

【“最具成长性企业”系列报道之二】

# 福汽构建集群化产业技术创新战略

陈芳 高建生

2014年,福汽集团(含金龙)预计实现主营业务收入300亿元,比2008年增长75%;实现汽车销售16.5万辆,比2008年增长64%;上缴税金11亿元(不含关税),比2008年增长51%。

更为重要的是,在福汽集团董事长廉小强的率领下,福汽集团重新振兴了东南汽车,使其从2008年亏损和潜亏合计20多亿元的状态走出来,自2009年以来连续五年实现盈利。

## 探索福建汽车产业自主研发新路

廉小强强调“创新”是一个民族的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力,也是一个企业永葆生机的源泉。他将创新作为集团企业文化中的重要位置不断强化。

为实现跨越发展,他通过实施“借智、借力、借势”,进一步完善科技创新的体制机制,增强福汽集团的核心竞争力:一是利用福建省“6.18”平台,聘请两岸顶级的院士专家,打造了“福汽集团高层专家委员会”智囊机构;二是投资3亿多元,成立集团汽车工程研究院,填补了福建汽车自主研发的空白;三是创新人才发展机制,围绕“科技创新,人才先行”,实施“人才强企”战略,给予研发创新等高级人才以高薪待遇等激励政策;四是统筹和优化技术研发资源配置,确立了1+4模式,以汽车工程研究院为基础,统筹和优化配置厦门金龙、东南汽车、福建奔驰和新龙马4家整车厂的技术研发资源,积极打造集群化的产业技术创新战略联盟,切实提升自主研发创新能力。

廉小强强烈感受到了国内汽车行业快速的更新换代对集团生产经营带来的剧烈冲击,他与中国工程院、台湾中华汽车、中汽协、中汽技术中心、清华大学等几十家著名研发机构、高校和科研院所签订协议,开展深度合作,共享研发资源。5年来,福汽集团共推出了30来款车型,产品结构不断调整和优化。他身体力行迅速地推动了东南V3菱悦的



动机匹配切换,促成该车型当年马上扭亏、实现盈利,成为东南汽车近几年的支柱车型。他全程参与设计了福建首款自主正向研发的东南汽车V5/V6轿车,成为东南汽车又一明星车型;他推动全球顶尖汽车造型设计机构宾法里纳参与设计了福建首款自主正向研发SUV车型东南DX7博朗,填补了福建省内SUV产品的空白;他主导研发的新龙马福汽启腾微面,多方面技术被国家发改委专家组认定为全国领先。在他的推动下,东南汽车已发展成为全国自主品牌汽车中自主创新能力名列前茅的企业,并通过与台湾中华汽车的研发合作,增进了两岸汽车“产品共研、生产共线、人才共用、市场共拓”,实现了东南汽车从过去的纯粹技术输入到现在技术输出的重大历史转折。

廉小强全面跟踪发展新能源汽车技术,研发主攻方向为纯电动车(含插电式电动车、换电式电动车和增程式电动车)和混合动力车,产品类别覆盖了轿车和商用车。一是推进与河南新乡的跨省合作,成立河南蓝海新能电动汽车公司,V3菱悦换电式电动汽车在河南新乡投放100台出租车,迄今已平稳运行2000

多万公里,并推广至河北邯郸等地。二是实施新能源轿车和商用车并举发展战略,东南汽车多款车连续入选节能惠民车型,得利卡纯电动新能源车列入推荐车型目录。2014年10月,东南V5换电式电动车和新龙马启腾纯电动多功能乘用车、邮政车、厢式运输车以及大金龙、小金龙多款新能源客车获得公告。尤其是金龙汽车,已发展成为国内新能源客车示范推广名列前茅的企业,全国保有量已超1万台。

## 加快构建独具特色的海西汽车板块

廉小强以“发展是第一要务”的理念,通过走访全国大汽车集团,借鉴其成功经验,决定采取快速扩张的方式,积极延伸产业链、提升价值链、优化供应链,迅速推动福汽集团跨越发展。集团2008年前仅1家整车企业和两家产业链企业,2014年已发展到4家整车企业和10多家产业链企业,在整车研发、发动机等关键总成零部件方面均填补了福建汽车产业空白。通过借智、借势、借力,多方筹集资金、凝聚核心资源,2009~2014年,福汽集团累计完成投

资70多亿元,为集团成立以来投资强度最大的几年。

为构建独具特色的海西汽车板块,廉小强根据微车市场的总体发展情况、国务院鼓励海西加快发展发展的若干意见和国家鼓励发展小排量汽车的政策导向,通过高超的运作,积极协调推动新龙马汽车的重组,突破性地解决了三明和龙岩两地股东多年纠缠不清造成的发展障碍。集团和龙岩市联合投资20多亿元,在闽西老区进行新龙马的迁址和扩建,15万辆微车扩建项目2014年1月全面投产上市,建成华东地区最大的微型汽车生产基地;30万辆发动机项目建设顺利进行,2014年6月实现福建省首台发动机下线,结束了福建汽车没有发动机的历史。新龙马汽车的新生和壮大,促进了福州、厦门、龙岩三明等全省三大汽车产业集群“鼎足而立”格局的正式形成。在延伸产业链方面,廉小强积极促成新上集团研究院、蓝海物流、蓝海改装车、福奔专用车、蓝海新能、租赁公司等项目,均取得极大成效,有力推动福汽集团产业链朝“利润微笑曲线”的高附加值两端延伸,提升了海西汽车板块的整体核心竞争力。

# 红包大战冲击波:入口成命运咽喉

(上接第十八版)

如果说,在抢夺移动支付入口的这场商业大战中,微信支付成为今年春节期间最风光的工具,全面拉开腾讯抢夺移动支付的战略大幕。那么对于阿里的支付宝钱包来说,其实早已完成了对入口的布局,并开始了与传统企业的深度融合后重新定义商业游戏规则。

早在去年“双12”期间,阿里就在北京、上海、杭州等城市与当地商超等零售巨头合作推出“支付宝付款满100元直减50元”促销,率先拉开对传统商业零售企业移动支付入口的抢夺,以及消费需求的激活。此后,在很多城市的商超均长期推出“支付宝钱包付款九折优惠”活动。

目前包括物美、苏宁、万宁等众多商业零售企业,以及海底捞、望湘园等餐饮企业,已经开始支持包括“二维码付款”在内的支付宝钱包等支付。今年春节期间,在腾讯将旗下的微信和QQ两大战略平台同时推出“抢红包”活动背后,正是要快速扩充腾讯旗下“财付通”支付平台的用户群体。因为无论是微信红包,还是QQ红包,都需要用户绑定银行卡后才能提取红包。

在完成了移动支付的海量用户聚集之后,微信支付也快速建立面向用户消费和生活方式的应用场景。包括对京东、大众点评、美团、携程、一号店、微店、大麦、去哪儿等在线电商、旅游等平台融合,以及7-11便利店、卜蜂莲花等商业零售企业的合作。

这让市场进一步认识到,移动支付抢的是入口,但干的却是打通和连接上下游产业链中枢的事。无论是腾讯和阿里,都不会轻易放弃。

## 电视金融零售首当其冲被革命

对于第三方支付平台入口和用户的抢夺,显然只是腾讯和阿里这轮红包大战第一步。如何快速完成对金融银行、商业零售、餐饮、电视等与人们生活息息相关传统产业的颠覆后重新定义,则关系到整个移动互联网商业生态圈的建立和完成。

电视、金融和商业零售已成为最先被“红包大战”改写并重新定义的三大行业。其中,以商业银行为代表的传统金融产业在过去一年多时间,正面临着来自支付宝钱包为代表的第三方支付持续冲击,传统的刷卡消费正面临着来自扫码消费的冲击,大量的银行卡、信用卡都沦为支付宝钱包、微信支付中的一座座连接银行桥梁,并快速消灭有形的银行卡和线下的银行网点,直接通过第三方支付平台完成一系列金融业务的超级聚合。

被认为是资产包袱过重的大量线下商超、连锁分销等商业零售企业,同样在移动互联网时代面临着促销、推广、营销甚至是结算、服务等一系列变革的冲击。传统商业零售企业的卡券促销、会员管理,甚至是日常促销推送,完全可以借助微信、支付宝钱包等第三方平台。更为重要的是,此前大量商业零售企业海量促销广告、促销单页、促销海报“粗放式投入”,只知道要做却不知道给谁看,最终会在微信平台实现精准化推送和推广,甚至还可以在提前预知不同消费者的购买需求背景下,面临消失。

今年央视春晚首次引入微信“摇一摇”功能,不只是完成了发红包等娱乐功能,更重要的是将不同时间段的节目单,以及主要演职人员信息进行了提前剧透,最终让整个电视产业开始重新认识微信等超级APP平台的商业价值。显然,一旦微信等平台开始与电视节目进行深度融合,不仅会颠覆传统的电视收视方式,更为重要的是还将改写传统电视的节目制作、广告投放、用户收视率调查、电视购物等一系列关联产业,让传播更精准、交流更互动。

未来微信超级APP平台,不只是一个朋友圈分享、娱乐游戏、广告投入平台,甚至还会成为连接传统的内容制作、电商购物、餐饮、金融、大数据采集分析等众多传统行业的纽带和桥梁,最终将在重新定义一个又一个传统产业的同时,赋予更多传统产业新的生命力。

# 雅培公布2014年四季度财报

近日,全球知名的多元化医疗保健公司雅培公布了截至2014年12月31日的第四季度财报。财报显示,本季度雅培主营业务全球总销售额54亿美元,不考虑汇率因素,增长10.2%,其中新兴市场实现两位数增长。2014年全年,雅培主营业务利润率受诊断产品业务、营养品业务和心血管产品业务驱动,较上年调整了200个基点。

雅培全球营养品销售额第四季度增长8.9%,加大在关键市场的投入。2014年,雅培在中国、印度和美国本土新开三家营养品工厂,用以满足当地消费者对雅培产品日益增长的需求,并与世界上最大的乳制品供应商恒天然公司达成战略合作关系,共同投资中国本地的牛奶供应。在持续增长的国际市场业务带动下,全球婴幼儿营养品的销售额在第四季度增长达13.8%,特别是在中国市场推出的新产品——雅培菁智和雅培亲体受到了广泛欢迎。

第四季度雅培全球诊断产品业务销售增长8.6%。诊断业务在新兴市场 and 发达国家市场继续实现增长,同时公司也积极投资研发融合所有业务单元的多个新一代诊断平台。

雅培药品主营业务销售额在第四季度增长35.4%。剔除近期收购的影响,成熟药品部门在第四季度实现了9.4%增长。包括印度、俄罗斯、中国和巴西在内的主要新兴市场和其他一些的新兴市场为雅培品牌的药品业务提供了最具吸引力的长期增长机会。

## 产业观察

# 光伏高速增长,风电令人担忧

2014年全球光伏市场增速回升,市场重心东移版图确定

本报记者 陈玮英

2014年11月19日,国务院办公厅正式发布《能源发展战略行动计划(2014—2020年)》,明确提出,到2020年,非化石能源占一次能源消费比重达到15%。《行动计划》指出要安全发展核电,大力发展风电,加快发展太阳能发电,积极发展地热能、生物质能和海洋能。

2015年,新能源产业又将几家欢乐几家愁。卓创资讯分析师王晓坤分析说,2015年,光伏行业仍将保持高速增长,但风电业则比较令人担忧。

## 光伏仍保持高速增长

全国人大代表、晶科能源有限公司总裁陈康平接受《中国企业报》记者采访时表示,随着光伏的广泛应用,证实了光伏已经被提升到了国家能源战略高度受到各界和政府的极大关注和支持。未来改革的目标在于建立可持续型经济发展模式,让经济、生态、能源协同发展。

2014年全球光伏市场增速回升。市场重心东移版图确定。以中国、日本和美国为代表的市场,在利好政策

的驱动下,目标装机容量均有所增加;欧洲虽然在装机量上继续下滑,但英国市场逆势崛起,首度超过德国成为欧洲霸主。亚太方面,除中国持续高速增长,印度市场和泰国明年也将飞速发展。美国持续放量增长,和中国类似,分布式市场将逐渐赶超地面电站。加上智利、巴西、南非等新兴市场加持,2015年预计全球装机容量仍将保持正数增长,达到55GW左右。

国家能源局数据显示,2014年,全国光伏产业整体呈现稳中向好和有序发展局面,全年光伏发电累计并网装机容量2805万千瓦,同比增长60%,其中,光伏电站2338万千瓦,分布式467万千瓦。光伏年发电量约250亿千瓦时,同比增长超过200%。

陈康平表示,从2004年全球1GW的需求,到今年2014年45GW的规模,光伏每年的增长速度超过20%,超过任何一个行业发展的规律,甚至超过其他任何一种新能源形式的发展。所以,相信光伏在未来将引领新能源的发展。

“2015年预计全球装机容量仍将保持正数增长,达到55GW左右。”陈康平预测道,从2014年制造业反弹,规模恢复,2015年开始放量增长,价格

企稳,龙头企业将锁定良好的盈利水平。技术路线方面,从商业化角度的要求来说,光伏行业技术发展将兼顾高效化和低成本化趋势。

## 快增长下的隐忧

虽然国内光伏行业风生水起,但是光伏发展仍比较受限。王晓坤告诉《中国企业报》记者,“关键是政策不具备延续性,光伏还是需要依靠补贴,而且补贴金额比较巨大。”

中国将进入全球最大的光伏应用市场,它拥有最大最完整的光伏供需生态链。陈康平表示,多元化融资渠道、银行项目融资,光伏是一个投资行业,做为投资行业只有盘活融资渠道,降低融资成本,为行业提供强有力的资金支持,光伏才能规模化发展。

陈康平认为,在类似国开行这样的政策性前驱性资金的引领下,其他金融机构可根据自身特点在光伏投融资链条中发挥不同的作用,并能获得预期的收益。金融改革、电网改革都将对光伏行业发展至关重要。

同样,风电业虽然在2014年保持强劲增长势头,但“隐忧仍比较多。”

王晓坤直言,2015年,陆上风电面临上网电价下调的预期,而且风电并网困难仍然存在,发电不稳定等因素仍没有改善。

“风电的投资回收期较长,所以,投资者看重的往往是更长久的投资收益。”上海申银万国证券研究所分析师韩启明表示。

社科院预测,未来我国风电年新增装机规模将保持稳定增长,盈利能力大大提升,风电产业有望健康发展。

根据风能协会预计,到2020年我国风电装机规模中性假设下能够达到200GW目标,乐观情况下可超过300GW。风能协会分三种情景对2020年的风电发展规模进行预测。常规发展情景下,以每年新增装机量18~20GW左右的速度平均发展,则到2020年可以完成总装机量200GW的规划目标。由此预测到2020年,风电装机规模将有可能达到250GW以上。以完成煤炭消减为目标,争取到2020年非化石能源占一次能源消费比重达到15%,到2020年单位国内生产总值GDP温室气体排放量比2005年减少40%~45%,乐观预测届时风电装机将有可能达到320GW上下。