

华晨汽车：全方位出击车市颓局

■ 获思葩 本报记者 李华

几乎所有的人都认为,中国汽车市场再也不可能像过去的几年那样,动辄以百分之三四十,甚至更高的速度发展了。

这个历史性的转折,就发生在今年。有专家预测,2011年行业利润总额同比下降30%以上。2月份汽车行业数据出来后,就已经说明了今年汽车行业大滑坡如期而至。4月份产销数据出台后,对于今年汽车行业大滑坡的认识更加统一,成为业内共识。

二季度汽车销售陷入了谷底,成为一个不争的事实。二季度汽车行业收入增速为3.8%,净利润增速为-0.07%,整个上半年收入增速为15.4%,净利润增速为6.7%。截至8月底,2011年半年报已经公布完毕,73家汽车上市公司在2011年上半年的收入和净利润分别为4839亿

元和235亿元,同比分别增长15.4%和6.7%,而在2010年,这两个数字分别为82%和179%。

1—8月,国内汽车销售1198.36万辆,同比增长3.33%。其中乘用车销售921.83万辆,同比增长6.05%;商用车销售276.53万辆,同比下降4.81%。其中,8月份汽车销售同比增长4.15%,有数据显示,这主要来自出口高速增长。2011年1—7月,17家汽车企业(集团)完成工业总产值11391.52亿元,同比增长4.50%;累计完成营业收入13092.42亿元,同比增长8.66%。预计汽车行业利润总额处在同比下降区间。

面对这样的局面,汽车业怎么办?有的悲观彷徨,有的锲而不舍。华晨汽车和它的掌门人祁玉民选择了后者。

出击之一:绿色精品亮相上海车展

2011年4月19日,华晨汽车以“华夏精品绿悦于晨”为主题,携旗下九款整车、七款发动机产品和一款Plug-in纯电动模型盛装亮相上海国际车展,其中包括8款全球首发车型和4款绿色新能源车型,全面覆盖乘用车和商用车领域的多个细分市场,是华晨“绿色精品”战略成果的一次集中大放送。

上海车展,华晨汽车共展出大中华概念车、中华H530高性能版、中华H530混合动力版、中华EV纯电动概念车、金杯大海狮W纯电动、中华骏捷Cross飞炫、中华骏捷FSV个性化版、阁瑞斯MPV高顶商务旅居车、金杯S30共计9款精品车型,除中华骏捷Cross飞炫外全部是全球首发车型。同时亮相的还有7款发动机产品,包括0.8L(两缸)、1.0L、1.0T、1.5L、1.5T、2.0T(GDI)(缸内直喷)、2.0T(柴油)。而中华骏捷FSV Plug-in纯电动模型也一同亮相车展。

在诸多参展车型中,华晨秘密运作已久的C级车大中华概念车第一次亮相,受到观展嘉宾的格外注目。它将祥云、太极等中国元素与欧洲当代美学碰撞融合;搭载了2.0TGD发动机,匹配6挡手自一体变速器,带有制动能量回收系统,动力更强,更加节能环保;装配E-drive智能控制、TSP智能网络系统、自适应巡航等诸多高科技装备,让驾乘

者畅享智能汽车生活。作为华晨汽车“立足中端、上下延伸”产品策略的最新成果,大中华概念车不仅代表了华晨汽车的最高设计水平,也传达出华晨汽车向C级车市场进军的实力和信心。

大中华概念车备受关注,计划于年内上市的全新中级车——中华H530也堪称华晨展台人气明星。上海车展共展出了中华H530高性能版和中华H530混合动力版两款车型。中华H530高性能版搭载华晨自主研发的1.5T涡轮增压发动机、匹配五速手自一体变速器,前有麦弗逊独立悬挂,后有扭力梁半独立悬挂,完美打造了中级车的豪华驾乘感受。同时,它配置了ESC车身稳定系统等高科技配置,打造出豪华的主动安全体系。而中华H530混合动力版则搭载了启停混合动力系统,节油率可达8%—12%。上海车展为中华H530上市进行了成功的预热,有望成为国内中级车市场的另一款实力畅销产品。

华晨绿色动力阵营也成为又一亮点。中华EV纯电动概念车、金杯大海狮W纯电动、中华骏捷FSV Plug-in等新能源车齐登台,强势奏响华晨绿色战略最强音!中华EV纯电动概念车搭载纯电动动力系统,直流快充20分钟即可充满70%电量,续航里程可达160km,性能可与传统小型轿车相媲美,将是未来城市理想代步工具。金杯大海



狮W纯电动绿色版则采用了磷酸铁锂电池组,在国内率先实现商用车动力的绿色化。而中华骏捷FSV Plug-in为外插电模式,在市区工况下既可以纯电动模式行驶,也可启动增程器系统实现混合动力模式行驶,增大整车行驶里程,节能效果可达到40%以上。多款纯电动车和混合动力产品的亮相,是华晨汽车“绿色主张”的进一步深化和体现。

此前,备受关注的华晨南方基地绵阳华晨汽车公司生产的国内首款MINI型SUV——金杯S30和华晨汽车集团旗下的上海申华路易专用车公司生产的阁瑞斯MPV高顶商务旅居车也赢得了观众的广泛好评。金杯S30配备了六大智能报警系统、12项智能电控安全系统及车身电控智能升级模块,堪称同类产品智能安全巅峰之作;190毫米

的超大离地间隙,让车辆通过性更强;宽敞舒适的内部空间,为出行增添驾乘之悦。阁瑞斯MPV高顶商务旅居车是基于华晨阁瑞斯平台开发的一款中高端商务车,通过对外观、内饰、电气的大幅度改装,极大地提高了车辆的内部空间、视觉效果、功能性和舒适性,尽显领袖风范。

长期以来,华晨汽车持续整合世界先进资源,为消费者提供精良的产品,努力使每一款车、每一辆车都成为名副其实的“国民精品车”。在上海车展这场中国汽车企业的“十二五”首秀上,华晨汽车用诸多精美车型和绿色科技征服了来自全球的观众,也印证了华晨汽车为中国自主品牌扛大旗的强大实力。

华晨汽车大张旗鼓迎战车市拐点的大幕全面拉开,弯道超车的意图非常明显。

战略

抓住企业的三个“牛鼻子”

■ 获思葩 本报记者 李华

面对汽车行业的巨变,尚显稚嫩的中国汽车行业并不会束手待毙,各大汽车厂商纷纷拿出了自己的杀手锏。

华晨汽车正审时度势,勾画出未来5年的发展蓝图:未来5年,华晨汽车将坚持“华晨模式”,以“做强、做优、做大”为目标,以结构调整、技术升级为主线,以改革、创新为动力,加速形成“产业三剑齐发,汽车四轮驱动”战略格局,大力实施技术领先、品牌优先、产业互动、国际化经营、管理创新、人才强企等六大战略,实现企业规模效益的历史性飞跃。力争在2012年,成为辽宁省属第一个销售收入过1000亿元的企业;力争2015年,成为辽宁省属第一个销售收入过2000亿元的企业。

在5月底大连举办的中国经济论坛上,华晨汽车集团董事长、总裁祁玉民指出,“企业真正发展是靠抓住三个牛鼻子,一个是品牌,一个是核心技术,一个是低成本的发展资金。”华晨汽车提出了“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;“通过自主创新、拥有自有技术、做好自主品牌”的发展路径,指明了企业的发展方向和发展道路。在这一基础上,华晨汽车系统总结了企业20多年的发展历史和发展特色,在继承中总结创新,提炼出了以“品牌创新、研发创新、资本创新”为核心的“华晨模式”。这就是祁玉民说的牛鼻子!

在8月底H530上市的时候,祁玉民再次明确表示,“华晨汽车已经形成了共识,一定要在未来5年和10年把专用车作为一个战略来抓,所以华晨形成了五年发展纲要的核心,叫产业三剑齐发,汽车四轮驱动。我们会分3个产业在未来5年三剑齐发,并行增长;汽车上我们实行‘四轮驱动’,轿车、面包车、卡车和专用车。第一次在五年战略规划中把专用车列进去了。”

如果说华晨汽车落子“专用车”是剑走偏锋的话,那么,祁玉民提出的专用车“四化战略”则有藏锋之意!在回答记者提问时,祁玉民做了全面深刻的阐释。

第一化是技术市场国际化。中国有市场,但是没技术,华晨汽车就是要通过国际合作,把国际高新技术拿过来,先占领中国市场,然后再占领国际市场。

第二化就是产业布局集群化。祁玉民说,“现在6+1的产业链。我们‘6’基本没做,就做了一个‘1’,‘1’就是制造。只做制造的话会累得要死也赚不到钱。因此华晨汽车要搞6+1,要搞集群——设计、研发、销售、物流、零部件、汽车金融,我们要全部搞,再加上‘1’,这是一个集群的概念,我们要搞一个产业集群。”

第三化就是品牌经营规模化。“华晨专用车有一个特点,就是拿别人的品牌和底盘整合一个车。把世界一些大的品牌底盘技术全部拿来,然后创造出上身部分,形成一个整车。这样的话,底盘用别的品牌,又创造一个别的品牌,上车加上底盘,形成双品牌,同时一定要实现规模化。”据了解,华晨专用车今年就能做到近5万辆。

第四化是企业管理现代化。这里面包括资本市场化、股权多元化、组织扁平化、管理信息化。他还透露,华晨专用车大连基地投资20亿美元,华晨正在通过资本市场来获取资金。

豪情满怀的祁玉民还是透露了他的锋芒所指,只是他有意卖了个关子,“我们的核心是产业三剑齐发,汽车四轮驱动,这里面有非常深刻的内涵,只能找一个时间慢慢再说啦。”

出击之二:H530 金秋上市启动中华行

在期待中,迎来了金色的秋天,中华H530如约而至。2011年8月29日,“美丽的地·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。华晨汽车正式推出全新中级车中华H530。中华H530是自主品牌“十二五”开局首款全新产品,更是华晨汽车发力“十二五”的重拳之作,展现出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。

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品牌,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。针对不断变化的市场环境,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。

为真正打造出老百姓买得起、用得好的“国民精品车”,中华H530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十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。

也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、宽敞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中的“H”既是华晨拼音缩写的首字母,又是对华晨汽车“高起点自主研发、高品质自主品牌、高目标跨越发展”的“三高”战略的又一次核心解读。

在中华H530发布现场,华晨汽车还与传媒巨擘阳光卫视共同启动了“美丽的地·绿色中华行”大型公益活动,借此提升社会对节能环保的重视,加大对环保公益事业的支持;中华H530二万公里超长路试也将同步进行,用最真实的检测直接印证产品的

卓越品质。

华晨汽车不仅开创了以品牌创新、研发创新、资本创新为核心内容的“华晨模式”,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起点低、技术弱、底子薄的历史。在日前发布的“2011年中国机械500强”排名中,华晨汽车更以卓越的综合实力荣登第12位。这不仅是华晨汽车在机械500强排名中的历史最好成绩,更意味着“十一五”期间华晨汽车的发展取得了实质性的飞跃。

祁玉民表示,“未来,华晨汽车将一如既往地坚持自主发展,走自主创新路,造‘国民精品车’。我们将继续以做强为目标,以创新为动力,以转型升级为契机,努力打造企业核心竞争力,在‘由大转强’的道路上,更快更健康地成长!”

逆市而上,在弱市中推出重磅车型,华晨汽车对中华H530寄予厚望。

中国汽车产业也对中华H530寄予厚望。有研究表明,车市回暖就在三季度末,中华H530恰逢其时。也许正是她将拉开中国汽车产业一个新时代的序幕。

出击之三:华晨汽车全品牌全国巡展

2011年9月17日,主题为“华晨精品绿悦于晨”的2011年华晨汽车全国巡展活动在山东潍坊正式启动。我国自主品牌主力军华晨汽车将从潍坊开始,率旗下包括中华H530、中华新骏捷、中华尊驰、中华骏捷FSV、中华骏捷FRV、中华骏捷Cross、阁瑞斯MPV、金杯海狮等全系精美车型,在全国27个城市中展开历时3个月的大型巡展活动。

据华晨汽车有关人士介绍,此次全国巡展,不仅是一次传统意义上的整车展示,更是华晨汽车“精品战略”的深化演绎,“绿色主张”的又一次全面诠释。面对日益严峻的环境、能源及

交通等诸多社会问题,华晨汽车以高度的社会责任感和严谨的科学态度,致力于以高新科技解决节能减排等重大课题。

华晨全品牌全国巡展不仅充分关注一线重点市场,同时也将进一步发掘二三线市场的巨大潜力,立于城市,而不囿于城市。丰富多彩的节目表演、全方位的品牌车型介绍和现场体验及咨询,进一步向广大消费者全方位、立体化地展现华晨汽车“高起点打造自主品牌”的发展道路。

刚刚上市的中华H530作为旗舰领航这次全国巡展,必定是其中最闪耀的明星。从上海车展首次亮相,到不

久前的正式发布,中华H530作为中国品牌在全新中级车平台开发的首款产品,在外观、动力、数字化配置方面均实现越级而立,树立了自主中级车品质全新标杆。作为民族汽车自主品牌主力军,此次巡展充分展示了“华晨模式”引导下的华晨汽车以创新求超越,不断进取的产品研发和品牌实力。相信,巡展将在全面展示旗下产品的卓越品质和品牌的服务水平的同时,树立起自主品牌阵营的全新品质标杆!

浩浩荡荡的华晨汽车自主品牌大军,刮起一场席卷大江南北的“中国风”,成为中国车市走向灿烂明天的一种象征。

掌门人说

祁玉民：千万不要误导市场

在中国汽车行业,祁玉民是一个敢说敢干的人。他动辄语出惊人,在业内是有名的。

他在中国经济论坛上说:“汽车业在一定程度上误导了国人,我们这个行业看起来非常疯狂,但是内在是有很多问题的。”所谓“拐点”也好,“滑坡”也好,实际上不过是回归,回归到汽车产业的本质规律。祁玉民说,“第一,我们没有品牌。在全世界100个顶级品牌里,中国只有3个,却与汽车无关。在世界500强企业里,有3个中国的汽车企业,却只是靠合资品牌总量上取得的;第二,我们没有自己的核心技术,我们的底盘技术、控制技术、发动机系统、变速箱系统、汽车电子全部靠外资。这样的汽车产业还能繁荣多久?”

采访祁玉民时,他又一次语出惊人,说媒体有时候也在误导国人。他告诉记者,他很多场合经常说的一句话是“眼前练好基本功,长远牵住牛鼻子”。可是,很多媒体报道出来后,就只有“牛鼻子”了。“没有基本功,是抓不到牛鼻子的!”生存问题都没解决,谈何发展?什么模式也没有用。市场只认真功夫,从来不认花架子,所以千万不要误导了市场啊。高品质的“精品战略”,节能环保的“绿色主张”是华晨汽车的基本功。

有评论家指出,目前中国汽车市场出现的拐点,绝不只是一个统计学意义上的拐点,人们的关注点将从产量、销量、利润、毛利率等等外在的指标,转移到品质、品牌、核心技术、低碳节能、环境友好等方面。随着“十二五”的到来,中国汽车产业已经由群雄逐鹿发展成以产业集群化、技术制胜、品牌为先的新时代,中国汽车产业正在迎来一场真正的变革。

问题又回到了“牛鼻子”上——谁抓住了“牛鼻子”,谁就能执牛耳!