

企
竞
中
心
每
日
资
讯

2022年9月29日

星期四

第1732期/共1732期

【参考信息】

同美共生,花王(中国)发布全新愿景.....p2

年底产能瞄准5000万单,申通快递聚焦“经济件”赛道.....p3

国内首款万元氢能自行车上市 降本仍需时间.....p4

企业文化不是一层不变的,而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比,都发生了明显而深刻的变化,企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务,这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革,保持企业文化先进性和引领性。

客 观 冷 静 中 性 实 证

上海企业竞争力研究中心

地 址: 上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话: 021-51313680 4000092877

传 真: 021-51313688 邮编: 200122

E-mail: info@shecs.org

【参考信息】

同美共生，花王（中国）发布全新愿景



9月28日，花王（中国）ESG 发布会于线上举办。花王集团亚洲区总裁西口徹，花王（中国）供应链管理、家庭品事业、研发中心、化学品事业、企业传播等负责人，发布了花王（中国）愿景——“同美共生”，并细致解读面向未来的规划蓝图。西口总裁在发布会上表示：“今后，花王中国将加速推进‘多触点战略’，在‘生态、生命、生活’领域为中国社会做出更多贡献。”

在“同美共生”整体目标的指引下，花王提出了三大重点领域的推进方向，分别是面向生态环境的“和美自然”、面向生活的“予美生活”和面向未来科技的“创美未来”，实现各领域的突破创新。

花王（中国）供应链管理总经理顾轲，介绍了花王中国在环境领域的一系列成果：截至2021年，花王（中国）的能源消耗量（原单位指数）比2010年降低了68%；用水量（原单位指数）比2010年降低了83%；花王（中国）的所有工厂均实现了100%使用可再生电力。

花王（中国）家庭品事业总经理冈伸太郎，详细阐述了花王在环境领域的行动和面向2025年的中长期目标：截至2025年能源消耗和用水量较2020年减少18%、CO₂排放量较2020年减少40%、花王（中国）家庭品工厂的废弃物回收利用率达到99%等。今后将通过包装塑料用量的减少、再生树脂和替换装的使用，与普通洗衣液相比，替换装和本品合计可减少二氧化碳排放量达50%，树脂用量削减达40%。

花王（中国）研发中心总经理田边久辉，介绍了花王各个品牌在提高人们生活品质方面的诸多实践：妙而舒品牌通过“温柔呵护肌肤”促进宝宝的身心健康成长；碧柔品牌以“提供自在的生活体验”为目标，并长期开展提高小朋友们卫生意识的“洗手教室”活动；乐而雅品牌以“帮助女性从生理期

的肉体和精神的痛苦中获得解放”为目标。今年7月，在花王的中日研发团队共同开发下，珂润品牌特别推出了契合中国干敏肌年轻人群需求的抗初敏新品。

花王的研发创新并不限于家庭生活范围，而是积极地向更多领域探索和发展。花王（中国）化学品事业董事长兼总经理星川弘光，展示了花王在“创美未来”方向的积极探索。“技术研发是花王最为专注的领域之一，我们希望借此为大家创造未来生活中种种超越人们想象的‘美好’。”

花王（中国）企业传播总监木村美铃，特别介绍道：花王集团将继续参加今年的第五届中国国际进口博览会，将以“源自‘本质研究’的‘生态、生命、生活’”为主轴，通过多样化的形式，全面具体地展现“同美共生”愿景，在“和美自然”、“予美生活”、“创美未来”的各个主题方向推进的创新活动。

【参考信息】

年底产能瞄准 5000 万单，申通快递聚焦“经济件”赛道



聚焦经济型快递主赛道，申通快递正在找准自身的突围方向。9月28日，申通快递举办全国网络大会，线上线下万人参与。21世纪经济报道记者从大会现场获悉，公司管理层首次提出了到2023年打造成“中国质效领先的经济型快递”的发展目标。

在“三年百亿”产能提升计划的帮扶下，申通快递的产能扩张正如火如荼地进行。申通快递总裁王文彬介绍，2022年，申通快递已投入数十亿元用于提升产能建设，预计年底产能将提升至5000万单。

申通快递董事长陈德军在演讲中用“历史上里程碑的一年”来形容公司走过的道路。此话不假，市占率一度跌入低谷的申通快递终于在下半年迎来绝地反击——今年8月，申通快递的市占率创下上市以来单月最高纪录，达13%。

王文彬提到，回顾申通快递的发展，今年前九个月发生了四大变化。第一，市占率回升，盈利转正，股价回温。第二，坚持长期投入，提升产能，为规模扩张保驾护航。第三，坚持时效改善，时效提速且淡旺季平稳切换。第四，中心质量显著改善，网点质量通过网格化管理实现有效管控。

此外，王文彬还在全国网络大会现场提出“三位一体”的发展方向，即总部、省区和网点三者的协同。未来申通快递还将推动送货上门服务和水果时效件两大差异化产品，提升品牌竞争力。目前，送货上门服务已在全国多个城市进行了试点。

值得一提的是，申通快递还启动了银企战略合作。此次战略合作共计涉及包括中国银行、中国农业银行、中国建设银行、中国工商银行、中国交通银行、招商银行、上海浦东发展银行等在内的16家授信银行。据悉，此次银行授信总规模超300亿元，有利于进一步畅通融资渠道，优化融资结构，补充流动资金。

【参考信息】

国内首款万元氢能自行车上市 降本仍需时间



9月28日，永安行宣布国内首款大规模量产的面向消费端的Y400氢能自行车上市。据悉，该车官方售价12800元。

为何氢能自行车售价偏高？永安行董事长孙继胜指出，氢能自行车的售价取决于燃料电池系统和储氢装置的成本。据了解，永安行此款氢能自行车采用的核心技术是额定功率为 300W 的燃料电池系统及低压 AB5 合金固态储氢装置。

“刚开始，一台氢能自行车燃料电池系统成本是 1 万元左右，永安行自建燃料电池系统生产线后其成本降到 1000 多元，未来还会继续压缩成本空间。另外，氢能自行车还多了储氢装置，如果我们增加了储氢装置的使用次数，就会减少其使用成本，预计 5 年内整体成本能和锂电池接近。”孙继胜表示。

早在五年前永安行就布局氢能业务，孙继胜接受 21 世纪经济报道记者采访时指出，研发与制造燃料电池系统是永安行的核心技术。2021 年 10 月，永安行投产小功率燃料电池系统生产线，设计年产能达 5 万套，预计今年年底可以达成目标。

“目前，正在布局年产 20 万套的产线，将生产 100W 至 1KW 的小功率燃料电池系统，将为 EMS 氢能快递车等提供服务。”

另外，此售价包含未来五年为消费者提供维护保养及 500 瓶氢气换装的服务。孙继胜指出，永安行成立最初的主要业务是运营维护和管理公共自行车，因此在每一个城市都建立了网格状的运营管理团队，氢能自行车后续的运营服务将依托永安行原有的管理员优势，为用户提供上门服务。

“如果市场规模扩大了，比如在上海有 100 万人使用氢能自行车，永安行会在小区或专营店建立换氢服务站。”孙继胜告诉记者。

以供应和服务共享单车起家的永安行没有选择锂电池赛道。究其原因，孙继胜表示，首先，氢能自行车是零碳排放；再有，氢燃料电池优势是能在低温下工作，试验表明，氢能自行车燃料电池系统使用寿命在 2000 小时左右，是锂电池的两倍。

另外，氢能自行车相对安全，低压固态储氢装置内部氢气的释放需要吸收热量且速度缓慢。氢气逃逸速度快，只要有缝隙就会逃到空中，不会发生爆炸。

永安行在 2022 年半年度报告中亦指出，目前，氢能自行车在行业内外竞争企业少，因此永安行率先推出共享氢能自行车，今年还将向 C 端市场销售氢能自行车。

2022 年上半年，该公司实现营收 3.74 亿元，氢能产品销售及服务收入仅有 62 万元。对此，孙继胜解释，氢能业务收入少是因为公共氢能自行车投放量小，随着投放量的增加及消费端氢能自行车的销售，未来氢能业务收入会提高。

在向民用市场销售氢能自行车之前，永安行已推出共享氢能自行车 Y200。2021 年底，永安行分别在常州和上海临港分别投放 1000 辆、2000 辆氢能自行车。据了解，该车续航总里程约 70 公里，最高时速达 23 公里/小时，收费标准为 2 元/20 分钟。

公开资料显示，永安行在布局和融入长三角的氢能产业一体化发展中动作不断。8 月 3 日，该公司在上海设立了永安行（上海）氢能科技有限公司，建设氢能产业应用终端产品和服务平台。

孙继胜表示，子公司成立的目的是为更多的氢能自行车用户提供加氢或换氢服务，助力上海加快打造氢能产业发展高地。永安行也在杭州周边、南京周边、苏州周边建立氢能产业供应链，加快推动氢能产品在消费端市场化应用。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

