

张宝林：自主品牌一定能突破十万元天花板

马连华 报道

“我经常问自己,自主品牌能够和合资品牌竞争吗,能不能够打赢人家? 最后的结果是能够做到,靠的是我们中国人对自己市场的认识要更深刻一些。国际上汽车开发实行平台化,它开发一个产品更多地是面向全球市场。自主品牌就在中国,对国内市场的变化和反应更快一点,更了解一点,把握得更深入一点。还有其他一些要素,我觉得只要都做好了,肯定是能够打赢的。”成都车展上,长安汽车总裁张宝林对媒体说。

自主品牌的出路在哪里? 张宝林坦言,自己几乎天天都在回答媒体提的这个问题,这是很折磨人的事情。如果媒体写得不准确,可能导致自主品牌的舆论环境很压抑,心情很沉重。此前,原吉利汽车销售总经理刘金良也坦言,很多媒体总在渲染自主品牌的困境,讨论自主品牌的出路,一打开媒体,各种负面信息纷至沓来,反而给自主品牌营造了很不好的舆论环境,仿佛自主品牌快完了。希望媒体多给自主品牌一些正面鼓励。

张宝林认为,对自主品牌而言,未来3年是非常关键的时期,对长安汽车,对中国市场都非常关键。因为未来3年内,汽车市场的竞争会更加激烈,汽车技术发展

特别快,排放、油耗等法规要求会非常严格,甚至能导致一个厂家生存不下去。

他给出了三条对策。“第一个是不断研究市场变化,根据变化布局产品,比如说 A 级什么产品、B 级什么产品、C 级什么产品。第二个是提高产品品质,严格按照标准打磨、设计产品,这也是对消费者的保证。第三是紧跟移动互联网大数据时代潮流,推动汽车品牌的发展。把这些做好,我觉得自主品牌肯定能够突破十万元天花板。”

长安汽车的厚积薄发坚定了他的信心。数据显示,今年上半年,继成为首个销量突破千万的中国品牌之后,长安汽车自主品牌销量再创新高。今年 1-7 月,在自主品牌整体低迷的情况下,长安汽车自主品牌逆势上扬,以 83 万辆的销量位列行业第一。到 8 月份,销量同比增长 27% 左右。

对此,张宝林总结了四个原因。第一是长安 3 年前的战略把握比较精准,特别是对中级车市场,轿车、SUV 市场把握比较好,研发了一些适合市场需求的产品;第二是持续不断的研发投入,每年研发投入超过销售收入的 5%;第三是建立了 6000-7000 人的研发团队,包括 300 多名外籍专家,提升了研发水平;第四是产品品质不断提升。

“我们认为,中国的老百姓不会因为你是自主品牌,就原谅你的品质差一点,

作为消费者肯定不能接受这个,所以我们说品质一定要做好,长安就按照合资企业的标准来执行,从研发、采购各个环节都严格按照标准来执行。”

张宝林举例说,为了确保产品质量的可靠性,长安从研发,制造到供应商体系,售后服务等环节都设立了严格的标准。例如,针对供应商,长安有强大的供应商支持团队,会定期为供应商提供支持。“在制造环节,我们以车间为单位,细化到每个小时,每天都会进行质量监督,每天要发布质量红黑榜,这方面我们管得很严格,如果出错的话,处罚毫不留情。”

在这种战略的指导下,长安汽车的产品投放屡获成功,悦翔、逸动、CS35、CS75、致尚都赢得了市场追捧。成都车展上,长安汽车展出的战略新车悦翔 V7 也引来消费者好评。这是悦翔家族全新旗舰车型,专为年轻时尚的 80-85 后群体打造,整车造型时尚动感,搭载 1.6L 发动机,配备无钥匙进入一键启动系统,ESP 车身电子稳定系统、HHC 坡道辅助、STT 急速启停、侧气帘和雾灯转向辅助照明等潮流配置。不但具有欧洲的前沿设计思想,更深谙本土消费者的需求动态和最新流行趋势。

“有人讲,中国这么大的市场,合资企业在往下压,自主品牌还有空间吗? 这个

问题我们也经常在问自己,压力是非常大,但是必须要做,必须要对自己市场有一个真正的认识。做汽车不是一两天的事情,平均的周期都在 3 到 4 年半,不一定会非常成功,但是必须坚持。我经常讲,自主品牌产品开发一定要比国外快,质量上一定要大幅度提高,而且还必须进一步提高,然后就是价格有竞争力。目前合资品牌的交易价格要高于我们 40%-50%,但是我觉得再过一段时间,我们品牌再强大一些,价格就会慢慢上升。”

“企业主要以利润为考核指标,但是这对长期发展来说肯定是不行的。从长期发展来说,中国汽车企业必须要有自己的核心能力和技术,要做好这一步确实很难,要投入。”

张宝林介绍了未来的发展战略,一是坚定不移地进行扎实的研发投入。去年、今年长安汽车的研发投入占比为 5%,甚至达到 6%。第二,在平台化方面,把过去的一些经验和不足加以总结,按照产业发展的要求平台化,提升品质。第三,加强体系建设。“过去可以靠一两个产品或一两个策划打赢一场战争,未来要老老实实按照产业规律要求,从客户需求来,最终要回到客户去,和市场同步进步。今年 6 月份,长安新的系统标准 CA-TVS 就是在一个大体系中建成的。”

一项节资 200 万元的年修举措

李开庆 报道

截至 9 月 18 日白班,马钢焦化公司能源车间 2 号干熄焦汽轮发电机组,在经历二十多天的大修后已开机一天多时间。在一天多的运行过程中,该机组受到了多方密切关注。当各项运行参数均显示稳定、正常时,煤焦化公司领导、机组运行职工等诸多相关人员一颗悬着的心,才慢慢落了下来。机组大修期间究竟发生了什么,让这么多人牵肠挂肚?

事情还得从 8 月份说起。8 月下旬,这

个机组迎来了投产近 7 年的堪称最大的一次检修,工期为 20 余天。这次检修至为重要的一项就是处理调速汽门缺陷,提升机组发电能力。9 月 15 日,在做此项检修时,在调速汽门室内发现了两块破碎的金属网片,为保证机组日后运行安全,当即对主汽门进行了解体检査,结果发现主汽门蒸汽入口处八分之一的网片已遭损坏,初步判断损坏残物已进入调速汽门阀座,但肉眼无法看到。汽轮发电机组内部在正常运行中,混入任何的细小杂物,在汽机转子每分钟 3000 转的高转速下,都会造

成致命危害,这也正是主汽门设置滤网网片的目的所在。怎么办?

对机组进行揭缸缸检查大修? 那样的话光检修费用、备品备件费用就要几十万元,检修工期至少 15 天,至少减少发电量 450 万千瓦时以上,保守估算会给公司带来 200 万元以上的经济损失! 眼看年修即将结束,最好的办法就是尽快找到蒸汽滤网残片,并对残片进行拼装,否则……压力之下,能源车间领导突然想到安徽省特检所有一套专用管道窥镜检测设备,检测探头能深入到 3 米的长度,可以对汽轮机内

部通过摄像的方式进行观测。在煤焦化公司领导的大力支持、协调下,能源车间派人到合肥借回设备时已是晚上 19 点了,随即组织人员连夜处理。认真核查后,又发现了四片蒸汽滤网的碎片,紧紧地卡在蒸汽室内壁无法取出,给现场检修人员出了难题,怎么把碎片取出来呢? 人急生智,有人最先想到了管道疏通器,并将疏通器转动部分进行改造,做成一个吊钩后成功将蒸汽室内部的 4 片碎片全部取出,碎片全部找到。9 月 16 日 17:28 分,2 号汽轮发电机组顺利并网发电,现场一片欢腾……

玉航观察·肖玉航专栏

定向增发是把“双刃剑”

今年以来,A 股市场表现最好的品种主要集中在并购重组股中,而定向增发则是其一个主要实施手段,绩差、问题类、亏损类、题材类公司等只要沾上定增重组,其股价立刻一飞冲天,比如北生药业、熊猫烟花、ST 松辽、锌业股份、东源电器等。从历史轨迹与世界资本市场来看,私募性质的定向增发并非都是如此,有的则是亏损累累。因此认识定向增发式的重组需要辩证的来看。

非公开发行即向特定投资者发行,也叫定向增发,实际上就是海外常见的私募,中国股市早已有之。但是,作为两大背景下——即新《证券法》正式实施和股改后股份全流通——率先推出的一项新政,如今的非公开发行同以前的定向增发相比,已经发生了质的变化。

研究历史情况,定增在许多品种与周期表现并非都是盈利,比如股权分置改革时期,鞍钢股份向鞍钢集团定向增发,然后用募集来的资金反向收购集团公司的优质钢铁资产,不仅解决了长期存在的关联交易问题,也有利于经营盈利,但后来产能过剩导致钢铁业下沉,目前来看至少跌去了 60%。2011 年定增市场整体收益率为 13.03%,破发率高达 64.25%。在可统计的 123 个定增项目中,2012 年的收益率为 3.9%,出现破发的项目为 74 个,破发率为 60.16%。2014 年以来,无论是亏损还是绩差,还是军工题材,定向增发股票大部分表现惊人,但实际上这些定增背后的运作,一方面提供了市场机会,同时也累积了极大的估值风险。

就目前中国资本市场来看,定向增发“双刃剑”的特征非常明显,其积累的问题也非常突出。许多公司通过定向增发重组,使得二级市场股价出现杠杆式、对赌式的炒作,许多公司股价估值已达到了一个非常高的风险;而从发展来看,参与定向增发的大部分是机构投资者,而炒高股价后,部分机构或另类机构往往可能选择某类股票品种进行未来对冲交易,而带给二级市场的是股价大起之后的大落。同时,我们研究发现,不少上市公司定向增发所出现的蛇吞象、杠杆交易等,不仅难以将企业做大做强,有的则是拉郎配式的重组,这种基础不牢的重组,在未来将对市场形成伤害。

(作者简介:资深市场研究人士,在国有企业、美资公司从事高级管理工作多年,并在证券公司、证券投资咨询机构执业证券市场监管 10 年以上,多年来在国内外主流媒体发表财经、证券市场研究等近 10000 篇文章,具有国家证券执业一级资格证书,研究方向为市场经济与证券市场策略、公司研究)



宜宾五粮液股份有限公司荣誉出品

大庄承千秋 佳酿传百年



四川都江堰



上海



福建南靖



广西百色

2009年，凝聚着五粮液股份公司荣誉和心血，肩负着尖庄品牌价值回归的时代重任的“百年尖庄纪念酒”荣登白酒殿堂！百年尖庄为纪念五粮液成立100周年而出，在五粮液的所有产品体系中，有“纪念”两个字的唯此百年尖庄一家。

四川佳品弘商贸有限公司为五粮液百年尖庄品牌全国总代理商，公司发展至今，全国已拥有近400家经销商，专卖店145家，公司产品在餐饮、商超、团购、流通四大渠道均受到广泛好评。

公司在全国各省市已发展145家品牌专卖店，公司将以完善的管理和营销制度，专业的团队服务，诚挚期待您的加盟！





五粮液百年尖庄纪念酒全国营销管理中心

总部地址：四川省成都市青羊区金祥路6号仁和金沙大厦2-24楼 网址：www.wlybnjz.net

宜宾分公司地址：四川省宜宾市翠屏区外南街63号4楼 全国热线：400-019-0002