

祁玉民如是说



华晨汽车集团控股有限公司董事长、总裁祁玉民

■ 狄思葩 本报记者 李华

祁玉民说“创新”是唯一的出路:

井水不犯河水的时候都好办。现在井水犯了河水,自主品牌10万左右,合资品牌也有7万的。自主品牌要寻找一条出路,唯有创新。

自主品牌压力这么大,怎么才能杀出一条血路来?一个是技术,一个是品质。可以坦率讲,国内外企业的这种差距无处不在,如造型设计、底盘技术、发动机技术、变速箱技术、汽车电子,无处不在。

中国汽车行业要想和合资品牌同台竞技,赢得一些市场份额,必须过两关——核心技术关和品质关。怎么创新呢?我们怎么样才能拥有这个核心技术,可以排除两种方式,第一个是拿钱买。钱可以买到富,不可以买到强。第二个排除就是闭门造车,已经国际化了,华晨汽车坚信研发创新就是国际深度合作,依靠国际深度合作来学习技术,培养人才,一步一步在各个领域里去持之以恒地攻关。十年的时间把中华品牌做成中国代表性的品牌。

品质也要创新,从理念上进行创新。中国的品质是检查出来的,一定是一道道工序,一个一个环节,派若干人去检查出来的。在宝马看来品质是保证品,不是检查品,每一个环节、每一道工序有一套品质保证流程和标准,有工艺标准和管理标准。依靠这些东西来使得它的成千上万个零件、几十道工序完全处于一种保证状态,而不是靠人去检查。

祁玉民说 节能和新能源有观点也有困惑:

第一我历来反对扔掉传统动力系统的节能生成,片面去强调新能源。工信部发表的产业指导叫“节能与新能源汽车”。我们现在有7千多万辆的汽车保有量,每年有1800万辆的新增车,其实都是传统动力系统。这些动力系统依靠先进的技术实现节油减碳,意义非常重大。所以今天推出的中华H530就有搭载了1.5T涡轮增压机的车型。现成的涡轮增压技术,缸内直喷技术,是我这个外行非常看好的技术。我觉得节能减排和新能源这两个技术,每一个都会发挥效应。我们准备在未来的2.0T上实现缸内直喷,如果这些技术都能得以实现,那么它的节油减碳一定在25%以上,这是很大的节能成绩,也是很强的社会效应。所以一定要节能和新能源并举。

第二个关于新能源,一定要有一个分步实施。眼前我还是看好混合动力,混合动力现在已经市场化的是弱混、起停产品。在起停时候是用电,正常运转是燃油。它可以实现节油12%,减碳10%,效果非常好。而且技术门槛和市场化程度都非常好办。现在我们在做Plug-in, Plug-in做出来以后可以实现节油35%,肯定可以达到中混以上水平了,这也是非常现实的。

第三就是长远发展纯电动。温家宝总理在《求是》上发表了一篇文章,说我国在新能源上的技术路径尚未确定。《中国汽车报》率先进行讨论,到底是不是要这样搞纯电动?那么是不是纯电动就是未来最正确的选择?还是应该发展甲醇?因为甲醇的碳排放最少。他们的观点都很有道理。我们还将继续按照国家的战略在搞纯电动车研究。华晨汽车没有因为困惑而停止纯电动的研发,明年要立项,还是要研究纯电动。

祁玉民说 专用车非常诱人:

在上海车展上第一次透露消息,在今年大连论坛上,我郑重宣布华晨汽车将在大连搞一个世界唯一的专车基地。

第一,专用车市场的增长是非常稳定的,也非常诱人,未来“十二五”期间大概将增长15%左右,每年以35—40万辆的速度在增长。

第二,世界已经有非常先进的技术,但市场饱和;中国有非常好的市场,但没有技术。华晨汽车必须寻求国际技术来带给中国市场,保证二三十万的增量。

第三,目前国内专用车水平、档次、效率都太低。国外专用车厂劳动生产率是每年每人40—45辆,一辆车是七八十万,我国是七八辆,价格是十几万,很少超过20万,这两个数字差距太大。华晨汽车形成了“十二五”发展纲要的核心理念,产业三剑齐发,汽车四轮驱动。汽车上我们四轮驱动、轿车、面包车、卡车和专用车。

同时我们会启动多个研发中心。没有技术做不了专用车。我是瞄准高端市场,一辆车都是70万元以上,个别的车600多万,我们还要做防弹车。这个技术一定要通过国际合作来获取。所以我们在上海的基地,在大连、在沈阳,也可能在成都,多点招集全国和全球的人才,来实现技术研究的突破,突破了以后不排除在国内和国外其他的地方来布局新的工厂。

祁玉民说 中华品牌发展不缺钱:

我们正在研究十年战略。现在不用担心钱,可以跟大家介绍一下。宝马的快速发展,宝马从3万辆,将来要搞到30万辆,在合资企业能赚多少钱你们能算出来;发动机在绵阳我们正在采取措施,再搞20亿发动机;金杯发展很稳健。宝马赚的钱可以继续增加对金杯的投入。对于中华,这是我们最关心、最重要的品牌,我们一定会全力进行中华的研发和发展,同时募集更多发展资金。

现在我们已经几个办法并收到了成效:第一个在资本市场,在香港还有8亿股;第二,专用车肯定会赚大钱;第三个金杯在赚钱;第四也在搞别的产业,搞别的产业来赚钱来发展中华品牌。我们在内蒙古和辽宁建立了七个风力发电厂很赚钱,准备将业务转移至上市公司中。宝马发展以后还会带动宝马4S店与核心零部件配套这两大块业务,也会带来很大的赢利。钱到处都是,千万不用担心中华发展缺钱,我们不会缺钱。

“华晨模式”解码

■ 狄思葩 本报记者 李华

作为我国自主品牌的主力军,华晨汽车始终坚持高起点打造自主精品,并成功推出多款畅销车型。近年来,随着国内汽车市场的蓬勃发展,国际汽车巨擘对中国市场的倾斜力度加大,自主品牌迎来了前所未有的机遇,也面临着严峻的市场挑战。针对不断变幻的市场环境,华晨汽车站在国际化的平台上,以国际化的视野,创新提出了要建立以企业为主的“高品质技术联盟”。而中华H530正是这一战略布局的硕果。

在众多自主品牌企业中,华晨汽车的发展颇具代表性。坐落在东北老工业基地的华晨汽车,至今已经拥有二十余年的发展历程。如果算上它的前身——沈阳金杯车辆厂,华晨汽车甚至可以堪称共和国第一批自主品牌整车企业。然而在2005年,华晨汽车一度濒临破产边缘,其产品销售低迷不前、高层频繁变动、资金链几近断裂……也正是这样一个曾经危机四伏的企业,在短短五年间整车、发动机年销量从2005年的12.26万辆、18.25万台一跃提升到2010年的50.1万辆、57.5万台,分别同比增长了308%、215%;五年间,实现整车销售165万辆、销售收入2333.2亿元、税金总额268.8亿元,分别是2005年之前21年总和的160%、216%和280%。

华晨汽车取得如此傲人的成绩,一方面是由于中国汽车市场的蓬勃发展,汽车产品销售的井喷式增长,更主要的原因则在于企业华晨汽车练好了基本功,牵住牛鼻子使企业持续发展。华晨汽车不但开创了以品牌创新、研发创新、资本创新为核心内容的“华晨模式”,而且确立了“高起点自主创新、高品质自主品牌、高目标跨越发展”的“三高”战略,更通过在全球范围内整合技术、资本、人才、市场等资源,建立“高品质技术联盟”,成功改写了自主品牌的起点低、技术弱、底子薄的历史。

追求 品质塑造品牌

一直以来,华晨汽车都坚持“整合世界资源为我所用”的研发理念,更成功打造出自主品牌首个“高品质战略联盟”。所谓高品质技术联盟,就是集合世界优秀技术研发资源,合作研发,实现品种的丰富、品质的提升。“高品质技术联盟”的建立为企业能真正站在国际化的平台上、以国际化的视野实现研发创新创造了良好条件。之所以将品质放在前所未有的重要高度,华晨汽车集团董事长、总裁祁玉民解释说:“我们自主品牌跟合资品牌相比,最大的弱点就在于品牌影响力小,外资企业经营的是品牌,而我们中资企业经营的是产品。如果消费者不认可我们的品牌,不能形成品牌忠诚度,我们的产品溢价能力就无从谈起,企业就不能做大做强,只有拥有自己优势品牌,我们才能占领消费者心智,占领市场。而好的产品品牌必须具备五大要素:



“美丽目的地·绿色中华行”活动启动

1.核心技术;2.精美产品;3.诚信经营;4.市场份额;5.盈利能力。为此,必须紧紧围绕这五个要素打造品牌。特别是掌握核心技术,提高产品品质,对品牌的塑造具有非常关键的作用。”作为华晨汽车2011年推出的首款重量级产品,祁玉民的这一理念在中华H530身上得到了完美诠释。

据华晨汽车相关负责人透露,即将面市的中华H530不但在造型设计和工程开发方面与世界顶级企业携手打造,而且在零部件供应、制造工艺、生产设备等方面同国际一流供应商开展强强合作,力求为它的每一个细节都注入纯粹的“贵族血统”,进而全面提升整车品质。它不但在造型设计和工程开发方面与意大利宾尼法利纳、德国保时捷等世界顶级企业携手打造,而且在零部件供应、制造工艺、生产设备等方面同国际一流供应商开展强强合作,力求为它的每一个细节都注入纯粹的“贵族血统”,进而使整车品质实现根本性飞跃。目前在中华H530的车身上,有近20个主要零部件来自于10余家全球知名零部件供应商。这些供应商也是宝马、奥迪、大众、福特、通用等企业的长期合作伙伴。

正是得益于华晨汽车“高品质技术联盟”带来的技术、配件资源,这款以科技、品质塑造品牌,以严谨流程保障品质的高性能绿色精品车型,具有节能环保、造型设计、舒适安全、宽适空间等多项产品优势,堪称引领中级车新格局的完美精英座驾。值得一提的是,中华H530还是中华品牌首款采用全新命名方式的产品,其中“H”既是华晨汽车拼音缩写的首字母,又代表了华晨汽车一贯秉承的“高起点自主研发、高品质自主品牌、高目标跨越发展”的“三高”战略。可以预见,中华H530不仅将代表华晨汽车对产品卓越品质的不懈追求,更将成为自主品牌产品在品质追求道路上的一座里程碑。

主张 绿色环保为方向

如果说品质是自主品牌汽车企业决胜未来的关键,那么与汽车息

息相关的能源和排放问题,则不仅是国家新一期规划中实现产业调整与技术升级的重中之重,更是自主品牌如何实现又好又快发展、成长的另一命门。

面对节能减排的巨大压力,目前我国自主品牌企业纷纷通过推出绿色节能环保产品、降低产品能耗等多种手段响应国家号召。作为我国自主品牌主力军,华晨汽车更在积极推出节能环保车型的同时,向全社会发出了绿色呼唤。

在上市仪式现场,祁玉民与来自行业的专家们一同启动了“美丽目的地·绿色中华行”活动。活动启动后,华晨汽车与阳光传媒将先期在西安、成都招募活动成员;成功招募的志愿者们将先后前往大连、青岛、上海、厦门、深圳等沿海城市,与当地居民共同举办各具特色的公益活动。活动最终将在三亚市完美收官。这不仅是在华晨汽车首次开展大型绿色公益活动,也是自主品牌企业首次实现将绿色公益活动与文化、娱乐、综艺完美整合,再次开创了自主品牌企业在履行社会责任方面的先河。与此同时,祁玉民还公开宣布了企业在节能减排工作上的规划,即坚持四个“两手抓”:一手抓传统技术升级,一手抓新能源;一手抓混合动力,一手抓纯电动;一手抓自主研发创新,一手抓国际技术合作;一手抓企业自身能力建设,一手抓政策支持。

在具体执行方面,一方面通过国际技术合作先进的涡轮增压、缸内直喷技术开发出1.0T、1.3T、1.5T、1.8T、2.0T(GDI)等发动机产品并投入使用;另一方面,在金杯客车、中华轿车A平台和M平台上研制开发了弱混、中混中华尊驰1.8T,节油率达到15%以上;插电式混合动力汽车(中华骏捷FSV,节油效率40%—50%),并全力开发纯电动汽车。目前,中华品牌的弱混、中混新能源轿车已在大连和沈阳陆续投入了700台作为出租车(城市工况节油率达到8%—12%),成为国内首次大批量投放市场并成功进行商业化运营的新能源轿车产品,取得了良好的效果。

通过研发创新,2005—2010年期间,华晨汽车累计研发投入50亿元,全面启动整车和发动机开发,形成了12个整车产品平台和8个发动机产品平台,并获得专利权361

件(其中国际专利97件)。企业的自主研发能力上了一个新台阶,更将成为国家新阶段汽车产业节能减排推广的助推器。

目标 用自主走向国际

今年以来,受多种因素影响,国内汽车产销增幅出现大幅回落。业内预计在新的阶段,我国汽车产销平均增长8%左右。同时,合资品牌正不断加大对中国市场的投放力度,它们不但在中国持续扩大产能,而且已经开始将目光瞄准10万元以下市场,瞄准二三线城市。与此同时,自主品牌汽车综合竞争力依然很弱,这必将严重制约汽车行业可持续发展。加快我国汽车产业转型升级已迫在眉睫。面对全新的市场环境,以华晨汽车为代表的自主品牌企业该如何实现生存与发展?

以品质打开市场,以品质树立品牌,以绿色作为发展方向,透过中华H530,展现出来的正是华晨汽车不断深化华晨模式,坚持自主创新的坚定步伐。

在此基础上,华晨汽车还明确了三大发展目标:一是强力推进品牌经营,实现从产品经营向品牌经营的转变。力争将金杯品牌打造成具有一定影响力的国际品牌;将中华品牌打造成国内轿车一线品牌;将华晨宝马品牌打造成中国高档轿车第一品牌;创造一个世界级的专用车品牌;二是瞄准国际先进水平,掌握汽车整车和发动机核心技术,解决汽车安全、节能和环保三大核心问题,满足国家和社会对高性能、绿色环保产品的需求;三是不断提升经营规模。力争到2012年实现销售收入1000亿元,实现利税100亿元;到2015年实现整车产销150万辆(其中:中华30万辆、轻卡30万辆、微型车30万辆、宝马20万辆、专用车20万辆、面包车20万辆),发动机产销150万台,销售收入超过2000亿元,利税200亿元。

祁玉民表示:“过去的五年我们创造了一个‘华晨模式’,新的阶段我们将按照这个模式的规划,坚实地脚踏实地地走下去。华晨汽车未来之路必然越走越宽。”

相关

中华 H530 上市提升华晨汽车发展动力



中华 H530 新车亮相

2011年8月29日,“美丽目的地·绿色中华行——中华H530上市庆典暨绿色中华行启动仪式”在北京水立方举行。活动现场,华晨汽车正式宣布推出全新中级车中华H530,售价为7.98万元至12.58万元。

此次面市的中华H530,推出了1.6L产品搭载了三菱4A92S发动机,该发动机采用了VVT技术,最大功率可达87/5600—6000(Kw/rpm),最大扭矩为151/4000(Nm/rpm),但其90km/h等速油耗最低仅为5.78升。它的排放还达到了欧IV水准,是当之无愧的“环保达人”。配以五挡手动/五挡自动变速器,保时捷优化的底盘、16寸铝制车轮以及205/55R16规格的轮胎,中华H530在驾驶过程中起步平稳、加速有力、换挡顺滑,可以充分满足日常使用。同时,中华H530还推出了1.5L排量产品并搭载华晨自主研发的BM15T发动机。这款发动机曾在今年4月的上海车展中亮相,拥有100/5500(Kw/rpm)的最大功率,并可在2200—4500转时达到200Nm的最大扭矩,是华晨又一款“小排量、大动力”的典范之作。

中华H530的发布展现出了华晨汽车打造高品质精品车、将中华打造成一流乘用车品牌的决心和实力。