

0 最前沿

全国汽车销售或迎28年来首次下滑 宁波汽车制造未雨绸缪正当时

智能升级助企 领“绿色红利”

记者 张燕

记者 殷聪
通讯员 储昭节 周维强

继成功“超车”成为第一大产业后，宁波汽车制造继续保持高速发展的良好势头。今年前三季度，全市652家汽车制造业规模以上企业完成工业总产值及增加值分别达1849.6亿元与432.3亿元，同比增长14.4%与17%，占全市工业总产值的14.9%和全省汽车制造业总产值的48.7%。

然而，当前我国汽车市场出现了销售下滑趋势。近日，中国汽车工业协会公布的数据显示，2018年10月全国汽车销售238万辆，同比下降11.7%。同比已连续四个月下滑，今年或迎来28年来首次下滑。

居安思危，汽车销量的不断下滑，值得高度关注。尤其是将汽车制造作为“万亿级”产业打造的宁波而言，如何积极应对汽车销量下滑趋势，维持高质量发展的良好势头，至关重要。或许，宁波汽车制造业转型升级正当时。

“四化”或成产业转型突破口

近年来，汽车“四化”（电动化、智能化、网联化、共享化）的快速推进，掀起技术变革浪潮，给汽车制造业企业带来新的商机和挑战。

在博格华纳排放系统（宁波）有限公司总经理杨博看来，汽车零部件的生产布局必须预测到未来主机厂商的需求，这样才能在激烈的市场竞争中赢得先机。他认为，汽车制造业企业如不关注“四化”的发展趋势，或将在未来步履维艰。

今年3月，博格华纳成立博格华纳排放系统（宁波）有限公司，以满足快速增长的新能源汽车配件需求。新企业将围绕高效内燃机、混合动力、纯电动三个领域，助力博格华纳加速迈向电气化时代。按照计划，该公司今年乘用车柴油业务占比将由2016年的80%降至45%，取而代之的电动机业务与汽油机业务将占据半壁江山。“目前，公司已接到10余个定点项目，其中包括蔚来汽车、特斯拉等整车制造企业。”杨博说，不久的将来，“四化”或许将重塑企业汽车制造新格局。

在宁波，瞄准“四化”精准定位的不只是博格华纳。在北仑，旭升股份致力于新能源汽车和汽车轻量化，迅速发展成传动、悬挂、电池等核心系统零部件供应商。目前，旭升股份对特斯拉销售收入占比已超过50%，并逐渐拓展至麦格纳、蔚来汽车、采埃孚等企业。

智能化改造赋能高质量发展

如果说聚焦“四化”是我市汽车制造业发展的一剂良方，那么通过智能化改造，降成本、提效率也



节能环保将成为汽车制造业转型升级的关键砝码。（邵滢 殷聪 摄）

不失为汽车制造业转型升级的另一味良药。

在海曙区洞桥镇，宁波伯特龙集团有限公司在全市率先开展智能化改造，累计投入已超过6000万元。“虽然投入不菲，但智能化改造带来的变化，同样令我们惊喜。”伯特龙副总经理王立献说，今年花费4000万元从日本引进自动喷涂生产线，让密集生产线上的员工人数从54名一下子缩减为11名。与此同时，该自动化生产线还让产品的优良率从95%提升至98%。

除了人工成本的降低以及良品率的提升，自动化生产线还让生产车间的占地面积和耗电量也大幅减少。“综合一算，4000万元的生产线投入两年即可收回。”王立献说，公司已决定继续投资2000万元，对注塑车间进行智能化改造，力争将其打造为无人车间。

在江北区，爱柯迪股份有限公司的工业互联网覆盖率正逐年攀升。公司副总裁盛洪介绍，从2016年启动物联网建设以来，公司七家工厂的1000多台设备已完成联网，设备覆盖率超过80%。

设备间的互联互通，让企业的生产效率不断提升，同时管理也变得直接、简便。“现在我只要拿起手机点开App，就能远程查看车间



统计显示，汽车一般部件重量每减轻1%，可节油1%；运动部件每减轻1%，可节油2%。国外汽车自身质量与过去相比，已减轻20%至26%。预计在未来的10年内，轿车自身重量还将继续减轻20%。

设备的运行状态，点中任何一台设备，还可看到正在生产的产品类型、原材料类别等信息。”盛洪说，除了查看车间的运作，设备联网后还让企业的仓库管理一目了然：一旦原材料储备告急，联网的供应商自动进行补货。据初步统计，智能化改造已让爱柯迪的生产效率提升了15%，待所有设备联网后，生产效率有望提升至30%。

研发创新提供转型升级金钥匙

“当前，汽车产业的高增长趋势已放缓，汽车制造业企业将面临更加残酷的竞争。”在近日举行的2018汽车零部件产业发展高峰论坛上，中国汽车技术研究中心政策研究中心的贾刚说，今后汽车零部件企业应创新引领，注重新产品的研发，形成核心技术竞争力。

作为汽车制造大市，宁波的研发创新潮流涌动。双马机械自主研发的CIML碳纤维在线混炼智能成型线，使碳纤维通过注塑工艺达到批量化生产，为汽车配件减重65%以上。该产品推出后，双马机械已在汽车轻量化市场上崭露头角。今年9月，公司与印度TATA体系公司合作，实现CIML系列碳纤维产品

智能成型线海外销售零的突破。

统计显示，汽车一般部件重量每减轻1%，可节油1%；运动部件每减轻1%，可节油2%。国外汽车自身质量与过去相比，已减轻20%至26%。预计在未来的10年内，轿车自身重量还将继续减轻20%。“虽然目前CIML系列碳纤维产品智能成型线的销量并不高，但随着轻量化材料的开发与应用，该产品的市场前景不可限量。”面对未来，双马机械董秘叶开封信心满满。

与双马机械略有不同，均胜电子收购德国“普瑞”“群英”“TS”、美国KSS以及日本高田后，实现了技术转型升级、产业国际化和资本平台突破三大飞跃，其主营业务已涵盖智能驾驶、安全驾驶和新能源汽车电子等附加值较高的领域，在技术和创新上形成了独特的发展优势。

“宁波汽车制造业要后程发力，研发创新是重要一步。”市经信委相关负责人透露，剑指“万亿级”产业，我市汽车制造业转型升级已有初步计划：下一步将聚焦汽车制造关键技术及智能汽车领域，打造更加绿色、更加智能的汽车全产业链，实现汽车产业集群化发展。



“双十一”全网销售额突破20亿元 空调单品夺冠

从奥克斯“逆生长”看传统制造弄潮新经济

记者 易鹤 通讯员 于静

刚刚过去的“双十一”，奥克斯在网络销售竞赛中大获全胜：11月1日至11日，全网销售额突破20亿元，空调单品勇夺销售冠军，同比增长87%。

今年年初以来，空调行业规模化扩张与个性化定制纵横交错，行业巨头新旧迭代，各方较量大戏不断。奥克斯凭借科学的研判和超前意识，早在七八年前就与京东、天猫、苏宁等各大主流电商平台建立了战略合作关系，并首创“网批”新商业模式，实现了“逆生长”。如今，定位年轻时尚的奥克斯依靠创新和智造加速品质蝶变，推动品牌走向国内外市场。

当前，宁波正在以更大力度推动民营经济高质量发展，奥克斯在互联网上的成功逆袭，其背后的原

潜心锻造“极地”品质

奥克斯倾囊巨机，是全网“双十一”期间巨机销售冠军，这款原价8000多元的空调之所以大卖，除了其具有60秒速热的强大功能，更重要的是过硬的产品质量。据介绍，该产品是中国南北极考察队指定产品，并被“雪龙号”相中。

大数据显示，身处北方严寒地区的用户对这款产品同样关注。“双十一”期间，奥克斯空调网络浏览量辽宁地区排名第一。

从拼销售数量到拼产品质量，奥克斯空调的价值回归之路与国人的消费升级越来越合拍。大数据显示，目前，奥克斯的消费者主要为职场白领、潮流爸妈、适婚青年人群等。在京东平台，购买奥克斯空调的主流客户，年龄主要集中在26岁至35岁；在天猫平台，80后和90后占比达到71%。一批追求品质生活、强调体验感的新中产用户，已经成为奥克斯的“铁粉”。

首创60天无理由退货

今年9月，奥克斯在行业内首推“使用60天无理由退货”活动，诠释“极地品质”；同时，从一万家放心消费单位中脱颖而出，成为浙江省13家放心消费建设示范样板单位之一，彰显品质实力。

近年来，为了实现品质革命，奥克斯不断加大创新投入，累计将30多亿元用于科研开发和硬件、软件升级。奥克斯始终强调“品质是基石，创新是灵魂”的理念，坚持“高标准、高要求、铸就精品”原则。目前，斥资23.9亿元的宁波智能工厂全面投用，数百项制造新技术演绎先进制造的未来场景；在日本建立智能研究中心，全力打造一流的智能化研究院、创新产品孵化中心及人才培养摇篮。奥克斯正在或计划在安徽马鞍山等地兴建基地，全力为奥克斯优化产品和服务提供有力支撑。

决胜市场关键靠内功

自“触网”以来，奥克斯持续打破固有观念，不断吸收“开放、共赢”的互联网基因。从首创“网

批模式”，率先完成工厂与零售商的直营直销，到与京东无界零售、阿里新零售、苏宁智慧零售等各电商平台联合创新零售模式，实现线上线下的无缝衔接一体融合，奥克斯始终刀刃向内，真正将互联网作为革新利器，倒逼企业转型升级。

今年6·18期间，奥克斯整体销售额同比增长2.2倍；“双十一”当天只用了2分58秒全网销售额就突破一亿元，2小时打破去年“双十一”记录。“做大做强做优实体经济，就是要聚焦主业不动摇，练好内功，坚持持续稳健发展之路。”奥克斯集团董事长郑坚江说。



自动化掺配生产线大大提高了生产效率。（张燕 摄）

