

# 父亲退居幕后仍是“定海神针”，带领企业平稳应对疫情挑战之后，这位创二代感叹：这一年最大的收获是一种信念感

## 父亲坚韧的精神鼓舞我迎难而上

要回顾过去这一年，所有企业家都绕不开一个话题——疫情。“对于父亲来说，这可能是他几十年创业风风雨雨中的一次，但对我来说，可以说是接班以来比较大的一次挑战。”唐旭初告诉羊城晚报记者。

今年年初，受到疫情影响，一些员工滞留外地无法返岗，同益复工复产延后，订单物流受阻，尤其是零售渠道业务收缩，都让管理层倍感压力。让唐旭初印象深刻的是，在春节前，同益就接到了来自印度客户的大订单，计划春节后出货。但遇到疫情，企业复工复产推迟，产业链也未畅通，要如期完成订单难度很大。

在爬坡过坎、迎难而上的上半年，唐旭初总是想起父亲在火灾废墟中重建同益的身影。2011年，一场意外的火灾给工厂带来近乎毁灭性的打击，但父亲并没有就此气馁，而是在一片废墟中带着工人们重建起同益，带着企业重回正轨。

说起这一年最大的收获，唐旭初毫不犹豫地回答：“是一种信念感。疫情刚开始时，我真体会到做企业很不容易。”唐旭初回忆，一开始企业前景还不明朗，从管理层到基层员工心里都没谱，甚至有高管跟唐旭初提出，愿意削减工资跟企业共渡难关，让唐旭初既意外又感动：“我当时就想，员工在困难时能给予我们这么大的支持，我也要尽力保障员工的工资待遇。”

在爬坡过坎、迎难而上的上半年，唐旭初总是想起父亲在火灾废墟中重建同益的身影。2011年，一场意外的火灾给工厂带来近乎毁灭性的打击，但父亲并没有就此气馁，而是在一片废墟中带着工人们重建起同益，带着企业重回正轨。他说：“父亲这种坚韧不拔的精神一直鼓舞着我，尤其是在今年这样关键的时候，我更加深刻地理解了这种精神，这是企业家的一种信心和信念感。只有我把自己的信心建立起来，才能够支撑整个团队有信心，更好地应对逆境。”

## 站在父辈的肩膀上做创新

“热泵行业相比其他行业受影响相对较小，还算幸运。”尽管平稳应对了疫情期间的种种难题，订单在复工复产后逐步恢复，同益的业务逐步进入正轨，但唐旭初对这种“幸运”保持着谨慎的态度。

“我们零售渠道这块业务上半年影响还是挺大的，下半年有了明显的恢复。我们判断，这种恢复更多还是基于去年订单的延伸，而明年新订单是否会受到影响，现在还有不确定性。”唐旭初表示，对于同益的传统业务板块，比如空气能热泵热水器等，明年的竞争可能会加剧。

不过，面对传统业务板块的竞争，唐旭初明显从容得多：“去年以来，我们的创新线条做了比较大的改革，对应各个细分领域推出创新事业部，通过组织架构和激励机制改革推进创新，已经孵化出一两个专注细分领域的创新产品，并做到了市场龙头。目前，创新业务带来的利润已占到总利润的1/4，成为公司今年业绩增长的最大亮点。”

2018年，在父亲唐壁奎的推动下，公司成立了同益空气能研究院，主要围绕空气热能的应用进行技术创新。2019年以来，唐旭初统筹管理创新板块，“站在父辈的肩膀上”，着手对研究院进行改革。

“对创新板块进行改革是内外部需求共同驱动的。”唐旭初告诉记者，研究院成立一年多来，虽然拿出不少技术创新成果，但和市场需求衔接不够紧密。同时研究院内部也有一些声音，觉得创新人员激励不足。而放眼外部环境，格力、美的等大企业争相入局，传统空气能行业资本涌入，竞争加剧。

他说：“我们必须考虑寻找新的业绩增长点，而且新业务要能做到‘第一第二’，这就倒逼我们要去关注细分领域，做好技术和产品创新。”

唐旭初对研究院进行事业部制改革，围绕新技术和产品打造成创新事业部，研发人员组成“创业”小团队，研究院则成为了“项目”孵化器。唐壁奎也建议，创新不仅要懂技术，更要结合市场需求。针对细分领域研究出的产品应用要迅速投入到市场检验，产品市场效果良好，研发人员就能获得丰厚激励。

这项改革的效果是立竿见影的：“目前，我们有两个产品通过这样的方式孵化出来，做到了‘数一数二’的市场龙头。”



## 老前辈就像“定海神针”

在逆境中历练，唐旭初管理企业越来越游刃有余，而唐壁奎也更加放心大胆地交出“权杖”。“我虽然还没有卸任董事长，但现在公司管理基本以旭初为主了，我退居幕后主要做‘参谋’，工厂已经很久没去了。”唐壁奎告诉记者。

“今年对于疫情的处理，旭初还是应对得比较好的。”对于儿子在逆境表现出的从容和魄力，唐壁奎表示给予赞扬和支持，“我现在就让他充分去发挥，日常工作基本不插手了，市场规划上，我可能有一些经验，会给他一些意见。”

而唐旭初则谦虚地表示，自己还有很大的成长空间。“去年采访时，我给自己

打了70分，今年就打75分吧，在全面管理公司后，我觉得自己有一些小进步，但还有更大的空间。”唐旭初说，父亲虽然逐渐退居二线，但仍是公司发展的“定海神针”。

唐旭初说：“尤其是今年疫情之后，我觉得自己信心和信念还要加强。以前我可能比较注重科学管理，但我现在发现，企业和企业家精神层面的建设也很重要。除了自己坚定信念外，还要给客户、员工传递更多的信心，这点对企业发展至关重要，也是我能从父亲那里传承的最重要的东西之一。未来，我们会继续坚定信念，创新发展，让空气能更好地造福社会。”

## 中间价和即期汇率双双走高

## 人民币对美元踏入“6.5”时代

羊城晚报讯 记者戴曼曼报道：人民币对美元重新踏入“6.5”时代。11月17日，中国人民银行授权中国外汇交易中心公布，当日人民币对美元中间价为6.5762元，较上一交易日上升286基点，创下2018年6月末以来新高。同日，人民币对美元汇率在岸和离岸市场双双走高，分别踏入6.56和6.55关口。

截至北京时间16:30，中国外汇交易中心数据显示在岸人民币报1美元兑人民币6.5580元，较前日官方收盘价6.5770元涨190点，涨幅0.29%，同一时间，离岸人民币报1美元兑人民币6.5563元，涨0.24%。

本轮人民币上升，已经引发业内专家关注。多数分析认为，除却美元指数大跌之外，人民币这波上涨态势，主因是市场对国内货币政策收紧的预期继续强化，同时中国国际贸易方面表现强于预期，基本面向利好人民币。

一周前，国家外汇管理局公布了前三季度国际收支平衡表初步数据，数据提示，在国内经济运行持续稳定恢复、金融市场双向开放推动下，跨境资金的双向流动更加活跃。值得注意的是，直接投资持续净流入，证券市场双向资金流动更加活跃。2020年三季度，直接投资顺差239亿美元，其中对外直接投资332亿美元，来华直接投资571亿美元，同比和环比均有所增长。

展望未来人民币走势，机构普遍认为在内外因素共同作用下，人民币汇率有望在合理均衡水平上继续保持双向波动和基本面稳定，中期升值仍然值得期待。

## 19只产品年内回报超50% 国投瑞银展硬核投研实力

公募基金近年来发展势头较好，且赚钱效应凸显，其中一些基金公司凭借突出的投研能力为持有人带来较好的回报。截至今年11月13日，国投瑞银旗下19只权益类基金今年以来回报超过50%，过去两年18只产品净值翻倍。国投瑞银基金优秀的投研能力获得投资者的认可，同时公司也不断通过多样化布局，为投资者提供更好的服务。据悉，国投瑞银近期将发行一只权益单产品——国投瑞银价值成长一年持有混合，值得投资者关注。（杨广）

# 汽车周刊

## 10月新能源汽车表现强劲 批发销量突破14.4万辆

文/羊城晚报记者 张艳丽

近日，中国乘用车市场信息联席会（以下简称“乘联会”）公布最新统计数据，10月份，中国狭义乘用车市场销量199.2万辆，环比9月份的191.3万辆，增长了4.1%，同比去年同期的184.4万辆，增长了8.0%。

与此同时，新能源汽车批发销量10月突破14.4万辆，同比增长119.8%，环比9月增长15.9%。其中，插电混动汽车批发销量为2.3万辆，同比增长58.6%，纯电动汽车批发销量为12.1万辆，同比增长137.2%。

化发力，销量突破万辆的企业有上汽通用五菱29711辆、比亚迪22395辆、上汽乘用车12785辆、特斯拉中国12143辆。蔚来、理想、威马、小鹏等新势力车企表现优秀，长城汽车、广汽新能源的销量高速增长，大型汽车集团的表现分化加剧。

纯电动车型中，A00级占比42%、B级占比21%，车型级别在目前的市场规模下进一步分化，在一定程度上体现了新能源汽车在适应分级城市需求下的多样化努力，找到能打动用户的使用场景，有望开拓出一个细分市场蓝海市场，对车企的市场前瞻洞察和产品规划能力都提出了更高的要求。

10月，普通混合动力乘用车批发4万辆，同比去年10月增长39%，其中本田达到2.25万辆的较强表现。

## 消费者购车抢政策 末班车效应或更明显

对于11月份全国乘用车市场的发展，乘联会认为，目前国内疫情平稳，经济持续回暖，居民消费信心和购买力恢复，因此车市回暖持续较强。但在疫情影响下，今年新品上市节奏延续到第三季度。此外，多地促消费政策持续发力，且基本在12月到期，随着时间临近，乘联会预测消费者购车抢政策末班车的效应将更加明显。

与此同时，乘联会强调，11月份，中国进入了乘用车市的冬季旺季，其核心推动力是中低价格的自主品牌车型的持续年末增量。而今年的自主品牌分化较为严重，部分自主品牌渠道艰难，秋冬季增量的效果减弱，自主品牌利润指标的完成恐将面临更艰难的局面。

## 广州国际车展20日开幕 参展车辆近千台

文/羊城晚报记者 张艳丽

记者近日获悉，第十八届广州国际汽车展览会（以下简称“广州车展”）将于2020年11月20日至29日在中国进出口商品交易会展馆（以下简称“广交会展馆”）举办，其中商用车、改装车、零部件及用品题材展展期为11月20日至23日。11月20日为媒体日，仅对国内外媒体及特邀嘉宾开放。11月21日至22日为专业观众日，门票为100元；11月23日至29日为公众日，门票为50元。

值得一提的是，根据相关防疫要求，观众需要通过展会官方微信进行实名制认证并刷身份证入场参观。为了给广大观众提供更加便捷的票务服务，主办方全面升级了展会票务系统，观众通过“广州国际车展”官方微信就可以一次性完成门票购买、门票激活及实名认证。

## 乘用车企业继续高规格参展

据组委会透露，本届车展展会规模达22万平方米，参展车辆达980台，其中全球首发车38台、跨国公司首发车9台、概念车20台、新能源车142台。

本届广州车展，乘用车品牌继续以全品牌、高规格参展。包括大众汽车品牌，一汽-大众奥迪、上汽大众斯柯达、梅赛德斯-奔驰、宝马&MINI、东风标致、东风雪铁龙、长安福特、林肯、上汽通用、沃尔沃、捷豹路虎及奇瑞捷豹路虎、一汽丰田、广汽丰田、雷克萨斯、东风本田、广汽本田、东风日产、东风启辰、长安马自达、起亚及东风悦达起亚等国际主流汽车品牌将集中亮相。

各车企集团均携全系列产品的规模参加本届车展，一汽红旗、东风风神、东风风行、上汽荣威、上汽名爵、上汽大通、新宝骏、长安汽车、长安欧尚、广汽集团均将在广州亮相。吉利、哈弗、奇瑞、比亚迪、WEY、长城炮等企业也将携自己的重磅产品登上广州车展的舞台。

特斯拉、蔚来、Polestar、威马、广汽蔚来、欧拉、几何汽车、奇瑞新能源等新能源汽车品牌也将同场竞技，让观众更集中、更方便地参观体验最新的新能源汽车产品。

## 商用车题材展破局亮相

与此同时，众多豪华汽车品牌也都将登上广州车展的展台。包括保时捷、兰博基尼、宾利、劳斯莱斯、阿斯顿·马丁等欧美顶级豪华品牌展中展高规格展出。此外，还有众多豪华改装车、高端商务改装及房车也将在广州车展精彩登场。

## 商用车题材展破局亮相

广州国际商用车展将于11月20日至23日同期在广交会展馆举行。本届展会将成为疫情后我国乃至全球范围内极少数坚持举办的专业商用车展。

新冠肺炎疫情同样给我商用车行业带来了巨大冲击，同时也带来发展的动力和机遇。本届展会上，新能源化、智能化和网联化加速发展的趋势将得到充分体现。主办方也在“线上线下联动”方面进行了新的尝试，继续扩大线上传播的覆盖面，力求传播渠道多样性，以满足参展商的不同需求。一汽解放、福田汽车、陕汽、南京依维柯、江铃、东风小康、中集车辆等企业参展，同时继续开设冷链展区。本届展会将成为本年度商用车企业发展的新舞台。

## 零部件及用品展或成热点

今年上半年，受到疫情的冲击，作为我国汽车出口产业重要组成部分的汽车零部件及用品行业也同样遭受到了无差别的影响。然而，随着中国汽车市场日渐成熟、科技的突破革新，汽车产业正在不断突破固有的边界，汽车产业链正在不断重构。在中国这个汽车市场保有量达2.7亿辆的超大规模市场上，以汽车为中心的经济循环圈变得越来越大，汽车消费群体的需求也越来越多元化、综合化。中国正在进入汽车后市场消费新时代。

在全新的时代背景下，广州车展不断创新发展，实施纵向一体化战略，整合改装车、零部件及用品两大题材，引导传统的外向型企业向国内开拓市场，利用广州车展庞大的终端车主体及海量的消费需求为企业赋能。同时，持续推动平台扩容计划，纵向延伸汽车改装、汽车零部件及用品展示品类，横向引入机车文化、汽车运动、文创周边、演艺娱乐等符合终端消费需求的内容，打造适应新时代、贴合市场新需求的综合型汽车新生活服务平台。



消费者对新能源车的关注度较高

## 保持行业稳步回暖态势

从整体市场销量情况来看，10月中国乘用车市场零售199.2万辆，同比去年10月增长了8.0%，实现了连续4个月8%左右的高位增速。乘联会表示：今年1-10月的零售累计增速-10.2%，较1-9月累计增速-12.5提升2个百分点，体现行业的稳步回暖态势。

此外，乘联会分析称，今年全国乘用车市场7-10月增速保持强劲态势。这首先是宏观经济和出口市场超预期的回暖，尤其是欧美疫情背景下的中国出口表现较强，稳住了消费信心。其次是去年部分地区7月国六实施后导致的车市低基数的特殊因素促进。第三是新能源车零售的翻倍回暖态势明显，推动着车市走强。

豪华车方面，根据数据，10月

豪华车零售同比增长了30%，环比9月下降了6%，但仍保持强势增长特征。对此，乘联会认为，消费升级的高端换购需求仍旧旺盛，但10月供给不足导致宝马、奔驰等生产低于零售较多，暂时抑制了零售的增长。

10月，中国自主品牌表现超群。数据显示，10月自主品牌零售同比增长了6%，环比9月增长了14%，市场份额37.9%，较同期份额下降了0.3%。

## 大集团新能源表现分化加剧

数据还显示，10月份的主流合资品牌零售也出现增长，同比涨幅6%，但环比9月仅增长1%；其中日系品牌零售份额23.9%，高于德系的23.7%；美系品牌持续走强，份额达到9.6%，同比份额增加1.2个百分点。

10月，新能源乘用车市场多元

## 小鹏汽车凭借车灯秀创吉尼斯世界纪录

日前，小鹏汽车X-Moment 2020鹏友之夜跨年音乐会在广州海心沙亚运公园举行，来自全国各地的小鹏车主与小鹏汽车高管们共聚海心沙，一起撑起了当晚整场音乐会的舞台。音乐会初始，由200位小鹏P7车主的爱车创造了“最大规模智能车灯秀”吉尼斯世界纪录。

小鹏P7组成方阵，分秒不差地跟随音乐律动，灯光辉映。200名车主现场见证了自己爱车创造了“最大规模智能车灯秀”吉尼斯世界纪录。据主办方介绍，这是少有的由品牌方携手车主，以产品功能为载体共同完成的吉尼斯纪录。据了解，200台小鹏P7同台闪耀源自于小鹏汽车工程师偶发的浪漫思绪，从最开始

在编程语境内让每一颗灯“关”与“开”，到一系列帧动画般精准适配呈现，再到一辆小鹏P7独奏，最终实现多车合奏。

小鹏汽车联合创始人兼总裁夏珩、小鹏汽车联合创始人兼副总裁何涛等高层也上台助兴同唱；同时，逃跑计划、梦然、白皮书、8点组等歌唱嘉宾现场悉数献唱，共同唱响“鹏友之夜”。（刘佳宁）

