

忠阳车评

# 有效整治汽车行业“内卷式”竞争



宏鑫科技数字化生产车间。(资料图片)

宏鑫  
多维

中国汽车工业协会近日发布《关于维护公平竞争秩序 促进行业健康发展的倡议》，明确反对车企之间无序“价格战”。工业和信息化部也表示，无序“价格战”没有赢家，更没有未来，将加大汽车行业“内卷式”竞争整治力度。

在汽车置换更新补贴政策带动下，今年前4个月，我国汽车产销量分别完成1017.5万辆和1006万辆，同比分别增长12.9%和10.8%。这是我国汽车历史上同期产销量首次双双突破1000万辆。不过，与产销量的双位数增长形成鲜明对比的是，不少整车企业盈利能力持续承压，部分经销商“越卖越亏”，汽车市场总体呈现“增量不增收、增收不增利”的怪象。

当前，我国汽车行业受到了以无序“价格战”为主要表现形式的“内卷式”竞争困扰。

不可否认，价格是企业参与市场竞争最直接的手段。根据市场需求变化，企业通过价格调整不仅能够扩大自身产品销量，获得更多市场份额，而且可以倒逼弱势品牌和低效产能退出，实现产业优胜劣汰。但如果无序“价格战”愈演愈烈，就会过度挤压车企利润空间，影响车企正常经营，甚至冲击产业链供应链安全。

表面上看，“价格战”能让消费者以更低的成本购车。不过，当“价格战”变得无序，甚至超出合理范围时，便会引发一系列连锁反应。汽车是一个高价值的耐用消费品，从来都不是价格越低越好。由于汽车使用场景复杂，且与人的生命息息相关，对产品质量要求较高。“价格战”的持续升温，客观上会催生车企以牺牲质量为代价实现“以价换量”的潜在风险，进而影响产品质量和售后服务保障，危害消费者权益，并带来安全隐患。

同时，以无序“价格战”为主要表现形式的“内卷式”竞争，也会导致生产企业过度关注短期利益，忽视长期创新和研发投入。汽车是一个高度依赖技术创新和品牌效应获得市场竞争优势的产业。只有具备持续的盈利能力，企业才能持续投入产品研发、推动技术创新、树立良好品牌形象。相反，低价质次的汽车产品，不仅容易给人留下低端印象，不利于企业品牌形象提升，而且会拖累中国汽车行业转型升级步伐和结构调整，不利于中国制造业向全球价值链中高端迈进。

以无序“价格战”为主要表现形式的

“内卷式”竞争极具破坏性，当前已成为阻碍我国汽车行业高质量发展的绊脚石。此次行业协会和相关部委表态，给无序“价格战”踩刹车，很有必要。但要真正刹住无序“价格战”，有效整治汽车行业“内卷式”竞争，还需要疏堵结合、综合施策。

一方面，要引导车企转变发展理念，实现经营策略由价格竞争转向价值竞争。企业应将更多资源聚焦在技术创新和品牌建设上，加速形成新质生产力和差异化的市场竞争优势，从而摆脱对规模扩张的迷恋和对低价竞争的依赖。尤其是行业头部企业，更要深刻理解和把握智能化转型为产业带来的“增量扩容”机遇，以高站位、大格局看待产业变革背景下发展与竞争，主动构建和维护行业健康发展生态。

另一方面，要严格执行相关法律法规，“该出手时就出手”。对那些突破法律法规和市场竞争边界的“内卷式”恶性竞争行为，监管部门应加大执法力度，“发现一起，查处一起”，形成震慑效应。同时，加强汽车产品质量监管，严厉打击侵犯供应链企业和消费者权益行为。比如，重点检查车企拖欠零部件商的账期问题，限期落实政府关于缩短账期的要求，从而限制车企打

价格战的能力。此外，还要规范地方补贴行为，严禁违法违规给予车企优惠和补贴。

当前，我国汽车产业正处于新旧动能转换和发展新质生产力的关键时期。通过换道先行，我国新能源汽车产业已领跑全球，成为重塑全球汽车产业格局与趋势的关键力量，但产业仍面临部分领域被卡脖子、汽车发达国家可能率先实现系列颠覆性技术突破等风险。因此，我们更要主动摒弃以简单降价取胜、通过价格战实现增量的做法，不“内卷”，不“互踩”，而是将科技创新摆到更加突出位置，加快实现关键技术突破和行业健康新生态构建，真正推动汽车产业高质量发展。



曹忠阳

## 宏图集团激发创新活力——

# 新干箱包销全球

本报记者 刘兴

外贸市场里，出色的企业有很多，他们或凭借高精尖技术出圈，或依靠过硬的产品在市场占据一席之地。位于江西省吉安市新干县的江西宏图集团科技有限公司就是一家完整的产业链条、高效的研发创新、过硬的产品为代表的箱包产业龙头企业，目前，企业生产的箱包产品已在欧美、日、韩等30多个国家和地区站稳了脚跟。近年来，宏图集团还获评江西省出口名牌、江西省专精特新中小企业及工信部“数字三品”应用场景典型案例。



宏图集团箱包智能化生产线。李福孙摄(中经视觉)

### 找准定位

宏图集团董事长杨进生是土生土长的新干人，他曾在深圳从事国际贸易工作。2015年，新干县招商引资，他便回到了这里。

回乡，该干什么？杨进生说：“当时，县领导推荐最多的就是箱包产业。可作为县里的支柱产业，生产的行李箱却摆在地摊上卖，没有品牌，也没有专利，只能靠‘走量’，成了低端产品的代名词。”

既然回来了，就得认真干。杨进生带领团队进行市场调研，专注研究箱包市场的国内外数据。经过半年时间的调研，他看到家乡拥有完善的塑胶、五金配套体系，完全具备转型中高端制造的条件。

2015年10月，宏图集团正式成立。在公司成立后的第一次会议上，他就鼓舞大家：“要把在大城市积累的拼搏经验服务于家乡，让新干箱包实现转型。”

怎么转？抓住国际市场机遇，实现跨境电商与新干制造嫁接。然而，当2016年公司转型做跨境电商时，却产生了一些质疑声。面对行业“赚快钱”的声音，公司顶住压力，在政策的支持下开始探索跨境贸易。

事实证明，这项决策是正确的。“当同行还在为抢占国内批发市场竞争时，我们已开始搭建B2B、B2C数字化平台。”宏图集团行政副总经理朱文青说，团队用10个月完成了供应链重构，建立包含168家本地供应商的数据库，严格执行“三筛三验”品控流程：即原材料入库筛查、半成品过程检验、成品出货核检。但市场始终对“县城造”有顾虑。“最艰难时，我们连续10个月未发出一柜货品。”杨进生说。

终于，在公司团队的不懈努力下，2016年10月份，宏图首批满载2.4万只箱包的货柜发往英国。这批通过CE认证、采用环保PP材料的产品，以超出行业标准30%的抗压性能赢得客户认可，首年即盈利200万美元，次年跃升至500万美元，产值达3000万元。

### 打造体系

走进宏图集团智能制造车间，6条自动化生产线正高速运转。机械臂将ABS

板材送入精密模具，经过240摄氏度高温塑形、激光焊接、智能检测等18道工序，一只符合航空级标准的旅行箱在23分钟内完成了制造。

宏图集团完善的产业链条不是开始就建立的。2018年，正在高速发展的宏图集团遇到了难题。杨进生告诉记者：“我们定制的拉链成色总是离标准差一点。但出口产品，哪怕差一点也不行。为了突破瓶颈，我们只能自建产业园，吸引有实力的上下游企业到新干来。”

正是这一决定，为宏图集团拓宽海外市场奠定了更加坚实的基础。新干腾邦箱包有限公司、江西昌新光电塑胶有限公司、广东景瑜精密制造有限公司……越来越多的企业聚集在宏图集团周围。

前不久，一位前来宏图集团考察的印度客商说：“宏图之所以能够吸引我，最重要的是它的全产业链条，能快速生产出一只高品质的箱包。”

一个供货30多个国家和地区的企业，最大的竞争力是什么？是人才。

宏图集团成立之初，就从广东、浙江引进技术人才，组建设计师与工程师团队，并引入5S管理体系打造标准化生产线。

有了人才，科技就能变现。随着新干县河西绿色科技高新产业园投产，宏图集团建成了国内领先的自动化箱包生产线，将月产能从8万只提升至20万只，产品不良率降至0.3%。

目前，宏图集团已拥有实用新型专利25项、外观专利14项、发明专利1项，国内自主品牌3个、国际品牌2个，每年研发投入占营业收入的比例达4.8%。

### 拓展市场

俄罗斯、日本、马来西亚、英国……今年春节过后，宏图集团的外贸团队奔赴各个国家，去调研、布局新兴市场。如今，每隔一段时间，就有境外客商来公司考察。

杨进生告诉记者：“技术就是我们的王牌。之前，一家国际企业被我们的产品和服务‘征服’，一口气签下了全年订单。所以，我们只要踏踏实实做好产品，就一定能够拓展更多市场。”

宏图集团曾经积压了价值500多万美元的货品，但这并没有击垮他们，企业立刻改变思路，瞄准18岁至28岁年轻消费群体，推出自有品牌，以“好看好轻好能装”的独特定位在国内箱包市场受到欢迎。后来，该品牌箱包被评为江西省出口名牌，并参加了中国进出口商品交易会线上展会，赢得了海外客户的青睐。朱文青表示，研发自主品牌不仅提高了企业知名度，而且让员工理解了产品品质对企业生存的重要性。

这些年，宏图集团始终坚守“品质为王”的原则，不断创新，根据市场与客户需求，每月为客户提供10款以上符合世界流行趋势，风格各异，满足不同渠道销售的原创新品。

宏图集团每年接待超过100名国际客户来实地考察，为500余家海外客户提供全流程服务，更通过品牌扶持服务助力8个以上品牌跻身国外电商平台销售前列。

目前，公司业务已遍及100多个国家和地区。

“我们的目标，是打造全球箱包行业的‘中国标杆’。”杨进生介绍，未来，宏图集团将加速品牌化、数字化、全球化布局，研发更多符合国际市场需求的高端产品，坚持自主创新设计，优化智能生产线，引进生产工艺数字化管理系统，让更多“中国造”箱包享誉全球。



本版编辑 向萌 钟子琦 美编 吴迪



安徽省芜湖市鸠江区，安徽港口集团芜湖港朱家桥国际集装箱码头一派繁忙景象。芜湖港近年来大力推进智能化、数字化建设，通过建成首个无人化集装箱智能堆场，实现场桥作业效率提升50%、无人闸口通行效率提高75%，全面推动港口物流自动化、服务便捷化和高效化。王玉实摄(中经视觉)