

忠阳车评

“光速”推新不如品质推高



山东科为机器人有限公司大负载调试区。宋明志摄(中经视觉)

继上周超10款车型上市之后,本周又有10多款车上市或开启预售。有网友笑称,北京车展前夕,中国新车正以“光速”推向市场。

说“光速”,未免有些夸张,但中国车企推新之快、新车之多是不争的事实。据统计,2025年国内车企推出的新车型高达300多款。

中国车企“光速”推新,来自市场与技术的双重动力。中国消费者有“喜新厌旧”的习惯,不断推陈出新,有利于保持产品对市场的吸引力。市场竞争白热化,也迫使企业采取“车海战术”,试图通过产品覆盖每个细分市场来获取增量。

同时,电动化与智能化变革,不仅改变了动力形式,更重塑了整车架构,天然有利于缩短产品开发周期。叠加供应链层面,零部件标准化与模块化被极大强化,使得不同车型间零部件共用率提高,这也为中国车企“光速”推新提供了可能。

中国车企“光速”推新,是汽车行业活力的迸发与创新的涌现,让消费者有了更多选择。不过,万事皆有度。车企们像“下饺子”一样推新车,也导致当前市场新车泛

滥,同质化加剧,供需资源错配。目前,国内高达千款的在售车型中,绝大多数年销量不足万辆,这值得警惕。

在增量市场上,车企竞争策略比拼的是速度,车企可以“光速”推新,在快速增长的不同细分市场全面开花。问题是,随着国内汽车市场从增量竞争转向存量博弈,这种“车海战术”已形成车型“内卷”,与高质量发展背道而驰。

“车海战术”降低产业效率。从研发端来看,研发一款新车要投入大量资金和人力。一般来说,换代车型的研發費用較高,需要五六年时间和相当规模的销量才能有效摊销巨额研发成本。如果频繁推出新车,新产品在销售中不能“放量”,其市场生命周期缩短,会提高成本,造成资源浪费。从制造端来看,生产线改造、模具开发、供应链调整,也会推升生产成本,降低产能利用率。从营销端来看,每款新车上市都要投入不菲的营销费用,否则,难以引发市场关注和热度。此外,产品迭代过快,会不可避免地缩短新技术的验证周期,容易遗留安全隐患,影响品牌口碑。

汽车市场竞争不仅需要规模扩张,更

需要品质跃升。要改变当前“车海战术”导致的“新车型过多过滥”问题,首先,企业要转变经营理念。品牌、车型不是越多越好,而是做“高”做“精”才有价值。车企要聚焦关键核心技术研发,延长产品生命周期,通过持续改进,提升产品品质,打造明星车型、经典车型。

其次,政策要优化激励机制。针对“新车型过多过滥”问题,要改变以新车项目为导向的产业政策,建立以技术创新、质量提升、品牌建设为考核标准的价值取向。同时,完善汽车产品准入和退出管理机制,通过提高技术门槛和标准规范,提升每款新车的品质与含金量,抑制低水平重复建设,倒逼车企从“拼数量”转向“提质量”。当车企发现“推出一款能卖8年的经典车”比“一年推出8款短命车”更赚钱时,问题就会迎刃而解。

最后,行业要引导汽车理性消费。应加快制定更透明的新车成熟度评价体系,包括定期公布车型的研發周期、耐久测试里程、路试结果等数据,引导汽车理性消费。媒体应减少对“新车上市”的炒作,更多关注产品性能、可靠性和长期价值,培养

消费者“重质不重新”的购车观念,建立鼓励车企从“新车发布数量”转向“单车长期价值”的舆论评价导向,形成市场对优质产品的正向选择与反馈机制。

当前,中国汽车产业正处在由大变强的关键时期,单纯依靠新车型数量扩张的发展模式不符合新发展理念。减少新车型的无效投放,聚焦关键核心技术创新和品牌价值提升,不仅关乎行业自身的可持续发展,更是对全社会资源的珍惜与负责。唯有从追求“量”的扩张转向“质”的跃升,中国汽车产业方能真正实现高质量发展。



永冠科技打通从原料到成品全环节——

小胶带做成大生意

本报记者 刘兴

一卷胶带,在日常生活中被视为普通的小商品,其背后却是一条技术密集、工序复杂的现代制造产业链。从基膜制备、胶水合成到精密涂布、分切包装,每个环节都直接影响产品性能与成本控制。

位于江西省抚州市东乡区的江西永冠科技发展有限公司深耕胶带细分领域,以数字化转型和产业链延伸为双引擎,打通从原料到成品全环节,推动传统制造向高端化、智能化迈进。今年年产值从2012年不足千万元增长至如今超50亿元,成长为国家高新技术企业。

数字转型提效

自动导引运输车依指令行进,自动对接生产线上料;立体货架之间,堆垛机与轨道穿梭车来回移动,精准存取货物……走进永冠科技智能仓储区,看不见一个工人,只有不同类型的机器在运行。

“以前,1个班组有二三十个人,共3个班组轮流倒。现在,从指令下达到物料到位全部自动完成,我的工作也从搬运工转型为系统调度员。”在公司工作10多年的技术员王军义告诉记者。

高效运转的背后,是永冠科技投资上亿元打造的智能立体仓储系统在支撑。该系统如同工厂的“数字中枢”,深度联动研发管控、条码管理、仓库管理等15套智能管理系统,实现从订单到出货的全流程数字化管控。

“接入订单后,系统自动分解物料需求,调度设备配送至生产线;成品下线后,自动入库、智能分配货位,全程可追溯、可调度。”永冠科技IT部总监程忠进介绍,多个智能立体仓储系统形成规模化仓储能力,显著提升仓储调度效率和运营协同水平,为生产与供应链运行提供稳定支撑。

智能仓储只是永冠科技数字化转型的一环。公司计划部经理桂训钢每天的第一项工作就是登录MES(制造执行系统)平台。屏幕上,订单进度、生产排产、物料库存、设备状态等数据实时跳动,一览无余。“以前管理靠经验、靠估算,现在全流程透明、精准,质量可追溯,效率大幅提升。”桂训钢说。

转型源于企业对发展瓶颈的清醒认知。“作为制造企业,数字化不仅是效率工具,更是突破管理天花板、应对市场竞争的必然选择。”永冠科技董事长吕新民说,尽管投入大、周期长,但公司坚定走好转型之路,组建研发团队,自主开发了覆盖“研、产、供、销”多个核心环节的智能化系统,运营效率、产出水平等方面的成效逐步显现。

研发紧跟市场

永冠科技所在的抚州市东乡区不沿海、不靠海,区位优势并不突出,公司生产的胶带为何能销往110多个国家和地区?答案藏在企业持续不断的研发创新与灵活的市场应对中。

从最初的美纹纸胶带、PVC胶带等基础产品,到如今覆盖电子、汽车、航空、新能源等领域的高端胶膜材料,永冠科技从未

● 永冠科技——
年产值 超50亿元
产品种类近千种
销往110多个国家和地区
拥有约50项专利



江西永冠科技发展有限公司智能立体仓库内,工作人员在操作智能机器人码垛。何江华摄(中经视觉)

停下技术创新的脚步。

产品单一曾是永冠科技的“软肋”。2014年,一些国家调整胶带产品技术标准,公司部分产品遭遇技术性贸易壁垒。“当时,我们引导永冠科技等企业调整产品结构,加大研发投入,推动技术升级。”抚州市东乡区工信局副局长陈伟华回忆说。

在政策引导和企业自身持续投入的双重推动下,永冠科技的产品种类逐步扩展至近千种,并形成高效的定制化生产能力,可根据用户需求实现“一周出样、一月量产”。

市场快速响应能力不断提高,有赖于永冠科技以市场为导向的研发生产闭环体系。通过前端销售与重点客户深度对接,公司及时捕捉市场动向与真实需求,依托模块化的材料平台和柔性生产线,针对不同场景,实现新产品快速定型与转化。

在永冠科技研发中心,实验人员正在测试一款以竹基纤维素薄膜为基材的新型可降解胶带。据介绍,该材料具备可自然降解特性,同时兼顾高强度、轻量化与良好透明度。目前,这一实验室成果正通过“政产学研”合作模式快速走向市场。

“我们通过科技成果转移转化、‘定向邀请’等方式,引导低碳环保技术在企业落地应用。”东乡区科技局副局长马明辉告诉记者。在科技部门的对接下,永冠科技与赣南师范大学、东乡区政府共同成立了合资公司,专门推动竹基纤维素薄膜相关技术产业化。经过近一年适配与优化,竹基纤维素薄膜已完成量产准备即将投产。

“该材料可制成环保胶带、高端包装等产品,不仅实现公司核心基材自给,还凭借其‘以竹代塑’的绿色特性,成为进军国际高端市场的‘通行证’。”吕新民说。

从满足既有标准到主动布局高性能、

环保型产品研发,永冠科技持续推进产品结构升级,逐步由价格导向转向以技术与价值为核心的发展模式。“成本可控、效率提升,让我们有底气不断迭代产品,深耕高端市场。”吕新民说。

截至目前,永冠科技通过与高校及科研机构协同创新,逐步形成包含约50项专利的自主知识产权体系,构建全链条研发能力。

延链降本增效

尽管人工、物流、原材料等综合成本不断攀升,永冠科技生产的普及型文具胶带在终端市场的售价却保持近20年基本稳定。

奥秘何在?“我们通过向上游延伸,形成完整产业链,从而在源头掌握了成本的主动权。”吕新民说。

胶带的核心原料之一是BOPP(双向拉伸聚丙烯)薄膜,过去靠外购,质量与价格皆受制于人。2019年,永冠科技下定决心向上游进军,自建原料生产线。“自己生产,质量更稳定,综合成本更低,关键是避免了供应链‘卡脖子’。”永冠科技BOPP车间组长卢建华说。

永冠科技逐步构建起从薄膜等原材料自主生产,到涂布、分切、包装、物流的完整产业链,通过上下游协同整合,在源头上锁定关键材料成本,形成从制造到供应的闭环优势。

与此同时,智能化改造带来的效率提升,大幅摊薄了制造和管理成本。近年来,公司先后投入数亿元用于数字化转型,升级了上百条生产线。这些改造带来了显著成效:生产线切换时间缩短,生产效率、订单交付及时率提高,制造成本、设备故障率、产品不良率下降。

“产业链的成本锁定优势与智能化带来的降本增效相结合,增强了公司的成本消化能力和市场定价能力。”吕新民说,掌

握了成本主动权,公司就能在稳定大众产品供应的同时,将更多利润投入高附加值产品研发,形成良性循环。如今,公司产品外销比重超过60%,并在越南、马来西亚布局海外生产基地。

“随着市场销售规模进一步扩大,公司持续推进数字化与智能化升级,深化大数据和AI技术在生产、管理端的融合应用。”吕新民说,瞄准未来发展,公司在进一步巩固基胶带市场优势,扩大OPP胶带产能规模的同时,将重点布局工业胶带和环保型胶带等高端领域,持续提升高附加值产品的研发与市场竞争力,开拓更广阔的发展空间。



位于四川省华蓥市华蓥山经开区的四川恒格光电科技有限公司生产车间内,工人在有序制订单,生产汽车氛围灯、手机光学透镜等产品。邱海鹰摄(中经视觉)

“机械手臂操作正常、图形化界面操作正常、碰撞检测功能正常……”在位于山东省泰安市肥城高新区的山东科为机器人有限公司智能化生产基地,技术人员手持检测终端,对数台搬运码垛机器人逐项检验性能。

“我们研发的搬运码垛机器人突破了传统工业机器人笨重、操作复杂的局限性,较传统调试周期缩短80%以上,人力成本降低约50%。”科为研发总监单崇辉告诉记者,系统内置的AI算法可自动优化路径规划,设备切换效率提升60%以上,实现“5分钟换产品,30分钟换生产线”。

在工业生产的码垛环节,传统工业机器人场景单一、复用率低、操作复杂制约着生产效率,成为行业普遍面临的难题。“要提升操作精度,必然降低易用性;要保障人机安全,就很难提高运行效率;要实现多场景适配,往往会增加设备复杂度。”单崇辉说。

瞄准行业“痛点”,科为加强自主研发,攻克多个技术难关。搬运码垛机器人搭载的智能升降系统,应用高精度伺服驱动技术,可动态适配多层高差生产线,让机器人改变以往“只能干一件事”的局面,能够完成不同生产线、不同物料的码垛任务,实现“一机兼容多场景”。

搬运码垛机器人还搭载了图形化中文操作系统,通过拖拽式任务部署和智能码垛工艺包,让普通工人无需专业编程知识就能完成任务配置。

“‘零编程’意味着要让机器人‘懂’工人的需求。”科为软件研发主管李珂贤说,他和研发团队走访了全国40多家不同行业的工厂,记录300多名一线工人的操作习惯、动作逻辑和认知特点,整理出上万余条实操数据。

针对工人反映的“代码看不懂、参数不会调”等问题,研发团队摒弃传统示教器的复杂代码逻辑,反复打磨界面设计,将专业的机器人控制指令转化为可视化操作。同时,为适配不同行业需求,研发团队梳理了10多个领域的100多种常见码垛场景,研发专属智能码垛工艺包,实现普通工人培训1个小时就能独立完成任务配置的“零门槛”应用,让机器人成为一线工人“拿来就会用”的生产工具。

科为的创新之路,离不开产学研合作的强力支撑。为攻克核心技术,科为与山东大学联合成立机器人研究中心,将高校先进的研发技术与企业成熟的生产技术深度融合,持续提升研发能力,共同攻克高精度伺服驱动技术等系列难题。

技术创新的价值,体现在成果转化的市场实践中。“目前,公司的码垛机器人销售网络已覆盖20多个省份,服务近200家工厂企业,产品广泛应用于食品饮料、物流仓储、医药、汽车制造、化工等多个行业。”科为销售总监王立志说。

如今,多场景适配成为工业机器人发展的重要方向。单崇辉说,公司将牢牢把握这一趋势,加大核心技术研发投入,重点攻关多机器人协同作业、数字孪生生产线适配等前沿技术,深化与国内外高校、科研院所的合作,持续拓展“研究中心+生产基地+市场应用”创新链条。

本版编辑 刘佳美 编 王子莹

科为
适配

本报记者

王金虎

拿来