划背景下,新能源汽车将成为未来发展的重中之重,节能与新能源汽车发展规划将鼓励锂电驱动的纯电动汽车和插电式混合动力汽车的产业化,具体到中原经济区的战略下,具有新能源汽车概念的宇通客车将直接受益。

在此背景下,国内诸多企业早已按捺不住,纷纷进军新能源汽车领域,河南多氟多化工股份有限公司(以下简称“多氟多”)便是其中之一。

根据多氟多官方网站显示,多氟多主要从事高性能氟化盐产品的研发、生产和销售业务。

在新能源汽车热的背景下,多氟多将触角伸向了新能源汽车的主要配件——电池的研发。

“我们在研究六氟磷酸锂的时候,对锂电池也做了相应的了解,锂电池和锂盐的相互研究,才会互相促进,才有能力提供综合解决方案。我们发现锂电池很有市场前景,也很符合国家产业发展方向。”在谈到进军锂电池领域的原因时,多氟多董事长李世江直言不讳地表示。

与此同时,多氟多投资1000多万元成立了锂电研究所,第一批锂离子电池于去年12月19日顺利下线。

与多氟多一样的还有威海鹿洲电动汽车研发有限公司(以下简称“威海鹿洲”),威海鹿洲在电动汽车电池的研发同样取得了不小的成就。电动汽车的三大核心技术是电池、电机和电控系统。据介绍,威海鹿洲的电控技术在国内已是独一无二,公司已经申请了多项国家专利。

其董事长路建统此前告诉记者,威海鹿洲的发展模式是与整车资质企业合作,凭借其电动汽车核心技术,在整车资质企业生产车型的车身基础上,改造设计电动汽车车型。

配套不完善

“不管是纯电动汽车还是混合动力新能源汽车,先要学会走然后跑”,国内新能源汽车的技术、配套设施、电池的安全性等方面都有待完善,未来的路还很长。”一位业内人士告诉记者。

然而,无论是电动汽车还是混合动力汽车,目前国内无论是政策背景还是市场环境,二者依然不具备规模化发展的基础。

究其原因,新能源汽车技术、电池安全性和配套措施跟不上,成为坊间人士诟病的对象,这些因素也大大制约了我国电动汽车的发展。

在电动汽车电池生产领域,目前,我国生产电池的厂商有几千家之多,但是在规模、技术等方面,我国电池企业与国际企业相比,竞争力都不容乐观。

与此同时,我国生产新能源汽车电池的企业多是中小型企业,而且包括手机电池、笔记本电脑电池的企业转型而来,对于电动汽车电池缺乏相关的核心技术。

新能源汽车的推广数据,凸显了新能源汽车推广难的尴尬局面。数据显示,我国一共有25个新能源汽车示范城市,截至2011年3月累计推广节能与新能源汽车1万辆。

董林福告诉记者,我国电池技术落后是直接原因,尤其是材料方面,

电池的质量50%—60%都取决于材料。除此之外,还有配套设施,虽然有25个城市为新能源汽车示范城市,但是没有形成一个系统。“像加油站,多少公里有一个,一个区域有几个,都是有严格规定的。而电动车充电站,这个城市有两个,那个城市有三个,好一点的达到四个,完全没有形成一个合理的系统,根本不够用,消费者买了车却没法充电,总不能拿车当摆设吧。”董林福反问道。

9月份,刚刚投入运营不久的深圳双层大巴发生烧车事件,再一次将新能源汽车以及新能源汽车电池安全性问题推上媒体新闻版面。

“长久以来的经验告诉我们,对于动力电池来说,安全是第一位的,需要对电池进行360度全方位管理。”董林福认为,电池安全性是负责的动力电池企业需要认真考虑的问题。

工信部有关专家指出,影响电动汽车安全性的关键是动力电池及其控制系统。

作为车用动力电池,安全性、循环寿命和成本等几个衡量指标缺一不可,都要达到商业化、产业化的要求。

值得欣喜的是,我国一些企业在新能源汽车配套方面做足了功课。

李世江表示,去年5月18日,多氟多上市募集资金10.6亿元,募投项目投资3.7亿元,超募的6.9亿元全部用于新能源。目前,多氟多公司2000吨六氟磷酸锂的项目正按计划顺利实施,整个土建已经结束,设备也安装调试完毕,预计年底可完成500吨的投产。

除此之外,我国电动汽车电池行业门槛较低,低端产品产能过剩苗头凸显,大量中小企业鱼龙混杂,阻碍了电池产业规模化发展。

但是,当前时机,坊间人士普遍认为,发展纯电动汽车也被认为是我国在汽车领域赶超国际巨头的最好机遇,实现“弯道超车”一度也成为坊间人士热议的重要话题。

值得注意的是,业界对于发展新能源汽车技术路线的争议颇大,《节能与新能源汽车产业发展规划》具体细则一直未出台。

但是,随着时间的推进,争议有望水落石出。

9月底,在“2011电动汽车技术国际研讨会”上,工业和信息化部装备司汽车处副处长苏怀山在致辞中透露,备受关注的“节能与新能源汽车产业发展规划”已经上报,近期将会在国务院会议上进行讨论。

路建统认为,目前各方资源都想在低速电动车中分一杯羹,行业已经是鱼龙混杂了。未来2年内,整个产业会是大浪淘沙,一些小企业会逐渐被市场淘汰掉。

(实习生郭奎涛对此文亦有贡献)

老字号：转身还是留守？

虽说有茅台、全聚德、张裕等极少数老字号品牌价值较高,享誉海内外,为大众和资本市场所认可,然而更多获国家认定的“中华老字号”还是在种种困境包围下成为“陈旧”、“昨日”、“老派”的代名词。老字号突围并成功完成转型升级,冲入世界品牌大家庭,本身就是老字号企业对社会最好的贡献。

■ 本报记者 徐军

9月下旬,历届涉及品牌最多、地区参与面最广的一届中国老字号博览会——第八届中国中华老字号博览会在浙江开幕。展会结束两天之后,另一次更为盛大的老字号家庭聚会——“全国中华老字号精品大集”在北京唐人街大厦首次启动,为期3个月。

此前,同样为期4天的“2011上海中华老字号博览会”刚刚结束,老凤祥、培罗蒙、上海表业、王开、回力、钱万隆、南翔馒头等众多老上海人熟悉的老字号及北京法琅厂等热度丝毫不逊当年。

去年,在北京举行的中华老字号博览会同样热烈,历时6天共接待消费者近40万人次,展会期间销售额近5000万元,200多家代理商及供应商与参展企业洽谈了合作意向,意向金额约1.5亿元。

表面热络的背后,却是老字号企业的苦乐不均。新中国成立初期全国老字号企业约有16000家,此后多年“老字号”们因区域局限、经营不善、体制瓶颈等各种原因,破产倒闭消失于人们视线外的不在少数。

老字号和老字号协会

一组数据显示,至1990年,由国家商业主管部门评定的中华老字号只有1600多家,而其中70%经营十分困难,20%勉强维持经营,只有10%蓬勃发展。许多独具特色或对地域文化有可贵贡献的“老字号”因其自身负重,反而在时代变革的洪流和通行现代企业制度、竞争激烈的市场夹缝中成为了“弱者”,进退两难。网点流失严重、体制转换难、人才流失严重、缺乏创新机制等难题困扰着“老字号”,捆住其手脚,威胁着它们的生存。

出于对传统文化和老字号的热爱及其对岌岌可危前景的担忧,2003年,一位广告人“不务正业”在杭州成立了老字号协会。次年,协会借着第六届杭州西湖博览会办了个集会,即中国中华老字号精品博览会。这是老字号们第一次大规模集会,以集体形象展现在世人面前,协会至今保留着约100位老字号掌门人首次大团聚的合影。

这位广告人就是国家商务部专家库中华老字号专家、浙江省老字号企业协会秘书长丁惠敏。数年来她立足协会,一直致力于老字号的再度勃兴,坚持不懈地向社会推介老字号,最终推动商务部于2006年启动“振兴老字号工程”,从国家层面更好地地开展这项工作。

与此同时,中国品牌研究院对中华老字号品牌价值进行了一次评估调查,并发布“首届中华老字号品牌价值百强榜”。这是首次有机构对中华老字号品牌价值进行专业评价和研究,同仁堂以29.55亿元位列第一。次年,根据首批获国家商务部认定的430个中华老字号名单,该榜单大幅洗牌,品牌价值提升,茅台以145.26亿元高居榜首。

2008年,国家商务部等14部委又联合出台了《关于保护和促进老字号发展的若干意见》。同时,上海、重庆、广州等地纷纷开始兴办自己的老字号博览会。在各方面工作的推进下,社会对老字号的关注度和热度明显提升。近年来,老字号自身以及各地政府对加快转变和发展也重视起来,积极申报“中华老字号”国字招牌,除国家财政安排专项资金,对通过审核的老字号企业在品牌保护、市场开拓以及技术改造三方面予以项目实际支出金额50%的补助(最高不超过50万元)外,各市财政也纷纷给予奖励和扶持。

随着处境的改善,社会条件向有利方向聚集,老字号迎来了一股春风,发展良好的“老字号”们日渐显现标杆效应,这才有了博览会的热络场面。

老字号正反面

9月23日,记者来到和平会展中心博览会现场。尚未至门口,只见要道小径分散着各种模样的中老年人,拎小包或大包食品疾步离开,或两手空空,一脸淡然徐步而去。从侧门进入,顿有传统庙会的感觉,一时被腊肠、菌菇、大米等食品和热情招徕买卖的大嗓门包围。

巡视几圈,展会现场茶叶、蜂蜜、粽子、糕饼、香油、银饰、宋瓷、檀香木、扇子、化妆品、保健品、药品、自行车……什么都有。有的展位仅粗陋横幅,少数展位,鲜人问津,展销人员低头默坐;有的展位里三圈外三圈围着大爷大妈,买的细细询问,卖的——解答;多数展位堆满产品,与消费者“坦诚相见”,宣传手段简单直接,少数精品如东阿阿胶、孔凤春、致中和、咸亨、王墨记、方回春堂等展位布置精美,但展销人员亦多被动等待,围观者多,购买者少。

偌大的展区,记者从上午观察到中午,除浙江卫视记者,竟未看到一个与记者年纪相当的消费者。数种细节让人心中狐疑,这果然都是有百年发展历史的老字号,其差异性和独特性到底在哪?除少数发展良好的“优等生”,更多处在抬头初期的老字号路在何方?

正如硬币两面,“老字号的春天”也有它的A面和B面。而记者在采访中却发现,老字号摸索前路遭遇的诸多问题除略带一定特殊性,往往正是中国传统企业发展中问题的极端典型。

老字号中不乏成功者,而更多老字号并没有那么幸运,资金和人才问题凸显,成东山再起最要命两重“紧箍咒”。据中华老字号专业委员会相关负责人向记者介绍,许多老字号掌门人都对缺乏发展条件深感痛苦,或慨叹自身经营能力有限,出于对品牌的珍惜和感情,不愿其断送在自己手上,宁愿股权稀释而渴望资金注入或主动向具备经营实力的投资方抛橄榄枝。

时代的十字路口,大多数老字号还在排队纠结转身还是留守。