

楼建平:整合全球资源,上汽红岩赢在快速迭代

■ 封甜甜

日前,2018 北京国际车展举行,汽车头条 App 专访直播间迎来了多位重磅车企高管和嘉宾代表。做客专访直播间的是上汽依维柯商用车有限公司总经理楼建平,就上汽依维柯商用车品牌车展上的亮点新车、所取得的成绩、以及未来的规划与布局进行了深度分享。

伴随着电动化、智能化、网联化、共享化成为汽车产业全新发展趋势,上汽红岩作为国内最早的重卡合资企业,近两年凭借股东方的强大实力支持,不仅在商用车领域率先开创了互联网卡车时代,更以精准的市场洞察力,创新研发出一系列备受用户青睐的产品。那么此次北京车展上汽红岩又带来了那些参展车型呢?而目前重卡的市场行情到底如何呢?未来的发展又会呈现什么态势呢?此次做客专访的楼建平先生,向汽车头条 APP 道出了一些鲜为人知的故事。

记者:今年的北京车展热闹非凡,我想问一下上汽依维柯商用车有限公司给带来哪些亮点车型和技术?

楼建平:此次北京车展带了两款车,一款是基于国产重卡底盘改装的重卡房车,这款车完全可以取代进口的底盘,而原来重卡的房车都是用进口的底盘改造的,此次时跟中意房车公司合作,对重卡底盘重新改造,这款车应该是国产车里面很轰动的一款车。另外一款车是 6X6 大件牵引车,所谓的 6X6 是前驱,全驱不光带转向还带驱动。按法规来讲它可以拉 150 吨,即使在中国像我们这个车可以拉 200 吨以上。

大件牵引车在重卡行业里面一直是一个痛点,一直以来都是进口。而我们此次基于上汽红岩技术,自己的底盘取代进口的前提下开发了这款牵引车,这款车我个人认为也是属于行业标杆性的,比进口的便宜很多,房车和大件牵引车一般来说进口的底盘 800 万左右,国产肯定是它的 1/3 或者一半不到的价,而且品质完全不输进口,所以这充分体现了中国制造的优势。

记者:技术创新完全是自主,还是我们整合资源和其他的合作伙伴合作,比如说你刚才提到的牵引车的技术,完全是自主的吗?

楼建平:这个完全属于上汽依维柯红岩,因为这是一个合作的时代,也是分工合作的



● 总经理楼建平

时代,无论是房车也好,大件牵引车也好,我们集成了全球的资源,并且能实现快速迭代。比如说发动机是合资企业上汽菲亚特的,桥也都是跟国内著名大江军工业企业一起来做,最后集成在这个车上,通过这个平台实现,是一个合作的结果。

记者:相当于我们处于市场的中高端这个位置,我们直接跟合资品牌竞争,或者进口品牌竞争关系是吗?

楼建平:中国的重卡行业已经占到全球的 55% 份额,最大的市场在中国,但比如说南美、非洲、东南亚、中东等基本上都是中国重卡的天下,也就是说中国重卡在全球有相当大的影响力,这也是这些行业的前辈们,为了中国的重卡行业发展壮大走向全球,做出了很多的艰苦努力,才得到了这个成绩。而上汽红岩本身是一个合资品牌,并且技术跟欧洲

是同步的,包括在中国或者全球,我们完全不输人家,加上中国人的勤劳、智慧,并且中国有更多科技应用场景,所以我相信可以替代或者是不输无论是哪个国家的产品,希望在不久的将来我们是全球领先。

记者:现在的重卡市场行情怎么样,好像这两年的基建项目多了,“一带一路”大的项目也多了,不知道你们今年的销售情况怎么样?

楼建平:2016 年的 10 月份,国庆节一过,对重卡来讲不光是用“春天”来形容的,应该是每天都是曝晒的夏天,非常的火热,走过了 16、17 个月的时间,整个重卡在中国,随着在我们国家“一带一路”倡议持续深入这些沿路国家建设高潮带领重卡、高速物流运输车的发展,需求量非常大。同时在海外“走出去”,对中国重卡的需求也都是非常大。2018 年一季度数据已经出来了,同比增长 92%,同比行

业增长 13%,4 月份差不多基本上保持这个势头。自 2016 年 12 月份控股以后,2017 年 1 月份开始起步,到目前为止应该是连续 15 个月,每个月我们都是全行业销量增长幅度第一,基本上我们每个月都是翻番的增长,这个势头依然在延续。

记者:您对今年重卡整个市场的预估是怎样的?

楼建平:重卡市场从总量来讲,今年比去年有一点的下降,因为 2017 年 113 万台,这在历史上是最高的记录,今年还是一个比较好的年份,预估 90 万-95 万,还是会下降一些,主要下降在牵引车上,因为 2016 年通过释放,政策的利好之后,通过这 15 个月的消化已经差不多了,重卡是重要的生产资料,买了以后有一定的周期进行更换。因为重卡肯定要创造生产价值或者剩余价值,这种一般来说更换的周期不会那么快,所以牵引车今年下降幅度比较大。但也有一个好消息,我们国家的建设还有前期“一带一路”基础设施建设两个方面的建设,为我们走向海外创造了更大的机会,比如说像中国新疆、巴基斯坦这块,通往中亚这块,甚至非洲的一些建设,这些地方

的重卡车不能说百分之百至少百分之九十九都是中国的。

记者:刚才谈到了车联网这块上汽红岩创新,在新能源这块我们商用车有没有一些尝试,因为好多企业把新能源和商用车是放一块说的,我想知道上汽红岩在这块有没有更多的布局?

楼建平:新能源肯定要做的,不做的话肯定会被淘汰,现在无论是全球也好,特别是我们国家对环保的要求,金山银山不如绿水青山,在环保方面中央包括各地方确实抓得非常严,这也是一种政策非常正确的导向。对我们上汽红岩来讲,我们从智能化、共享化、电动化、国际化是我们坚持不懈努力的方向。对于做重卡来讲,我们是全方位的,无论是 AI 的自动驾驶、混合动力或者电动车,都有一个完整的规划,并且我们把它称为“五年规划”。

五年规划是滚动的,比如说 2017-2022、2018-2023,现在变成一个月一滚动,每个月根据市场的变化、行业的导向、科技的发展。而作为上汽来讲,我们一般都是说得少做得多,一般我们说了肯定是我的产品可以批产了,并且所有场景,问题都已经解决完了,不会太遥远。

共享汽车 迎来巨头入局

艰难探索的共享汽车,终于迎来了巨头关注。5 月 7 日,共享汽车品牌立刻出行宣布完成了 B 轮融资。值得注意的是,领投资本来自阿里系的蚂蚁金服。不仅如此,蚂蚁金服还将从运营层面与立刻出行进行协同。业内认为,目前共享汽车行业正遭遇运营成本高、信用危机等制约瓶颈,解决这个问题需要资金的投入,更需要建立完善的产业链。

● 巨头效应

据悉,立刻出行此轮融资将用于城市服务拓展、产品技术研发、车辆投放和市场推广等方面。除蚂蚁金服外,投资方还包括君联资本、险峰长青、蓝驰创投等机构。

立刻出行 CEO 王杨表示:“融资完成后,蚂蚁金服将深入立刻出行的运营层面,在用户运营、信用体系及金融创新等多个层面进行紧密的战略协同。并且在产业链及金融层面,蚂蚁金服将赋能立刻出行,联合更多的汽车租赁公司、融资租赁公司进行金融创新,帮助汽车租赁企业把资产做大,业务做强。”

按照规划,2018 年底之前,立刻出行将在全国 20-25 个城市开通服务。届时,车队规模将达到 4 万辆,目标成为全球最大的汽车共享出行品牌。

立刻出行上个月刚刚完成了 2000 万美元的天使轮及 A 轮融资。天使轮由险峰长青领投,顺为、阿米巴等跟投;A 轮由君联资本领投,险峰长青等机构跟投。

蚂蚁金服入局意味着,经历了一段时间的成长,共享汽车领域显露出可持续发展的潜力,开始受到巨头资本的青睐。

险峰长青代表杨润心认为,近年来,中国电动车生产数量猛增,共享出行将成为电动车最为重要的应用场景,未来 5-10 年,出行领域极有可能出现下一代独角兽企业。

这种说法也得到专业机构的认可。普华永道全球战略咨询团队思略特预计,未来五年汽车分时租赁市场将以超过 50% 的增幅继续发展,行业有望在 2020 年前迎来突破式的发展。《中国互联网汽车分时租赁市场专题分析 2018》估算,2018 年共享汽车市场将达到 36.48 亿元,比 2017 年翻一倍,2020 年市场规模预计达到 117.9 亿元。

看到了共享汽车的蛋糕,众多企业纷纷通过不同的方式进入这一领域。今年 4 月,滴滴与数十家汽车厂商共建新能源共享汽车平台。携程、神州租车、永安行(56.210, 0.60, 1.08%)、摩拜单车均已宣布进军共享汽车领域。

2017 年 6 月,立刻出行 App 正式上线,目前已在广州、南京、成都、武汉、长沙和佛山 6 个城市开通服务。其中,广州城区内有近 1000 个取还车网点,主城区内 80% 的用户可在 500 米内找到立刻出行的共享汽车。

● 市场初级

相比网约车、共享单车等概念爆炸式的发展轨迹,以随取随还、分时租赁为特点的共享汽车发展相对缓慢,也并未出现滴滴、摩拜、ofo 这样的行业独角兽。

但也正是节奏低调以及更鲜明的地域属性,共享汽车涌现了一批布局者,不乏汽车制造商、互联网企业、科技公司。

1 月 7 日,一汽轿车宣布将与摩拜出行联手布局共享出行领域;此前,摩拜曾与贵州新特电动车签订协议,建设智能共享汽车平台;1 月 17 日,吉利集团战略扶持的曹操专车完成 10 亿元 A 轮融资,并与兄弟公司的蓝租车合作新能源汽车分时租赁。

今年以来,老牌租车霸主神州租车的分时租赁业务 iCAR 神州共享车上线,开始大张旗鼓在全国攻城略地。

纵观共享汽车分时租赁领域,市场上的共享汽车企业分为两类,汽车企业投资和互联网企业。前者有易开(奇瑞)、知豆(吉利、新大洋)、绿狗(北汽)、泛蓝生活(力帆)、EVCARD(上海汽车城)、e 享天开(上汽)、微公交(吉利、康迪);移动互联网公司创建的企业包括途歌、友友、UCAR、悟空、一度、苏打、宜维等。

同时,国外的汽车企业也携自己的共享汽车品牌进入了中国,抢夺一杯羹。其中,最为典型的是戴姆勒旗下的 Car2Go、宝马旗下的 DriveNow。前者在国外的服务覆盖了纽约、奥斯汀等 29 个城市,用户已经超过 270 万,在中国的北京、上海、广州、深圳等七大城市落地营运,注册用户已超 25 万。

● 问题依旧

在共享汽车出现之初,就一直不被看好。业内认为,由于很多难以逾越的问题,“消失”才是共享汽车分时租赁最终的归宿,难以想象会受到众多资本的青睐。资本的进入对行业来说是件好事,这毋庸置疑,但那些已存在于骨子里的顽疾:成本问题、用户信用问题、停车问题等等,不是仅靠资本进入就能解决的。

成本问题是共享汽车企业首要面临的问题。有人曾经计算过,在一个超过 2000 万人口的特大型城市中,按每千人一辆共享汽车计算,需要 2 万辆,每辆车价格以 10 万元计算,投入就要 20 亿元,这对任何一个企业来说,都是很大的成本压力,更何况对于初创企业而言。在业内看来,EZZY 之所以倒下,就是因为运营成本高,汽车数量少,铺货量严重不足,注册用户提验太差。(来源:北京商报)

编者按:非物质文化遗产是指各族人民世代相传并视为其文化遗产组成部分的各种传统文化表现形式,以及与传统文化表现形式相关的实物和场所。非物质文化遗产蕴藏着传统文化的最深的根源,保留着形成该民族文化的原生状态。在中华民族伟大复兴的时代,非物质的无形的遗产保护和传承更加具有现实意义。济世药业集团董事长张海拜朱清山为师学习九蒸炮制等技术,让我们对于中药非遗传承更有信心。

老药工传承中医药非遗文化

济世药业集团董事长张海拜朱清山为师学习九蒸炮制等技术

■ 本报记者 王剑兰 王道海

“一鞠躬:感谢老师的辛勤栽培;二鞠躬:认真学习中医文化;三鞠躬:发奋努力早出成果,做好中医传承工作。”4 月 14 日上午,在河南省济源市东方建国饭店会议厅,正在举行一场特殊的拜师仪式:济世药业集团董事长张海拜我国第五批国家级非物质文化遗产“禹州药会”项目代表性传承人、河南省首批省级非物质文化遗产“禹州中药加工炮制技艺”项目代表性传承人、河南省中药炮制传承基地第一代传承人、87 岁的朱清山老人为师,学习九蒸炮制等技术,传承发展中医药文化。

朱清山老人 1931 年 5 月出生,1986 年荣获国家医药管理局授予的“老药工”称号。他 14 岁就进禹州城的药棚当学徒,练就了识药、辨药和加工炮制药的一手“绝活儿”,尤其熟悉道地药材品质、切制刀工娴熟、炒制火候掌控、精于蒸煮炮制,有名的“百刀槟榔、蝉翼半夏”,就出自他之手。他诚实守信,每一次炮制,他都要亲自品尝,有毒的药材加工他也要尝,砒霜、川草乌、附子、马钱子,他都尝过。他说,只有尝,才能确保炮制规范、药效到位、使用安全。

“修合无人见,存心有天知。”2007 年,为恢复禹州九蒸炮制工艺,已到耄耋之年的朱清山,带着众多弟子不分昼夜钻研九蒸九晒熟地黄等九蒸产品,不仅研制出了道地药材“九制大熟地”,更恢复了禹州失传多年的九蒸炮制技术。朱清山凭借一手“绝活”,扛起了河南中药炮制技术传承大旗,同时带出了一支优秀的传承人队伍。

济世药业作为济源市唯一一家中药制药企业,多年来,在董事长张海的带领下,秉承“良药济世,济世良药”的宗旨,坚持质量兴厂,科技创新,先后创造出“冬凌草片”、复方冬凌草含片、三黄片、浓缩六味地黄丸、苓桂咳喘宁等 60 余种国家级名优中药产品,济世药业“济源四大怀药、济源山茱萸、济源冬凌草”获得国家生态原产地产品称号。企业从一个手工作坊式企业发展成为一个集科研、生产、供应、销售于一体的现代化制药公司,成为全国知名的“冬凌草王国”,成为国家农业产业化龙头企业、林业产业化龙头企业,带动济源周边 5 万余农民通过产业发展走上了脱贫致富的小康之路。

酷爱学习、痴迷中医药文化的张海巧遇朱老之后,顿生仰慕之情,他敬重朱老的为人,更希望朱老的九蒸炮制技术得到更广泛



● 济世药业集团董事长张海拜朱清山老人为师



● 拜师仪式集体合影

的应用;朱清山也希望更多的人传承中医炮制技术,将中医国粹发展光大。为了共同的中医梦想,朱清山决定收张海为徒,传授中医炮制技术给他。

在拜师仪式上,张海恭恭敬敬地向朱清

山跪拜行礼,上拜师贴,赠拜师礼。朱清山告诫张海,作为一名药工要做到“有药德、有恒心、有传统”,传承好中医药文化。

“济世药业将持续发扬工匠精神,做到‘不因材贵有寸伪,不为工繁省一刀;传承不泥古,

创新不离宗。”张海表示,“此次拜朱清山老药工为师,正是为了刻苦钻研药材炮制加工技术和制药技术,致力道地药材的开发研发,充分发挥济源地域优势,让本地药材焕发新生,精工制良药,为保卫人类身体健康发挥作用。”