



中国重汽:让民族重卡走向世界

□ 郭化南 管斌

党的十六大以来,经济的快速发展带动了国内汽车工业的高速发展。中国的重型汽车工业坚持自主创新,努力做强自主品牌,牢牢占据了行业发展的主动权。中国重汽就是其中的佼佼者,自主创新、资本运作和国际化战略成为企业近10年来发展的关键词。

面向市场的自主创新

中国重汽大胆创新、勇于突破,闯出了民族重卡提升发展的新天地

1985年,中国重型汽车集团有限公司的前身重型汽车工业联营公司,引进奥地利斯太尔重型汽车整车技术项目的第一辆斯太尔重型汽车下线,标志着我国第一个全面引进国际先进重卡技术项目的成功。此后的近20年间,斯太尔一度成为中国重卡的代名词。即便有引进项目的成功,但在2000年以前,中国重汽生产的重卡,不管是自主品牌还是引进品牌,年产量都没有超过2万辆,最高年份也只有18万辆。

2001年,中国重汽重组。当时由于斯太尔技术的扩散,重卡市场产品同质化严重,尽管中国重汽是斯太尔技术的拥有者,但在市场中并没有优势可言。在原有的产品基础上创新发展,迫在眉睫,中国重汽必须走出一条新路来。

中国重汽原技术中心主任朱自全回忆当时的情景时说,干了十几年斯太尔,技术人员对国外技术可以说是完全信任,不敢越雷池一步。而中国重汽董事长马纯济鼓励技术人员大胆创新,他说,面对市场竞争,不要怕交学费,必须要有克服困难的勇气和决心,要坚持有就比没有好、提升就比因循守旧好,只要是进步就值得肯定。



经过一年多研制,2002年底,中国重汽在斯太尔基础上成功开发出斯太尔王重卡。2003年一上市,该车型便以美观的外形和可靠的性能以及电子化的应用赢得市场认可。它的出色表现使中国重汽当年销量突破2万辆,2004年更创出销量新高,达到4.5万辆。沿袭了几十年的斯太尔产品终于实现了突破。中国重汽更加坚定了坚持技术领先、自主创新、培育民族重卡品牌的战略目标。

2005年,中国重汽吸收国际先进重卡技术,研制成功具有完全自主知识产权的HOWO系列重卡。以HOWO底盘改装的水泥搅拌车市场占有率迅速上升到80%,2007年,中国重汽重卡产销突破10万辆。2009年,新一代HOWO-A7系列研制成功,2010年,中国重汽产销达199万辆,进入世界重卡前三位。

目前,中国重汽的重卡产品已由2001年的1个系列78种车型,增加到

9大系列3000多个车型,成为我国重卡行业驱动形式和功率覆盖最全的重卡企业。专利技术从无到有,目前已获国家授权专利1853项,成为全国汽车行业拥有专利最多的企业。自主研发的AMT手自一体变速箱,使中国重汽成为国内唯一批量生产手自一体变速箱的重卡企业。2009年2月,经科技部批准,中国汽车行业唯一一家国家重型汽车工程技术研究中心正式落户中国重汽。中国重汽用自主知识产权,搭建了一个强有力的支撑平台,为推进企业技术创新发展战略,提供了强大的推动力。

大力实施“走出去”战略

依据目标市场需求特点积极“走出去”、“走上去”,曾经的经营短板成为提升企业核心竞争力的强大助力

2012年5月,中国重汽出口巴西2000辆欧五重卡首批400辆发交仪

式在济南举行。这是国内首次批量生产欧五重型卡车,也是国内首次批量出口欧四以上排放水平的重型卡车。中国重汽的国际化战略开始由“走出去”步入“走上去”的阶段。

中国重汽重组时,出口为零。2003年,仅仅出口了40多辆整车。2004年中国重汽提出了“双十”行动方案—在2003年整车出口基础上,3年内整车出口实现两个“10倍增长”,即:2004年出口整车及创汇额比2003年增长10倍,之后再两年时间,到2006年底使中国重汽出口整车及创汇再增长10倍。这一方案一经提出,立即引起轰动,多数人认为这是不可能实现的。2004年底,中国重汽实现整车出口526辆,顺利实现了第一个“10倍增长”的目标;2005年实现整车出口5800辆,提前完成“双十”行动计划。

2010年初,中国重汽实施出口体制改革,大力实施“走出去”战略,并细化为“走出去、走进来、走上去”三个阶

段。“走出去”让营销机构从在济南坐等客户转变为驻扎在

国外搞营销。目前中国重汽已在40个国家建立了办事处,建立了6个组装厂,发展了86家一级经销商,建立了240多个服务网点,常驻境外人员超过120人,形成出口重型汽车3万辆的营销能力。产品出口到96个国家和地区,基本实现对发展中国家市场的全覆盖。

“蒙古版豪沃”、“中东版豪沃”……中国重汽积极“走进来”,开发符合出口地法规和准入要求的重卡产品。为蒙古能源公司开发的非公路豪沃重卡满足了用户在煤炭运输上的需要。许多蒙古企业点名就要这种“蒙古版豪沃”。普通重卡的油箱一般是300升到800升,但中东地区地广人稀,加油站之间的距离很远,中国重汽特别开发出了1000升的超大油箱专供中东市场,深受当地用户的欢迎。

中国重汽自主研发的欧五发动机,实现了与世界重卡发展趋势的同步,2011年5月通过英国车辆认证机构认证,获得欧盟E-mark证书,2011年底通过巴西环保认证。国产欧五重卡的出口,标志着中国重卡水平大幅度提升,“走上去”逐步接近世界先进重卡技术水平,开始与国际重卡巨头同台竞争。

2011年,中国重汽出口首次突破2万辆,同比增长56%;实现出口创汇61亿美元,同比增长82%。在今年国内重卡市场低迷的形势下,中国重汽的出口业绩依然抢眼,今年1月至8月出口订单累计已达2万辆,稳居国内重卡企业首位。

借力资本市场谋发展

核心竞争力大大提高的中国重汽,在资本市场游刃有余,又为企业发

展提供了雄厚的资金支持

2003年4月,通过重组山东小鸭电器股份有限公司,中国重汽的子公司济南卡车股份有限公司在深圳证券交易所上市,中国重汽在资本市场首次亮相;2007年11月,中国重汽(香港)有限公司在香港联交所红筹上市取得圆满成功,募集资金99亿港元,成为当年在香港联交所上市的制造业最大红筹股。“香港红筹上市不仅筹得了资金,更重要的是为中国重汽搭建了国际化平台。”马纯济说。

2009年7月15日,中国重汽和德国曼集团正式签署战略合作协议。德国曼集团斥资约60亿港元获25%加1的股权,中国重汽以独占许可的方式获取曼集团技术使用权。双方的合作中,中国重汽控股51%,打破了中外合作股权结构50:50的惯例,开创了中国汽车企业对外合作的新模式,也为中国重汽更广泛、深度地参与国际市场竞争提供了有利条件。

资本市场的融资,为企业的发展提供了雄厚的资金。10年来,企业先后投入近200亿元进行大规模技术改造,先后建成了20多条整车及关键总成生产线,形成年产20万辆整车、25万台发动机和50万根车桥的生产能力,成为国内重卡整车装备水平最先进的企业,许多关键工艺基本与国际先进水平同步,企业整体研发能力和产品质量水平大幅度提升。

马纯济满怀信心地说,中国重汽正全面实施“二次创业”工程,“十二五”将是“打造百年基业、争创世界名牌”夯实发展基础的5年,将是中国重汽真正实现由大变强的5年,将是中国重汽为振兴我国民族汽车工业作出新贡献的5年。

