

王传福的新梦想：未来5年用云轨再造一个比亚迪

■ 张亮 王禁 王晓悦

从做手机电池起家，到新能源汽车引领者，再到光伏储能领域，比亚迪自1995年创立以来总是承载梦想，砥砺前行。特别是近5年，比亚迪不懈追逐“三大绿色梦想（即太阳能电站梦想、储能电站梦想、电动汽车梦想）”，令世人瞩目。

常言道，仰望星空还需脚踏实地。近5年比亚迪的成绩，同样受到业界及资本市场投资者关注。据比亚迪公开披露的财报，公司营业收入从2012年的468.54亿元，到2016年的1034.70亿元，首次突破千亿元大关；净利润则从2012年的8138万元，上升到2016年的50.52亿元。尤其是，作为一家制造业公司，2015年、2016年净资产收益率分别达10.22%和12.91%。

比亚迪也曾经经历“阵痛期”，但最终守得云开见月明，其顽强成长背后的动力是什么？还能再造辉煌吗？

日前，比亚迪董秘李黔在接受记者专访时表示，公司始终坚持“技术为王，创新为本”的发展理念，将一个个梦想变成现实的根本动力就是敢于创新、坚持创新。“公司董事长兼总裁王传福曾是北京有色金属研究总院的高级工程师，非常重视技术创新，现在公司员工人数约22万，研发人员就占2万人。”

李黔告诉记者，现在王传福的新梦想，亦即比亚迪第四大绿色梦想——轨道交通梦想，就是公司要用“云轨”技术建设轨道上的城市，而这些以百亿元计量的云轨订单，或在未来5年再造一个比亚迪。

五年磨一剑 云轨计划悄然出炉

走进比亚迪深圳总部大门，记者一眼便见空中分外醒目的“云轨”列车。

李黔在带记者参观比亚迪发展历程展厅时特别介绍，比亚迪研制的“云轨”是通过单根轨道来支撑、稳定和导向，穿行于空中，类似于“空中小火车”，既快速平稳、噪音小，又节能环保。

据称，过去5年间，比亚迪悄无声息地研发出了“云轨”，成为全球第三家拥有跨座式单轨技术专利的公司。

而在2016年10月，比亚迪正式推出云轨计划。这昭示着比亚迪的大转身。

“今年开始，我们把汽车一部分产业链转移给云轨，另一部分汽车产业链如电机、电池等逐步实现市场化。”王传福日前在公司股东大会上表示，云轨将成为比亚迪下一步的工作重心。

回溯到2011年，比亚迪刚开始做公交电动化，云轨的研发也悄然启动。而这个研发团队，乃是从比亚迪几个研究院中抽调而来。“当时他们没有‘名分’，属于‘地下工作者’。”比亚迪品牌及公关处副总经理李云飞告诉记者。

“2016年4月，公司发文宣布成立‘轨道交通研究院’，云轨研发团队才有了‘名分’，云轨计划也随之公诸于众。同年10月，首座‘云轨’迅速在深圳坪山比亚迪公司内部建成，首个国内自主生产的跨座式单轨被推向市场。随后，多个城市签约仪式逐步启动。”李云飞说。

为深入了解云轨市场，王传福曾带队到美国、东京、中国汕头等地实地调研。在他看来，中国城市化要治堵，需要学习东京的轨道模式。那时，他便认定比亚迪未来的规划，就是要建设“轨道上的城市”。

据了解，云轨最显著的一个优点是“便宜”，可以解决许多中小城市负债重重修地铁的窘境。有数据显示，建造地铁一公里需耗资10亿元，但建造一公里的云轨只需2亿元，其造价仅为地铁的五分之一，建设周期也只有地铁的三分之一或四分之一。

“像汕头这样的城市在中国有273个地级市，这样的中型城市不能建地铁。273乘以400亿元，蛋糕是十万亿级。”王传福对云轨的市场定位十分清晰。

他认为，地铁、高铁是大运量的交通系统，而云轨是中运量，更适合中型城市及大型城市的郊区。抢占这块蓝海，市场巨大，竞争还比较小。同时，云轨还将带来周边房地产的巨大增值。

“我们8年前提出公交电动化时没人相信，但后来成为国家规划的重点。”王传福表示。

现在，比亚迪又开始探索一个新蓝海。通过投资50亿元研发云轨技术，比亚迪正式进军万亿级轨道交通领域，为走向下一个高速



成长期奠定基础。

截至目前，比亚迪云轨项目已获全球100多个城市客户来访与参观，并与广东省汕头市、深圳市、安徽省蚌埠市、四川省广安市、吉林省吉林市等多个城市达成战略合作，订单总额超过100亿元。

“预计到今年年底，将有6条云轨线通车；明年，大概有20个城市的云轨线会通车。而且，一个城市今年建了10公里，明年可能加建20公里，同时明年我们也会有新城市的订单。”李黔说。

李黔还预计，明年云轨订单可达300亿元，后年可达600亿元，再过几年，云轨可以再造一个或两个比亚迪。

新能源汽车营收 将持续超过燃油车

在研发云轨的5年里，比亚迪在其他既有领域，同样没有停下探索的脚步。

早在2010年，比亚迪就开始聚焦新能源汽车。王传福坚定地认为，新能源电动车是汽车行业的未来。

但是，当时市场还没起来，比亚迪受到诸多质疑。许多人觉得新能源汽车是很久以后

的事，认为比亚迪是在不务正业。

的确，转型做新能源汽车意味着巨额投入，同时市场存在不确定性风险。而彼时的比亚迪，传统汽车也遇到一些波折，公司整体业绩大幅下挫。2012年，是比亚迪较为低迷的一年，当年实现营业收入468.54亿元，同比下降4.04%，净利润仅8138万元，同比下降94.12%。

面对市场质疑和业绩下滑，比亚迪仍然坚定新能源汽车战略，继续加大投入。熬到2013年，王传福最初制定的几个核心大方向逐步落到实处，公司电动汽车战略方向才逐步清晰起来。

谈及此，与公司一同走过艰难转型路的李云飞十分感慨，他称比亚迪是“有梦想的公司”。

2014年，比亚迪电动汽车销量已有2万辆；到了2015年，增长三倍，突破6万辆；2016年，则突破10万辆大关，蝉联全球新能源汽车销量冠军。

目前，比亚迪的电动汽车已获得国际认可，销往包括美国、英国、日本、澳大利亚等在内的50个国家200多个城市，已然成为“中国制造”的一张国际名片。

数据显示，2016年，比亚迪新能源汽车在全球及国内的份额分别达到13%和23%。

有汽车行业分析师指出，比亚迪做传统汽车业务前期，只是造新能源汽车的过渡阶段，现在则是摊销成本，早在2015年比亚迪新能源汽车业务收入已与传统汽车业务收入分庭抗礼。2016年，比亚迪新能源汽车业务收入更是超过传统汽车业务，占整体汽车业务收入的六成以上。

李黔也向记者表达了相同的看法。他说，比亚迪新能源汽车是跟随传统汽车发展的，不像其他车企是反过来的，现在传统汽车与新能源汽车是同一平台，传统车可以分担一部分成本。

“目前我们并没有放弃燃油车，相反在加大燃油车技术研发投入，因为燃油车技术可以反哺新能源汽车。”李云飞向记者表示，近几年可能燃油车在销量上还是要比新能源汽车多，但在贡献营业收入上新能源汽车会持续超过燃油车。

“我们预计2020年全球新能源汽车销量会占到汽车总销量的6%-7%。”李黔说，他最近见到一国外同行，这位同行甚至认为，2025

年新能源汽车占比会达到10%以上，全球销量将超过1000万辆。可见新能源汽车市场潜力之巨大。

“未来比亚迪将通过‘7+4’战略，推动新能源车的全方位拓展，即将新能源车的应用范围从私家车、公交车、出租车延伸到环卫车、城市商品物流、道路客运和城市建筑物流等常规领域，及仓储、矿山、港口和机场等四大特殊领域，实现新能源汽车对道路交通运输的全覆盖，推动公司始终走在全球新能源汽车技术创新和产品应用的最前沿。”李黔表示。

进军光伏储能 后来者居上

与新能源汽车相似，比亚迪在光伏储能板块的发展中，也经历了一段艰难创业的时光。

据了解，2010年比亚迪开始进军光伏领域。初期，光伏行业的行情很好，但此后因国际市场变动等原因，整个行业遭受巨大打击，许多大型光伏企业因此倒闭。

然而，比亚迪仍在坚持。

“2015年，前面大的企业倒得差不多了，我们却熬进了光伏行业前20。”李云飞称，比亚迪在光伏行业的成功，关键在于找到了差异化的地方。

“一方面，比亚迪集团共有3家上市公司，有大集团做背书，客户更容易产生信任感；另一方面，除了做光伏发电，比亚迪拥有自己的电池技术，可以做光储一体化，满足客户的储能需求。”

据悉，目前比亚迪在美国储能市场占比已达51%，占据美国储能市场半壁江山。

比亚迪——英文字母BYD的中文音译，而BYD正是“Build Your Dream（成就梦想）”的缩写。5年来，比亚迪恰似一位筑梦者，提出一个又一个貌似天方夜谭的计划，并通过脚踏实地的创新去实现，从而逐步建立起一个庞大的新能源王国。

“我们的梦想就是通过我们的技术创新，构建零碳、零排放的生态环境系统，使我们的环境更绿色更环保。比亚迪始终坚信技术改变世界，创新造福人类。”王传福曾不止一次公开表示。

如今，比亚迪更加执着于包括轨道交通梦想在内的“四大绿色梦想”，仍在不懈追梦的路上……



■ 蔡国兆 彭勇 孙飞

今年上半年，从中央到地方政府，宏观调控政策频频加码，市场出现了明显反应，房价上涨势头得到遏制。

如何看待这一轮的政府调控？“房子是用来住的不是用来炒的”如何实现？中国未来房地产走向何方？万科董事会主席、首席执行官郁亮，接受“新华视点”记者独家专访，对房地产市场的焦点问题坦陈看法。

谈宏观调控：需要功能回归

记者：上半年，中国房地产的关键词就是调控，你如何评价这一轮的房地产调控？

郁亮：我觉得这次房地产行业的调控，有点像回到1998年左右。那时候住房改革刚刚开始，启动了房地产的市场化，建立了不同类型的住房保障体系，包括保障房、经济适用房、商品房等。那一轮改革对中国实体经济发展带来巨大作用，释放老百姓的居住需求，拉动内需增长。

今天行业站在一个新的起点上。近期，上海表示“十三五”期间拟推出租住房70万套，其他部分城市也公布了类似计划，标志着一线城市正为解决居住问题做努力。

记者：住房租赁市场一直都有，现在重提

万科郁亮：楼市功能回归，住房调控有解

租售并举有何深意？

郁亮：租售并举是建立房地产调控长效机制的重要举措之一，现在发展租赁市场更多的是在“补课”。2015年数据，居住消费占GDP比重，美国是12.5%，英国15.7%，德国12.1%，日本14.1%，中国6.7%，居住消费包括租金、物管、装修等。从国际看，我们租赁市场的发展空间很大。

从现实看，北上广深等城市，住房租赁市场需求很大，但现在主要是业主个人放租，服务商太少。万科是少数几个试水者之一，目前已经开办长租公寓1.2—1.8万间，计划今年做到10万间。

从政策看，目前的租金回报率1%-2%左右，这导致大家“赔本赚吆喝”；再者，长租房如何解决住户子女的教育也是重要问题，如果长租不能解决小孩上学，那吸引力就会大打折扣。这些都需要进行“制度性的”探索和破解，否则租售并举解决居住问题就会成为空话。

谈未来：中国城市化进入第二阶段，房地产业洗牌

记者：目前一线城市楼市出现“僵局”，而三四线城市房地产比较火热。你认为中国房地产市场的未来会怎样？

郁亮：我认为高房价很大程度上是一种货币现象，但现在有两个转折点。一个是货币政策稳健中性，“紧平衡”在较长时间内是流动性总基调，如一些银行的按揭十分紧张，另一个是“只住不炒”现在十分明确。这两个因素是行业加速转型的关键。

同时，我们认为，中国城市化已经进入第二阶段。之前中国的大城市是不断扩张“摊大

饼”，近年来，特大城市的承载能力到了极限，要素价格上升，企业、劳动力外溢，加上轨道交通快速发展等因素，形成了城市圈、城市带的发展。目前，房地产行业简单地将城市划分为一二三四线已经不够，甚至已经失去意义，围绕一线城市、强二线城市的周边区域，伴随着城市圈带的扩张，都有很大发展空间。

轨道交通将极大加速第二阶段城市化的到来，结合我们回到“只住不炒”的原点、初心，再加上金融缩表等背景，我认为我们中国的房地产行业真正到了一个新阶段。在这个新阶段，住宅消费大有可为，租赁市场、轨道物业、养老地产和教育地产等前景广阔，房地产行业面临重新洗牌。未来，万科的布局也将出现变化，会更强调特大城市和周边的协同，投资的概念、方向会有调整。

记者：有人说北上广深等一线城市核心区域还会继续上涨，你怎么看？

郁亮：现在对于房价的看法很多，关注的重点不应该放在涨跌上，而是如何解决这类大城市的居住问题，我认为方案也是有的。这些城市房价未来的走势，取决于土地供应，取决于第二阶段的城市化有没有过渡到轨道交通下的城市圈发展模式。例如东京都市圈，总面积1万平方公里，建成区面积达到8000多平方公里，其中70%是住宅。如此巨量的人口和住宅区，还能够保证多数市民通勤时间在1小时之内，靠的就是“轨道+物业”，这一模式扩张了城市边界，大大增加了可支付住宅数量。在这一过程中，有一些区域行政壁垒障碍和制度障碍，需要逐步解决。

谈供给侧改革：大城市房价很高 年轻人买房怎么办？

记者：现在大城市房价很高，年轻人很难买房，租售并举能解决这个问题吗？

郁亮：租售并举意味着一方面加大租赁住宅供应，完善相关体制机制建设，另一方面要提供更多可支付住宅。

我有一种“1153供给模式”设想，即：将房地产供应分为四个层次，第一个层次的10%是针对最低收入保障人群，通过货币化补贴租金的方式解决居住问题。

第二个层次的10%，则是对科技人才、医生、老师等人群，以低租金的租赁房、共有产权房等形式解决居住问题。还有一个群体是年轻公务员，他们也是社会的宝贵人才，是社会稳定的重要力量，他们也应该纳入这个范畴。这些群体能够安居乐业，对国家和社会发展特别重要。但是这部分用房不能参与市场流通，否则就会出现经济适用房分配中的乱象。

第三个层次的50%，是要提供可支付住宅。可支付住宅是针对首次置业的年轻人，政府和开发商应当为他们提供买得起的房子。每个城市都应根据具体的物价水平、发展阶段推出足够的可支付住宅并制定稳定的指导价。政府要公开向社会承诺，每年的可支付住宅规划是什么，让大家做到“未来有房，心中不慌”；同时提供长期稳定的首套房金融支持方案，为他们置业提供实惠。

第四个层次的30%，是完全市场化、较为高端的商品房，这部分需求现实存在，不必过度干预。

记者：有人说，房地产的畸形发展会导致经济脱实向虚。你认为房地产业的供给侧改革应该如何推进？

郁亮：房地产行业是实体经济的重要

力量，但确实也存在脱实向虚的现象，主要表现在过多地利用投资工具和成为投资工具。当然，房地产行业天然具有投资属性，如何实现“恰当的平衡”？我觉得还是需要通过供给侧改革，增加供给来解决这一问题。

现在来看，高房价问题突出的城市就几十个，都存在供给不足的原因。我认为一些特大城市的周边城市，是否应该限价、限购值得商榷，因为这些城市本身即是可以疏解核心城市购房需求的。

谈万科战略：“当好农民种好地”

记者：万科董事会近期换届，你希望万科未来的发展打上什么样的标签？

郁亮：一个成熟企业，领导的色彩会越来越淡，我觉得不是给万科贴上什么标签的问题，而是根据时代的变化、适应时代的要求，做时代企业。如果一定要给出一个定位，我希望万科成为一支以“真实价值创造”为企业价值观的社会建设的有生力量，坚持艰苦奋斗，通过诚实劳动创造真实业绩。

记者：作为房地产商必须与政府打交道，现在很多落马贪官都是在房地产上出事的。你认为如何建立新型健康的政商关系？

郁亮：我们要做的就是“当好农民种好地”。政商之间不可能没有关系，这么多手续要在政府办，但是我们这么多年的事实证明，“亲、清”政商关系是存在的，这条路是可以走通的，所以说我们会一直坚持这种阳光下的体制。国家大力反腐，也是为了建立一个阳光透明的政商关系。如果大家希望去找关系去做事，那就是跟这个时代脱节了，过去行不通、未来更行不通。

刘锡潜：打造“中国大豆”品牌 保持产业独特性和竞争力

■ 记者李彤

“提起咖啡豆，大家会想到哥伦比亚；提到大豆，你是否会想到中国。”日前，山东禹王集团董事长刘锡潜接受记者采访时表示，加快打造“中国大豆”国际品牌，才能保持中国大豆产业的独特性和竞争力。

在农业全球化及品牌国际化的大背景下，我国农业产业面临着更加激烈的竞争。为了深入推进农业供给侧结构性改革，促进农业增效和农民增收，农业部将2017年确定为“农业品牌推进年”。

针对提升中国农业品牌，刘锡潜以大豆

为例表示，“中国大豆”包括三方面内涵，一是天然基因，中国大豆天然生成，历经千年种植是自然筛选的农作物；二是高蛋白，中国非转基因大豆富含丰富蛋白质；三是食用性强，中国大豆食用消费量世界第一。

有业内人士表示，一颗小小的豆子，处于环环相扣的产业链起点，它与食品加工、养殖业、医药等行业价格波动紧密相联。作为我国粮食市场开放的“先行者”，世界大豆市场是一场没有硝烟的“豆”争。

“2001年取消大豆进口关税和配额限制后，外国大豆如潮水般涌入中国，2005年我国成为全球最大的大豆进口国。2004年国内大豆

压榨行业全线亏损，我国天然非转基因大豆产业面临淘汰出局的困境。”上述人士说。

刘锡潜介绍说，在本世纪初国产大豆受困，蛋白厂大都亏损的环境下，禹王集团转型做起了大豆蛋白原料——低温豆粕，自主研发的低温豆粕使蛋白提收率比原来提高了十多个百分点，大幅提高了中国蛋白产品的市场竞争力。

“走模仿的路子走不通，必须要差异化竞争。中国大豆的竞争力在天然基因和高蛋白，而不在转基因和高榨油率。打造天然基因高蛋白的‘中国大豆’国际品牌，是中国大豆产业的出路。当消费者提起高蛋白大豆就想起

中国，这样不光农民受益，中国大豆品牌也立住了。”他介绍说，为发展中国大豆产业，禹王建立了270万亩的非转基因大豆种植基地，配备全套基因检测设备，为产品质量打下了基础。禹王已经培育出了亩产300公斤的大豆，正在进行更高目标的栽培实验。

但刘锡潜同时也坦言，我国大豆加工企业多是生产型企业，为国外企业进行贴牌加工，在树立品牌和拓展消费群体方面处于弱项，在此方面禹王也在积极学习和尝试。

“近期，禹王新培育出了‘无渣豆浆豆’，做豆浆没有豆渣，大大提高了大豆的利用价值和产品品质。此外，高档‘大豆子叶油’，消



除了一般植物油中易含的黄曲霉素，成为‘三无一高’的新产品。希望通过产品质量获得消费者的口碑传播，得到市场的认可。”他说。