

奇瑞迎第 500 万辆下线 期待未来“新起点”

12 月 18 日,伴随着一辆簇新的“艾瑞泽 5”驶下安徽芜湖生产线,奇瑞汽车迎来第 500 万辆汽车下线,由此成为第一个乘用车产量突破 500 万辆的中国品牌汽车企业。

1999 年 12 月 18 日,“谋于陋室,成于荒滩”的奇瑞汽车迎来第一辆轿车“奇瑞”下线,2015 年 12 月 18 日,奇瑞实现第 500 万辆汽车下线。奇瑞公司走过了 18 年,完成了“成人礼”,而奇瑞汽车也在 500 万的用户手中行驶了 16 年。在第 500 万辆汽车下线前夕,奇瑞汽车董事长兼总经理尹同跃在“致奇瑞 500 万用户的一封信感谢信”中表示,跨越 16 年的两个 12 月 18 日,是历史给奇瑞的两个“原点”:从第一个原点起航,实现从无到有、从小到大;第二个原点,奇瑞从 500 万为起点再出发,为将奇瑞打造成具有全球竞争力的汽车品牌再次出发。

整整 18 年里,奇瑞汽车创造了国产品牌的 N 个“第一”:第一个达到 500 万辆规模的乘用车企业;连续 12 年销量稳居中国品牌乘用车第一;连续 13 年位居中国乘用车出口第一位;中国企业海外形象汽车行业第一;拥有亚洲最大的整车试验技术中心;拥有自主知识产权位居国内车企第一位;国内第一个研发和制造高性能轿车发动机的车企;自主研发第一台具有完全自主知识产权的 CVT 无极变速器;第一个获得“国家科技进步一等奖”的车企;国内最早开发新能源汽车的自主品牌车企之一等等。坚持创新,是支撑着奇瑞继续走下去的动力,正是有把品牌发展当成是一场“马拉松”来完成的精神,才能造就这么多的第一。

在新能源领域,奇瑞公司从 2000 年开始投入新能源汽车的研发,联合国内顶尖的高校及研究院,完成了新能源汽车的产业化研发,建立了完善的节能与新能源汽车研发体系、世界一流的新能源试验中心、试制中心等,在电动汽车关键零部件和核心技术方面,奇瑞已经形成一整套关键零部件研发、试验、



12 月 18 日,奇瑞汽车公司在芜湖工厂举行了主题为“下一个 500 万,奇瑞让你更精彩”的第 500 万辆汽车下线庆典。图为领导点亮奇瑞 500 万 LOGO。

应用标定及产业化能力,完全掌握了新能源汽车的核心技术、标定技术和试验验证技术。

战略转型:打造具有全球竞争力的正向体系

2013 年 4 月,在历时两年战略转型的基础上,奇瑞正是发布了“技术奇瑞”的企业战略和新的品牌发展战略,同时启用了全新品牌 LOGO。转型后体系能力增强,使得新车在质量上获得大幅提升。产品品质的提成,带动了销量的增长,在奇瑞的销量中,新产品比重的不断增加,使得奇瑞的产品结构进一步改善,赢利能力进一步增强。除了产品质量的提升外,一客户为中心的营销服务体系建设,也

使得奇瑞的消费者满意度提升。

在品牌发展方面,以奇瑞为核心,观致和奇瑞捷豹路虎两大合资项目为两翼的“大奇瑞”的发展战略正式形成,基本形成从入门级到豪华级的全方位品牌竞争格局。其中奇瑞捷豹路虎定位豪华品牌;观致定位为溢价品牌,定位中高端市场;奇瑞则定位于大众市场,面向大众消费人群。

三大升级:为下一个 500 万用户造车

以实现第五百万辆汽车下线为契机,尹同跃宣布,在战略转型第二阶段,奇瑞汽车结合“中国制造 2025”规划,继续坚持自主创

新,通过坚持“技术、品质、国际化”打造品牌。

“技术 2.0”。即以更高端、多元化的国际化人才团队为依托,推动开放型高科技平台 iAuto 核心技术平台的不断进化,实现 Cherisma 智衡整车精益体系、iPower 智效动力总成系统、Cloudrive 智云娱乐行车系统的全面升级。在此基础上,奇瑞规划了未来高效动力系统技术,1.2TGDI、1.6TGDI 发动机陆续全面上市,DCT 和六速 MT 开始搭载上市。Cloudrive 智云娱乐行车系统创新性的通过云技术将车辆娱乐系统与 CanBus 行车系统完美融合,真正实现行车环境智能化、互联化与个性化;具备国内最高水平的车联网-车与手机互联互通系统,建立了国内最高水平的车联网验证及展示平台;自主研发国内平均水平的能量无线传输系统,综合效率达 85% 以上;自主研发智能无人车技术平台,实现了城市工况自主跟车及主动避撞功能。拥有具备国内最高水平的全碳纤维车身。

未来 5 年,奇瑞将形成全新三大产品平台,开发 10 款全新产品。新能源方面,力争到 2020 年产销规模达到 20 万辆。

“品质 2.0”。以产品升级、感官品质升级、动力升级、性能升级和平台化升级为主导,实现品质领先,为用户提供更出色的实用感受。

“国际化 2.0”很重要的一个举措是全面依托“大奇瑞”格局中的合资企业技术资源,品牌建设资源、人才资源,协同发展,共同进步。

下一个 500 万,奇瑞让你更精彩

经历了 18 年的风霜洗礼,奇瑞把自己“归零”,从新开始,这既表达了奇瑞对未来的信心,也同样告诉竞争对手“我已准备好接受挑战”。在自主品牌竞争越来越激烈的时代,奇瑞坚持走自己的路,坚持创新,坚持自主研发,让我们看到了自主品牌对于赶超合资或国际品牌的决心与信念,相信不久的将来,奇瑞的下一个 500 万会让你更精彩。(齐轩)

大众江淮酝酿联姻 新能源或成合作重点

关于大众与江淮合作的“绯闻”,正在加速变成现实。

12 月初大众汽车集团(中国)总裁兼 CEO 海兹曼对媒体公开表示,双方进行了“初步的了解”,而大众全球高管也已经造访地处安徽合肥的江淮汽车。

“现在只是高层之间有一些接洽。”江淮汽车一位不具名人士向《每日经济新闻》记者介绍,“双方的互相了解刚刚开始,现在还没有合作的具体内容出来。”

对于双方合作的方向,业内人士普遍认为,“技术合资”、“新能源”这些将是江淮与大众合作的关键词,而戴姆勒和比亚迪的合作范本被理解为江淮与大众未来最为可能的合作蓝图。

即便如此,从目前双方的接洽过程来看,政府牵线搭桥的意味更浓,但是对于持续在华扩张的大众,以及急于回归主流阵营的江淮汽车来说,新能源领域的合作或是双方能够达成利益共识的基点。

政府为双方“牵线”

“广州车展期间,双方见了面,进行了简单的寒暄问候,算是建立了联系。”在 12 月初的一次采访中,大众汽车集团(中国)总裁兼 CEO 海兹曼对双方的接触给出了这样的表述。

目前,双方已经开始了积极接洽。在广州车展“建立联系”后,有媒体报道称,12 月 2 日,一名大众全球高管和两名大众中国副总理级别人员访问了江淮汽车,而江淮也“高规格”接待了大众到访团队。

实际上,今年 10 月底之后,江淮与大众合作的“愿景”才开始引起公众注意。记者了解到,在此之前大众与江淮可能还没有机会就这一问题进行商讨。

据大众相关人士介绍,此前在大众 2019 年前投入 15 款国产新能源汽车的计划中,也并没有考虑同江淮的合作。

据了解,此前一汽-大众在四川建立新能源汽车生产基地,预计初期会形成 5 万辆的年产能;另一方面大众还与上汽商讨对上海大众安亭基地的升级改造,分析认为,这一改造也指向新能源汽车。

据知情人士透露,大众与江淮之间的接洽更多源于江淮对合作意向的积极表述。

“江淮汽车表示有意愿跟大众汽车合作,有关政府部门也提出要牵线搭桥。”大众中国的一位知情人士向记者介绍说,“在这样的背景下,我们开始跟江淮接触,了解他们的想法。”

实际上,江淮内部也对新能源汽车设定了目标,那就是力争在 2025 年实现新能源汽车销量占到公司总销量的 30%,而在江淮 7

月发布的 45 亿元定增方案中,将电池、电机电控等均作为投产方向,且囊括了新能源乘用车和新能源商用车两大目标,独立发展的意味也更浓。

但即便如此,对于需要在新能源汽车事业上“一展宏图”的大众,以及渴求技术、资金和品牌的江淮来说,由政府“牵线搭桥”的合作仍值得期待。

新能源成“桥梁”

“对于江淮,当时并没有把新能源确定为方向。”大众的一位知情人士告诉记者。

然而,目前来看,如果江淮与大众的合作能够落地,新能源却很有可能是重要内容。

“新能源是一个很好的方向。”一位接近江淮高层的人士告诉记者,但目前合作的事情还停留在想象阶段。

今年 11 月,江淮新能源汽车的销量达到 1452 辆,并已接近其产能峰值。这一销量规模在纯电动汽车市场中仅次于北汽新能源。

相较于在传统乘用车市场中并不突出的位置,江淮在新能源领域增长迅猛,这也被外界认为是政府牵线之外,大众汽车能够积极反应的重要原因。

与北汽、上汽、长安、比亚迪等大型车企不同,江淮在技术、品牌以及传统乘用车市场

方面并不占据优势,对新能源事业的反哺能力有限,而除定增融资外,江淮的新能源汽车发展也得到了安徽政府的重点支持。在此基础上,江淮也在积极寻找“同道中人”。

根据江淮近期的公告,已先后分别与普天新能源、华鑫动力等公司在新能源推广、充电桩建设、动力电池生产等方面展开合作。

“若能跟大众合作,有利于江淮在品牌、技术和利润等方面的提高。”江淮的一位工作人员向记者分析称,“目前来看,双方合作的方式有可能类似于比亚迪和戴姆勒。”

据了解,比亚迪与戴姆勒建立的深圳比亚迪戴姆勒新技术有限公司,就是双方以“技术合资”的方式建立的合资公司,旗下运营有新能源汽车品牌“腾势”,在大众在华已有两家合资公司的背景下,这种合资模式可能是少数可选的方式之一了。

由于有戴姆勒的背景,腾势得以成为中国新能源汽车领域中定位于高端的新品牌,目前两款车型售价在 36.9 万~39.9 万元。腾势在去年底开始陆续在深圳、北京、上海等一线城市上市,今年前 11 月已累计取得了 2000 辆的销量,其中 11 月销量超过 700 辆。

对于大众和江淮来说,新能源汽车是中国汽车产业布局的重点领域,无论是技术或产能方面的新合作,都将聚焦于这一新方向上。(曹诗阳)

回归汽车本质 带着冷思考奔向工业 4.0

《中国制造 2025》统一了汽车业转型升级的方向、路径,但如何“落地”成为当前待探索、试错的核心。

12 月 6 日,由《中国汽车报》社、清华大学汽车产业与技术战略研究院主办,长安汽车协办的 2015 第三届中国汽车产业海归人才座谈会在山城重庆召开。来自跨国汽车公司、国内主要汽车集团、零部件企业及高校的 20 多位海归专家,就海归人才推动中国汽车业实现“工业 4.0”及自主零部件企业发展等热点问题展开了一场激烈的头脑风暴。

以“工业 4.0”为工具把握汽车本质

“工业 4.0”不是目的,是提高产业竞争力的工具,多位海归专家在会上如是强调。新常态背景下,推进智能制造确实是使中国汽车业走向更高层次的重要机遇,但国内汽车业在质量和品牌等方面仍需“补课”。

北汽集团副总工程师、北汽股份专务副总兼研究院院长郭宇斌表示,国内汽车业在硬件上可能到了 3.0 阶段,软件上仍处于 2.0 阶段,但理念还在 1.0 阶段,发展很不均衡。他强调:“实现《中国制造 2025》,要回归汽车本质,先打底盘,汽车架构等基础设计做好,以技术进步获得低成本。”“中国的优势在于具

有完备的工业供应链体系,且《中国制造 2025》的文件纲领非常系统全面。”谈到实现《中国制造 2025》,密歇根大学教授陈玉宝说,“但要真正落到实处,还需补充具体内容和知识,并将知识点盘活。”

在汽车与互联网融合方面,陈玉宝称,汽车有交通、安全两大功能定位,人在汽车里坐的时间应是越少越好,而互联网行业却只关注汽车内的屏幕大不大,并靠这些吸引用户、延长他们在车内的时间,这是本末倒置。江苏上淮动力有限公司董事长韩志玉则认为:“汽车业应利用好互联网平台,互联网企业拥有快速建立品牌、实现快速传播的优势。”

提升自主车企和零部件企业竞争力

认清“工业 4.0”本质后,汽车业如何在政府扶持下提升核心竞争力?长安汽车工程研究院副院长、总工程师赵会称,长安近年来取得一些成绩的关键因素即建立了合理的产品流程体系。据悉,体系细化到密密麻麻的子流程,并将流程延伸至前期的预研产品流程和后市场管理。而长安的信息化建设亦不是简单地购买软件和硬件,而是做集成、匹配,并培养专业的信息化团队。

提高关键核心零部件技术水平同样是汽

车业升级的重要环节。精进电机科技有限公司首席技术官蔡蔚表示,当前自主零部件企业的技术、品牌、资本实力明显弱于国外,当前的任务还是要踏踏实实做好基础研究,持续聚焦几种产品。“通过并购获得知名零部件企业的原始技术,也是企业快速成长的一条捷径。”博世中国执行副总裁徐大全提出,“零部件企业开发的产品能够满足市场要求,并体现出差异化,才会有竞争力和属于自己的客户群。”AVL 中国区总经理姜宏如是强调。浙江银轮机械有限公司副总经理、研究院院长刘浩则分享经验说,自主零部件企业可以先尝试打通国外客户,再把产品线在国内铺开。

此外,针对政策层面,康明斯副总裁、中国区首席技术官彭立新指出,政策和法规的制定需统一且有持续性。

海归生力军要发挥行业引领作用

“海归人才受过正规教育和大企业培训,具有国际化视野,‘工业 4.0’恰恰是海归可以发挥作用的领域。”清华大学汽车产业与技术战略研究院院长赵福全一语道出海归之于汽车业转型升级的意义。

对此,春晖资本董事长汪大总认为,海归



人才可从个人层次和群体层次发挥作用。个人层次方面,海归要把自己的长处跟行业大势有机结合,依托优质平台在国内汽车业中起到引领作用,推动企业与国际接轨。群体方面则要发挥海归集体优势,使推动力度更大、效率更高。东风汽车技术中心总工程师马钊提出:“海归群体可以多推出一些代表性人物传播行业观点。同时发挥集体优势为一家企业甚至行业做专家咨询。”

在中国新能源汽车传播集团董事长、《中国

福田筑巢引凤 宝沃借腹生子

12 月 11 日,福田汽车发布公告称,股东大会决议通过了《关于投资设立北京福田多功能汽车有限公司的议案》(新设公司名称以工商登记为准)。根据该议案,福田汽车将投资 47.24 亿元,通过内部重组和对原北京多功能汽车厂进行技术改造,将现有产能划分为多功能汽车及轿车项目两个板块。

公告内容显示,福田即将实施的项目称为:“北汽福田汽车股份有限公司内部重组设立北京福田多功能汽车有限公司乘用车技术改造项目”。福田将以位于密云云西经济开发区的北京多功能汽车厂的现有土地、厂房及机器设备、北京发动机厂配套乘用车的发动机生产设备、工程研究院乘用车研发设备出资,设立注册资本为 30 亿元人民币的“北京福田多功能汽车有限公司”。

项目总投资 47.24 亿元,其中新增建设投资 17.5 亿元,利用原有资产 26.99 亿元,新增铺底流动资金 2.72 亿元。重组目标为,在保持北京多功能汽车厂原有 18 万辆产能不变的情况下,将其中 10 万辆产能调整为轿车产品,并保留 8 万辆其他乘用车的生产能力。

作为福田汽车在北京地区规模最大、生产产品最多、现代化程度最高的工厂。福田汽车北京多功能汽车厂于 2011 年 6 月 21 日建成投产,主要生产蒙派克 MP-X、欧马可高端轻卡、拓陆者皮卡、SUV、CUV 等多功能车产品,按照当初规划,新工厂最大产能可达到 36 万辆/年,未来的轿车也将在这里生产。

经过此次重组,密云工厂将正式成为福田汽车的乘用车基地。其中,广为外界关注的宝沃品牌乘用车已被披露将在该多功能汽车工厂投产,而根据福田汽车在今年 10 月发布的公告,福田的轿车项目也将正式重启。

值得注意的是,在最新一期的环保目录中,将在福田投产的宝沃首款车型 SUV 宝沃 BX7 车型位列其中,

国产宝沃 BX7 车型(BJ6470B1X5)在最新一期的环保目录中亮相。与海外车型相同,其搭载 2.0T 发动机,匹配 6 速手自一体变速箱。按计划,该车将在 2016 年的北京车展上正式上市。

对于轿车项目,虽然目前尚未有关福田设法获取生产资质的最新信息,但福田却不断对外强调生产轿车的决心。在关于调整 10 万产能为轿车项目所用的公告中,福田汽车表示,随全球和中国经济发展下行的压力,国内轿车市场需求可能会受影响,且国内乘用车市场竞争日益激烈。福田汽车为确保业务发展,一是利用中国、德国两地研发中心联合研发;二是大力引进跨国汽车公司的运营人才,基于商用车成功运营经验打造卓越的乘用车运营管理模式。

公告同时称,随国内经济增长放缓的影响,原材料成本和产品售价都呈下降的趋势,给项目盈利带有压力。将提高采购管理和优化人员管理,控制采购、产品开发和管理费用支出,提高项目盈利能力。事实上,由商用车业务持续下滑带来的盈利收缩也成为推动福田加快乘用车尤其是轿车业务的主要原因。11 月底,福田宣布调整 2015 年度经营计划,调整前销售收入 330 亿元、销量 57 万辆(含欧曼业务),调整后销售收入 330 亿元、销量 53.5 万辆(含欧曼业务)。

分析指出,随着工厂和产品的筹备一步步推进,福田正式参与国内乘用车市场竞争的时间节点也将来临。(刘晓林)

汽车报》社社长李庆文看来,作为汽车业的生力军,海归人才在未来有较大发展空间。他说:“随着自主品牌不断向高端突破,海归人才在汽车转型升级中将发挥更大的作用。”

而海归为中国汽车产业做出更大贡献的同时,也需要环境的呵护。长安汽车副总裁张竟称,长安引进海归时在薪酬上一度有很大争议,且对海归的使用也考验着高层的领导力和胸怀。她强调:“领导要有改革的决心,给海归充足的资源支持。”(张婷)