

# 车市竞争日趋白热化,浙江相关企业体感如何—— “倒春寒”里,生机在萌发

本报记者 夏丹

## 制造业一线观察①

**编者按:**虽然不稳定、不确定、难预料成为常态,但经济复苏势不可挡。国家统计局日前公布数据显示,3月份制造业采购经理指数(PMI)为51.9%,制造业保持扩张态势;浙江611个制造业重大项目,正在全力推进中。本报今起推出“制造业一线观察”系列报道,记录在市场磨砺中不断变强的浙江制造业。

虽有热闹的价格战,但汽车市场却像是遇到“倒春寒”。

去年销量一骑绝尘的新能源汽车,速度明显慢了下来。前两个月,中国新能源车销量同比增长20.8%,而去年全年为93.4%。传统燃油车持续两个多月的价格战,目前也还没有休战的意思。

这绝不仅仅是几家整车企业的事,背后牵动着整个汽车产业链和链条上成千上万家企业。作为汽车零部件大省的浙江,企业体感如何?

走访一线企业了解近况,两个对比引起记者注意:最大的反差,在于面上“倒春寒”与实际火热生产的场景;最大的改变,在于此前输出的是产品,现在则是创新能力。

## 裂变式创新

在一家主打新能源汽车轻量化产品的公司里,一条上扬的曲线,是记者看到的第一个意外。公司刚公布的年

报中,去年营收44亿元,今年预计70亿元,2024年力争破百亿元。势头如此迅猛,忍不住让人发问,“现在又是价格战,增速又放缓,你们没受影响吗?”

“虽然行业增速放缓,但总体上还是在增长的,这是最大的前提。”公司董事长特助坚定地答道。

这个回答触及到一个根本问题:身处的赛道十分重要。相较而言,新能源汽车仍处于上升通道,赛道足够宽阔。但是,并不是处于上升赛道中的企业就能轻松躺赢,只有不断制造新增长点,才能为跑下去提供足够的“肌肉”。

这位特助举例,这些年公司在横向纵向上一直在拓展延伸。横向,公司布局了新的业务板块,并逐渐放量。比如锻造工艺的技术突破及产业化,今年公司锻造板块将成为新的增长点,而且增速会非常快;纵向,公司不断增加产品种类。之前公司给整车配套价值在两三千,现在可以到四五千元,甚至上万元。

第二个意外,来自于企业的自信。交谈中,听闻这家公司去年凭新能源汽车用的三电(电池、电机、电控)系统壳体,进入了国产新能源汽车头部企业的供应链,去年千万级别的合作,今年将放量至数亿元级,我们感叹“搭上了快车”。

不料,一位负责人脸色一正:“不,我们的技术远远领先,是它高攀了我们。”原来,公司潜心研究了多年的一体化压铸技术,带来产品全新升级,这次合作,使得该头部车企的制造成本可以大幅降低。

对于企业来说,“创新”两字并非只是外人看到的新产品。在这家公司,记

者看到更为珍贵的力量。

一是沉住气。早在2017年,公司成立锻造事业部。5年前,公司专门在日本成立了锻造研发部门,聘请了多位日本锻造领域的退休专家,对锻造的材料技术和生产节拍工艺进行技术攻关,沉淀了5年,终于实现产业化。

加之已经成熟的压铸工艺和2019年布局的挤压工艺,公司至今已完铝合金压铸、锻造、挤压三大工艺布局。

二是前瞻性。在公司展厅,记者看到一个颇不起眼的铝瓶。可别小瞧它,2020年公司成立团队攻克氢能汽车用的氢气瓶,因为氢能汽车的研发仍处于早期阶段,因此团队在研发过程中触类旁通,不断触发一些现实可及的应用,比如医用铝瓶、新能源汽车用铝瓶。

无心插柳而得的铝瓶,去年为公司贡献了七八百万元的销售,今年预计会有1亿多元。企业之所以不惧外部环境变化,原是因为早有准备——创新再创新。正是如此,让它有了穿越周期的底气和勇气。

制造业的支撑点是科技创新,这是一条必须遵守的规律,谁不遵守谁就会衰退。反之,谁做得好,谁就能成功穿越周期,迈上新的台阶。

## 深挖一口井

创新是一种能力,它不仅需要上述企业的大格局,也需要持续“深挖一口井”的专注力。记者采访到一家深耕汽车用油泵领域20余年的公司,目前其

在细分领域居国内第一、全球前三。赶到企业时,已经过了下班时间。企业负责人还在接待一波重要客户,双方正就电子油泵洽谈价格。

如今新能源汽车电驱油冷化成为趋势,而油冷最核心部件就是电子油泵。这家深耕汽车用油泵的企业,基于对行业的深刻洞悉提前进行了新能源汽车用电子油泵的研发。

如今,这款用在新能源汽车的电子油泵实现量产,且国内竞争对手不多,因此前来洽谈的客户一波又一波。

送走客户,公司负责人笑容满面地走进来。坐定后,他讲到今年新能源汽车产业确实有不少挑战,但他对公司产品非常有信心。不光有已经量产的电子油泵,还有正在验证阶段的汽车动力类产品。

记者注意到一个细节,公司展厅最醒目的位置摆满了发明专利证书。目前已获得发明专利70多项,每年新增3至5个。公司还设立了专家顾问委员会,聘请了行业内的权威专家,定期为公司发展把脉问诊。

深耕细分领域持续创新,是这家企业逆周期的突围路径。在这里,慌乱、焦虑情绪少,更多的是抓紧时间干的紧迫感。

随着新能源汽车竞争白热化,会有部分企业陷入或正处困境中。可即便外部环境乐观的时候,也会有企业陷入困境甚至倒闭。深入一家车企后,不难发现,创新能力有多强,护城河就有多宽。经过长期残酷市场竞争的浙江企业,即便外部环境恶劣,也一定会去想办法活下来,这是本能,也是浙江经济活力的源泉。

4月3日,东阳市江北中心小学学生正在“物联网”教室里体验水培生菜种植。“物联网”教室内配套智能节水灌溉系统,学生可以在这里上一堂生动、有趣的“节水栽培劳动体验课”。

## 体验节水栽培



杭州景区免票三个月引流2000多万人次

## 5.6亿元“红包”带来哪些红利

本报杭州4月3日讯(记者 叶怡霖 通讯员 徐少华)为刺激旅游经济快速复苏,杭州在年初率先“抢跑”:包括灵隐飞来峰、西溪湿地等热门景区在内的41家A级景区免首道门票,至3月31日结束。

为期三个月的免费“大餐”,吸引力足不足?3日,记者从杭州市文化广电旅游局获悉,1至3月参加免票活动的景区共接待游客1305.7786万人次,免费金额达5.6亿元。这5.6亿元的“大红包”,带来的效益可不止这些——

数据显示,1至3月,杭州市累计接待外来访客2224.2万人次,同比增长63%;全市住宿设施累计接待过夜游客1504.6万人次,同比增长79.1%;全市酒店客房出租率为44.1%,同比增长13.9%。从第一季度的数据来看,省外游客

再次成为杭州旅游市场的“主角”。1至3月,杭州市住宿设施累计接待省外游客1057.4万人次,同比增长103%,是省内游客接待量的两倍以上。最常来杭州的北京、深圳、成都、广州等地游客回归较快,1至3月来杭访客同比分别增长158.9%、140.6%、103.3%、91.4%。

入境游客量也水涨船高。自入境政策调整后,国际客运航班稳步增班,入境流量大幅回升。1至3月,杭州全市累计接待入境过夜游客27119人次,已经超过去年同期水平的14倍。

中国美术学院中国书画鉴赏研究中心主任吴敢——

## 真迹的魅力难以替代

本报记者 姜晓蓉

给我们的感受更为直接、强烈和丰富,而在复制和印刷过程中,为了更加高清,往往增加对比度,使得微妙的层次被大大削减,甚至造成感受上的偏差。

“去看原作和印刷品,经常会觉得这是两件完全不同的作品。”吴敢讲到了自己的经历,第一次看王冕那张著名的《墨梅》时很诧异,因为印象中一直觉得是一幅大的横卷,没想到真迹原来是那么小的一张,细节却那么丰富。

“更重要的是,对于书画家来说,他的精气神灌注在真迹当中,所要传达的心意是百分百的。随着时间积淀的加成,那种气息完全不一样,无法完全复制。”吴敢说,在真迹前,观众可以直接地、不受干扰地感受到画家的心意和气息。

“宋韵今辉”特展中,吴敢最喜欢的一幅作品是刘松年的《四景山水图》。在北京求学时,第一次在故宫博物院见到

这幅真迹,在西湖边长大的他至今还会想起初见时的感觉——美好而亲切,时光过去了800多年,西湖山水的诗画精神恒在,依然生动而浓缩地活跃在四幅小小的画幅中,悠长的时间也无法破坏。

在西湖边看宋画,或许体会更有不同。“来看展览的人会发现,宋画中西湖出现的频率很高。”吴敢说。

追溯中国绘画史可以知道,正是在南宋期间,西湖诗意的表现形式明显丰富起来,呈现出非常鲜明的南方特质,他们对西湖的观察和体验已经非常细致。吴敢说:“我们现在所知悉的西湖十景,真正的造访者就是这些南宋的院画家,时光流变,选入十景的景观有所差异,但西湖山水带给人的共情不变,西湖还是那个西湖。”

刘松年笔下的《四景山水图》,以时序来描写杭城,春踏青、夏赏荷、秋看山、冬

寻梅的四时乐事。庭院台榭工整精巧、富丽古朴,其中人物虽小而形神完备。有人这么形容刘松年的画:画人物神完气足、画界画精妙入微、画山水笔墨典雅。

在吴敢看来,《四景山水图》既有外在景物描绘和笔墨的高度,又有内在精神意趣的丰富表达。“画出了笼罩在西湖山水之上的那淡淡的水汽和诗意,也画出了西湖山水藉四季呈现出的丰富变化,更画出了杭州人对西湖山水的真切感受和审美共情。这就是宋画的高度。”吴敢说。

## 专家名片

吴敢,中国美术学院教授、博士生导师,中国美术学院中国书画鉴赏研究中心主任。

本报杭州4月3日讯(记者 纪歆亚)浙江新型高校发展进入“快速通道”。省教育厅3日发布《浙江省支持新型高校建设实施细则》,以一事一议、一校一案等方式,在资金保障、用地需求、资源投入、教育教学改革等方面支持新型高校建设。

《细则》明确,新型高校建设支持对象为经教育部批准设立,由社会力量或省部(校、院)共建等新型主体举办,采用国有民办、民办公助等办学模式,实行学生收费、社会捐赠和政府补助相结合的保障机制,以高起点、创新型、国际化为特点,以培养拔尖创新人才为目标,需要省重点支持(指5年内省级财政投入一般不低于5亿元)的新型高校。

按照这一标准,目前浙江仅有一所新型高校,即西湖大学。但不久的将来,我省将支持建设更多新型高校。

按照《细则》,在需求申请环节,突出“规划+项目”。新型高校要根据自身事业发展目标,对学校未来3至5年的发展进行总体规划,明确分年度项目实施计划。在需求审核环节,突出“专家+联审”。收到学校提交的项目申请后,由省教育厅牵头会同省财政厅及有关部门、地方政府组织专家或第三方机构进行科学论证,提出审核意见报省重大科创平台和新型高校建设工作联席会议办公室,并进行审议等程序。在资金管理环节,突出“预算+负面清单”。通过抓预算管理、建立“负面清单”制度,既要把财政的钱管好,避免把钱花到不该花的地方,又要避免一管就死,给予学校适当的经费使用自主权。在绩效评价环节,突出“节点+结果”。在项目建设周期内,省教育厅将会同省有关部门组织开展年度抽查、中期评估和整体绩效评价。根据年度和中期目标完成情况以及整体绩效评价情况,确定以后年度或下一轮的支持力度。

“这几年浙江各级政府通过一事一议等方式,一直在全力支持西湖大学的建设。这次《细则》的发布,将支持方式和程序进一步明确,并与考核机制有机结合,这意味着浙江已初步形成持续支持新型高校建设的长效机制,坚定了我们办好西湖大学的信心。”西湖大学相关负责人说,系统化、规范化的支持体系,将更有利于新型高校稳定发展。

在省教育厅相关负责人看来,《细则》在细化支持新型高校建设的政策体系和具体举措的同时,还健全完善了相关决策程序和监管机制。“为了切实提高资金使用效益,让新型高校更高质量发展,我们把支持政策按项目进行落实,并实施全周期绩效管理,强化绩效导向,建立财政投入与绩效挂钩的动态调整机制。”该负责人表示。

## 义乌文旅博会引客超10万人次 比2019年增逾两成

本报讯(记者 叶梦婷 何贤君 共享联盟·义乌 卢丽珍)4月2日,为期三天的第17届中国义乌文化和旅游产品交易博览会落下帷幕。展会三天共吸引采购商及观众10.3万人次,相比2019年增幅22.81%。

“通过展会已经有5个省市邀请我们参展,合作意向企业100多家,渠道企业300余家,朋友圈关注转发百万余次,现场售卖金额非常可观。”E1国货潮品馆的中国航天展区负责人告诉记者。

作为今年义乌首个国字号展会,本届展会吸引了全国31个省(区、市)的1195家企业和机构参展参会,较上一

届增加20%。标准展位3403个,较上届增加了7.8%,有16万余件产品参展。他们的到来,给文旅市场注入了更多新鲜力量,带来了更多信心。

此外,本届博览会突出专业化、市场化、品牌化目标,坚持文化赋能和旅游带动,线上线下结合展示文化和旅游发展前沿,反映文化和旅游创新趋势。展会为全国文化和旅游融合发展成果搭建了展示交流平台、供需对接平台、产品交易平台,推动文化和旅游产品供给不断丰富、文化和旅游消费活力有效释放、文化和旅游深度融合发展,助力文化繁荣发展和旅游业恢复振兴。

## 在沉浸式演出中穿越时空感受真理 红色故事会走进光影横店

本报金华4月3日电(记者 傅颖杰 浙江共产党员杂志记者 谢庆梅 项佳妮 陆伟 共享联盟·东阳 董莹)“为了中华国富民强,我愿意奋斗终身……”桥上,“李大钊”与“陈独秀”相约,分别在北京和上海等地筹建党的组织;有志青年和爱国志士挺起脊梁,涌上街头,为了国家的未来振臂高呼;义乌分水塘村一间破陋的柴屋里,一位年轻人日以继夜专心译书,满嘴墨水却不自知;洪洪秀水畔,13位有志青年聚集在一艘小小的红船上,宣告了中国共产党的成立;硝烟弥漫,不到500人的铁道游击队、运河支队等7支队伍,为了掩护群众撤离,不惜与3000多日伪军展开誓死搏斗。

一幕一个场景,一会一处高潮,掌声不断,光影十足。3日晚,“向往——筑梦新时代红色故事会展演”活动走进横店影视城广州街香街景区,来自浙江、福建、安徽、山东等地的组织部门,充分挖掘当地红色资源,创作故事脚本,结合高校、学院、地方剧社、文联、教育中心、文化馆、协会,乃至横店影视城专业演职人员,搭配现实的场景道具、服装,以不同寻常的开放式“舞台”,为在场数百名游客上演了一出难忘的

红色故事。

来自江苏的李女士深受震撼。“在这样一个充满时代气息的地方,亲眼见证那波澜壮阔的历史,这样的沉浸式演出,带来的感受确实强烈,很幸运自己赶上了。”她说。

本次活动由中央党史和文献研究院、浙江省委宣传部指导,浙江省委党史和文献研究室,浙江日报报业集团主办,浙江共产党员杂志集团、非公有制企业党建杂志社、金华市委党史研究室、东阳市委组织部、东阳市委党史研究室、红旗出版社承办,福建、山东、安徽、横店影视城党委等部门协办。

“看了这样一场盛大的活动,我心潮澎湃、感慨万千,这场盛会让我们深刻体会到,不论何时都不能忘记来时的路,要坚持真理、坚守理想,践行初心、担当使命,不怕牺牲、英勇斗争,对党忠诚、不负人民。”中央党史和文献研究院第七研究部二级巡视员王继凯说。

截至目前,红色故事会活动已走过5个年头。5年来,全国各地先后举办红色故事会线下活动20余场,讲述了100多个红色故事,吸引了线上线下观众500多万人次。



图为演出现场。