

张宝林勾勒新蓝图 长安开启第四次转型

■ 高飞昌 王国信

前身起源于 1862 年的上海洋炮局，曾开创了近代中国工业先河的长安汽车又一次进入重大转型，而这一次的目标是突破中国自主品牌汽车从未打破的天花板，彻底国际化。“中国的自主品牌最终一定会成为世界级的汽车品牌。”近日，中国长安汽车集团总裁、长安汽车副董事长张宝林在接受记者采访时表示。

在去年的里，已经成长为中国自主品牌汽车领头羊的长安汽车创造了诸多中国自主品牌发展的新纪录，其中最有里程碑意义的是，长安在 2015 年中，自主品牌乘用车产销双双超过 100 万辆——这是中国自主品牌汽车第一次突破这个销量天花板，也是全球范围内实现乘用车销量从零到百万辆跨越用时最短的一个案例。在突破销量规模临界点之后，长安汽车提出了新目标。

这个目标就是打破品牌天花板，提升盈利能力，实现高质量的从中国走向世界。为此，长安将在“十三五”期间进行建国后的第四次转型——在长安 154 年的发展历史中，其经历了数次转型，其中最重要的转型有四次。

据张宝林介绍，长安的第一次重大转型是实施军转民之初的“找米下锅”；第二次是 80 年代初期开始的技贸合作，生产汽车；第三次是到 2001 年以后，开始走自主创新的道路，尤其是 2006 年以后，进军乘用车；第四次，长安则要实现从中国领军品牌逐步向世界一流品牌迈进。

张宝林认为，“十三五”的五年，是实现长安目标的基础期和关键期。在长安的“十三五”规划中，其计划到 2020 年，自主品牌要做到 235 万辆的规模，自主品牌销量能够进入全球的前 12 位；到 2025 年希望自主品牌做到 350



“十三五”的五年，是实现长安目标的基础期和关键期。在突破销量规模临界点之后，长安汽车提出了新目标。这个目标就是打破品牌天花板，提升盈利能力，实现高质量的从中国走向世界。

万辆，进入全球前 10 名。在 2020 年，新能源汽车将占到长安汽车总体销量目标的 10% 左右；到 2025 年，则达到 20% 左右。“长安的发展历经了几代人的共同努力，发展过程当中并不是一帆风顺的，这个过程当中长安人克服了大量的困难。”祖上三代均为“长安人”的张宝林，几乎见证了长安的改革，面对已经开启的第四次转型，张宝林坦言，长安深知发展不易，将从多个方面进行能力塑造。

三大改变方向

坐上了自主品牌的头把交椅，并不意味着高枕无忧了。“这两年开始，汽车业出现了增长趋缓、趋慢的特点。”张宝林总结认为，这是汽车行业也进入了“新常态”。而对汽车工业来

说，“新常态”有三个含义：第一是增长的速度不会有过去那么快，甚至慢增长，或者是不增长，或者是有的产品是负增长；其次是用户的选择和要求更多了；第三是企业商业模式产生了一系列新的变化。“新的常态下，新的问题也出来了，我觉得像包括长安汽车和中国的自主品牌汽车当中也面临一些新的问题。”张宝林说。而另一方面，年销百万的长安汽车依然有自己的短板，长安深知一个企业要有持续的发展动力，必须最大程度消除短板，打造体系能力，这成为狂补产品之后，长安未来几年的重点工作——力争在各个领域都保持自身的领先地位。张宝林介绍，长安未来将从三个方面进行自我提升。

“第一，技术发展一定要能跟得上；第二，品牌的建设要有突破；第三，要建立新的营销

模式，当前互联网+的时代，各种跨界的业态，对传统的产业会有影响，要去适应这种变化。”张宝林认为。

在技术上，长安早早走上了以研发为基础的发展道路，现在长安汽车“五国七地”的研发格局早已成为长安汽车研发实力的名片。比如近期，长安还进行了世界上首次 2000 公里无人驾驶车的实测，让其在尖端技术领域拔得头筹。长安也在寻求和互联网企业方面的合作。但最艰难的挑战是在品牌打造上。“品牌的经营应该说是更高的层次了，比起产品的制造更加复杂。”张宝林说。中国自主品牌汽车面临的难题是，尽管近几年在产品质量和技术上都有了较大的提升，但中国的消费者对于中国品牌的汽车认知和认同度并不高。

“长安还有很多工作需要做，中国品牌也还有很多工作需要做。”张宝林说。今年，长安汽车最新发布的高端 SUV 车型 CS95 标志着其再次冲击高端。在此前，长安曾推出过睿骋高端车型，但未能取得成功。再次出发的长安能否代表中国车企冲破品牌天花板，值得期待。

五年攻坚关键期

尽管快马加鞭，但留给中国企业的时间已经不多。张宝林认为，“十三五”期间，是长安乃至中国车企走向世界的关键时期。“这五年的工作做好了，中国汽车走向世界就奠定了比较扎实的基础，这五年仍然是打基础的关键时期。”张宝林说。那这五年需要做什么工作？张宝林认为，长安需要进一步坚持自主创新，坚定不移地掌握先进技术的发展，紧跟时代的脉搏。最重要的是把体系建设抓起来，利用先进的商业模式来推进长安的发展。“我们

根据全球汽车业的发展，确定了长安汽车的未来十年发展战略，从技术到产品，到管理，确定了比较完整的计划。”张宝林说。

这个计划名为“愿景 2025”，是长安在 2012 年发布“愿景 2020”之后，再一次发布愿景计划。在“愿景 2025”中，包括了“518”新能源发展战略和“654”智能化战略。“518”新能源发展战略的核心内容是，到 2025 年，长安推出的电动车将实现 0-100km/h 加速达到 5 秒、百公里油耗 1L、纯电动产品单位质量每吨百公里耗电 8 度。

根据计划，未来十年，长安将投资 180 亿元，推出 34 款新能源产品。“654”该规划即：搭建 6 大平台，掌握 5 大核心应用技术，分 4 个阶段实现智能化技术的产业化。这是长安紧跟世界主流技术，面向 2025 智能汽车技术发展的重要规划。

除了体系能力的建设，更重要的在于机制和企业文化。“有了战略之后，我觉得很重要的一点是，不断地提高领导力，管理人员、领导团队领导力的提升。”张宝林说。在长安内部，一直实行这一个独特的“622”工作方式，公司所有人 60% 的时间抓业务，20% 的时间编标准，20% 的时间做员工培训，公司总裁也不能例外。另外，确定了每天理论上每天下午五点半全部停下来学习一个小时的“五点钟工程”。

“当前挑战是最大的。”在长安有 30 余年工作经历的张宝林认为，在经济新常态下，全球汽车业都把中国视为最重要的市场，中国的汽车市场竞争是全球最激烈的地方，中国企业面临的压力是前所未有的，现在在各个产品的细分市场都面临非常激烈的竞争。

但机会和希望也一直存在，“我们一定会成为世界级的汽车品牌。”张宝林坚定地表示。

蚂蚁花呗进军医疗领域

互联网消费信贷的场景争夺战从线上蔓延至线下，蚂蚁花呗近日宣布，将联手上海复旦大学附属华山医院、支付宝推出针对个人消费者的医疗分期付款，最高可获得的额度为 5 万元。

目前，该项业务主要针对华山医院东院的体检服务，预计下月正式上线，用户可以在支付宝的服务窗内直接预约华山医院的体检套餐，并选择蚂蚁花呗提供分期付款服务，用户可以选择分 3 个月、6 个月、9 个月、12 个月来分期付款。蚂蚁花呗与华山医院未来还将合作探索在诊疗、手术、住院等环节提供金融服务。

此前，蚂蚁花呗已经布局购物、旅行、娱乐等消费场景，医疗、教育、公共缴费等民生

领域将成为未来开拓重点。蚂蚁花呗运营总监邵文澜介绍，蚂蚁花呗今年将大力开拓医疗领域，“医疗、住房、教育是当下消费者的三项最大支出，蚂蚁花呗希望通过自身的产品能力，为更多有需要的就医人群提供普惠金融服务”。除了华山医院，蚂蚁花呗目前还和超过 150 家医院达成了协议，相关业务将陆续上线。

在分析人士看来，场景化的金融需求拥有更长的生命周期和用户黏性。因此，互联网消费金融未来的拼杀重点是场景布局。此前，蚂蚁花呗更多的是依靠阿里系电商平台，因此走出对电商平台的依赖，覆盖线下场景成为未来必然趋势。

(孟凡霞)

苏宁与上海电信合作推消费新模式

517 电信日当天，上海苏宁与上海电信签署战略合作协议。双方约定在业务代理合作的基础上，共同扩大合作品类及业务类型，其中“4K 电视+光网宽带+天翼高清”的新消费模式正式启动。此次合作中，上海苏宁将联合上海电信，全面展开购买 4K 电视即可将电信宽带免费升级到 100MB 的升级合作，如安装电信宽带与手机绑定，即可免费赠送手机流量。双方在全业务合作、文创和金融等板块也达成合作协议。

聚焦移动互联网 苏宁和电信达成战略合作

基于对 4G 普及和应用的共识，此次合作中，上海苏宁制定了天翼 4G 用户推广目标，并承接了上海电信的转售业务目标，加大销售力度，利用合作双方供应优势、渠道覆盖、物流支撑等方面的优势，为用户提供优质的销售服务，通过 O2O 在线移动端，为消费者创建更加简单、无缝的移动互联生活。

随着 4G 迅速普及，2015 年我国 4G 手机占比已达到 85%。根据 CAICT 数据显示，2015 年全国我国手机出货量高达 5.18 亿部，较之 2014 年增长 14.6%，实现了 2015 年我国手机市场的完美收官。无论是新上市款型数还是出货量，我国手机市场基本已完成 3G 向 4G 的过渡。进入 2016 年，4G 也进入了更快的高速发展和普及阶段。

上海电信与上海苏宁合作已久，本次战略合作合作，进一步从单纯的产品销售合作向互联网时代多渠道、多业务合作转变，强化渠道、运营商在通讯产业生态圈中的分工协作。随着“517”国际电信日的到来，上海电信联合

上海苏宁推出多款高性价比智能产品，用户可轻松享受智能手机带来的畅快体验。并通过创新供应链合作模式，推动各类智能创新产品的开发、应用与市场的普及。

门店互相开放 剑指全业务运营

上海苏宁在现有的上海电信合作门店基础上，将会进一步优化拓展，发展门店规模，提升运营效能。预计在 2016 年，新增电信服务将覆盖门店 10 家，并将电信合作门店拓展计划纳入苏宁易购直营店拓展计划中。利用全网通门店的合作模型，予以电信业务的加载、联合运营，让消费者能随时随地享受到天翼 4G 带来的畅快体验。

上海苏宁还将试点提供一家店开通上海电信全业务销售，树立可复制的创新销售模型。上海苏宁将结合家电品类产品，扩大上海电信产品的销售，由上海电信提供专业的助销人员，进驻苏宁 3C 及家电销售区域，联合服务升级，创新运营模式，共同实现电信服务全覆盖。除此之外，双方还将进一步创新开放门店资源，进行创新异业合作，拓展引流试点。在 2016 年内，上海部分电信营业厅门店将试点开放给上海苏宁，进行苏宁业务拓展引流试点，利用苏宁零售优势，为上海电信门店进行零售业务销售能力的提升。

此次合作还将就苏宁集团旗下 PPTV 品牌进行深度合作，共享流量资源，共同拉动 PPTV 定制手机、电信合约用户及 PPTV 会员拓展的合作。在金融跨界合作中，双方计划利用相互资源，协同开展信用赠机、支付等业务，共同推动金融业务的健康持续发展。

(李雷)

早晨 Morning 童鞋创新商业模式引领行业格局

从电商潮价格战开始，市场一度走向了廉价低质的趋势，一些品牌的盲目跟风，失去了很多老客户的支持。直到近年来的工厂倒闭潮，实体店更是难以维系也纷纷倒下。在这种情况下，早晨公司却毅然改变战略，欲以单款爆款打造一片市场。

很多品牌在渠道不畅的情况下，互相模仿销售手段和产品风格，导致产品同质更为严重。而早晨公司始终如一“舒适”理念，持续的注入到产品系列内。

早晨公司历经两年重金开发了移动商场，在今年又整合了线下实体店店铺，采用人人分销的方式，以此开辟新的销售渠道。这

一措施，不仅为早晨公司开辟了新渠道，使得品牌普及度得到了快速的辐射。在展开初期，粉丝上涨速度一度高达每天 2000 余人。而早晨公司的拳头产品“都市徒步鞋”，更是在这个人人分销的渠道中，获得极好的口碑。

“在现今互联网的情况下，品牌给粉丝留下的口碑，是品牌至关重要的传播因素，任何渠道都可以被利用起来。而线下实体店对于品牌来说，也是一个不可或缺的角色，而如何利用好实体店的角色，是电商时代转型的一个关键因素”。现如今充分利用互联网资源，带领线上线下一起走上风口。以一

个爆款，打开一片市场，成了早晨公司目前的战略。

早晨公司成立于 2003 年，是致力于高舒适度童鞋运营与商业模式创新的现代儿童产品企业。公司所运营的专业舒适度品牌“Morning(早晨)”，目前销售网络覆盖全国 28 个省市，进驻多家一类百货与中高端 SHOPPING MALL，在互联网端拥有数十万忠诚的粉丝。

除此之外，线上线下一体化还给加盟者提供了一个良好的加盟投资环境，相信不久的将来，会重构中国儿童产业消费与经营新格局。

(环球鞋网)

华夏基石董事长彭剑锋：“光伏 + 渔业”成长前景可期

■ 赵天宇

随着光伏农业的发展，通威股份的“渔业+光伏”新模式引发各方关注。

在评价这个新兴的融合产业时，中国人民大学教授、华夏基石管理咨询集团董事长彭剑锋对记者表示，“光伏与渔业两个产业的跨界融合是产业互联网时代商业模式创新的有益探索，这种融合如能有效实现，将产生一种全新的产业生态，并形成新的产业资源聚合优势，其未来成长前景值得期待。”

在光伏农业的诸多发展模式，业内人士认为，“光伏+渔业”作为一种新兴模式，综合生产效率较高，光伏发电和渔业养殖都能够获得较好的收益。

发展光伏农业是大势所趋

“光伏和农业两种产业的跨界，形成了新的产业生态，而‘光伏+渔业’作为其中的一种新兴业态，如能实现，前景值得期待。”在彭剑锋看来，如果真正实现了光伏产业和生态渔业的跨界融合，未来的养鱼场就可能会是集光伏发电厂、观光、休闲、文化旅游于一体的产业生态。

值得注意的是，近年来，光伏行业正在迅速回暖，而企业的盈利能力也在加强。据 Choice 金融终端数据显示，近十年来，我国光伏装机容量持续攀升，由 2006 年 80 兆瓦增长到 2015 年的 16600 兆瓦，增速较快。2015



年上市公司年报显示，23 家光伏企业实现营收 740 亿元，同比增长 34%。

在光伏行业回暖的背景下，光伏农业迎来新的机遇，近日，包括西藏林芝市和陕西宝鸡市在内的多地纷纷签约发展光伏农业。业内人士认为，“光伏+渔业”作为光伏农业的形式之一，综合效率较高，能够更加充分地发挥光伏发电和渔业养殖的效能。

“光伏 + 渔业”前景可期

彭剑锋认为，从行业角度而言，“光伏+渔

业”模式前景可期，融合产生的新兴产业可以发展观光农业和休闲农业。在光伏发电和渔业养殖收入的基础上，旅游业也能帮助增收。

目前，通威股份是唯一将“光伏+渔业”项目落地的上市公司。通威股份在 2015 年年报中称，该公司去年重点开展了行业首创的“渔光一体”渔业、光伏综合应用项目，并就养殖排污、高效生产等传统池塘改造以及现代智能渔业设施、设备配套组装等智能生态健康养殖小区建设进行研究，变革传统的养殖模式，促进养殖效率效益提升。

通威股份在上述年报中认为，“渔光一体”示范项目已成为光伏与农业跨界融合的新典范，以水上持续产出清洁能源、水下产出优质水产品，实现“清洁能源、现代渔业、安全水产品”三丰收，未来将获得更为广阔的市场空间与发展机遇。

此前据记者了解，有投资专家已提出，“渔光一体”模式未来可积极借鉴“温氏养猪”的成功模式。“承担一部分核心资源配置、规模养殖的标准化过程，统一在市场上销售，把控行业价格、疫情变化的风险。实现从分散、小规模、低水平的传统水产养殖，向设施渔业、智能渔业、互联网+渔业的现代渔业转型升级，并打造全程可追溯的安全水产品，增加用户忠诚度、参与度，使我们原来水产品安全生产过程变得更加可控。”该专家同时指出，今日的温氏股份市值已超过了 2000 亿元，“渔光一体”创新模式一旦成功，通威股份同样有着巨大的想象空间。

便民服务

独家代理机构:成都天下盛城文化传媒有限公司
QQ:2581962219 收费标准:40元/行/天(13字1行)

广告热线 028-65861988
地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供,客户交易前请查验相关手续和证照,本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

清算公告
经 2016 年 5 月 12 日股东会决议，四川省雅帝佳商贸有限公司决定解散。清算组由龙永华、邓忠强等人组成。请债权人自本公告之日起 45 日内，前往成都市锦江区东大街东大街段 216 号 1 栋 24 层 1 号向我公司清算组申报债权。特此公告。
联系人:龙永华
电话:028-86621855
2016 年 5 月 24 日

变更公告
成都左伦美焕装饰工程有限公司拟向公司登记机关申请变更法人及股东。将原法人蒋惠琼变更为现法人宋奎，原股东王乙兵、蒋惠琼、李敏变更为现股东刘志培、宋奎。自公司变更之日起变更前的债权债务由王乙兵、蒋惠琼、李敏承担。与变更后的公司无关。
●成都海本购科技有限公司法人章刘明智(编号:5101075178215)遗失作废。
●成都锦新龙汽车服务有限公司公章(编号:5101055026700):法人章韩士坤(编号:5101055026702)遗失,声明作废。
●成都辰天源文化传播有限公司公章(编号:5101008788035)遗失,声明作废。
●成都市电机槽模厂机电销售部 税务登记证副本(税号:510100202050049011)遗失作废。
●成都百瑞安科技有限公司(税号:510198092821403)金税盘遗失作废。

告知函
绵阳科发融资担保有限公司: 我 司 成 都 司 会 财 务 有 限 公 司 系 江 油 市 瑞 康 恒 一 建 材 有 限 公 司 股 东，现因江油市瑞康恒一建材有限公司与成都司会财务有限公司及他人的债权债务关系未结清。
现告知贵公司暂取消担保人民币 600 万元的贷款事宜，若贵公司未经我 司 2016 年 5 月 23 日之后许可，擅自提供相关材料做为贷款担保，由此引

起的经济责任与成都司会财务有限公司无关，且我司将追究相应经济责任及法律责任。特此告知!
成都司会财务有限公司 2016 年 5 月 23 日
●深圳兆恒水电有限公司、江苏银行股份有限公司深圳分行编号为(川工商)股质登记设字【2011】第 0440 号、质权登记编号:51000020000020，股权出质设立登记通知书不慎遗失原件一份，声明作废。
2016 年 5 月 24 日

●四川盈满园农业有限公司国地税税务登记证副本(川税蓉字 510105077695138 号)遗失作废。
注销公告
成都瀚龙企业管理中心(普通合伙)经股东会决议解散公司，请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区育仁南路 274 号 6 栋 1 层向公司清算组申报债权。
成都瀚龙企业管理中心(普通合伙)清算组
2016 年 5 月 24 日
●四川勤博劳务有限公司法人黄松青私章(编号:5101008660298)遗失作废。
●成都非格通达科技有限公司组织机构代码副本(代码:05490577-X)遗失作废。
●成都佳德瑞贸易有限公司营业执照正本(注册号:510106000345012);组织机构代码证正本(代码:08062076-X)均不慎遗失,特此声明作废。
●四川远辉建筑装饰工程有限公司税务登记证副本(税号:510198569670754)遗失作废。