

“BSV”是华晨专用车(Brilliance special vehicle)的英文缩写,而祁玉民更愿意把它解释为“构建社会价值”。“B”即 Building,构建;“S”即 Social,社会;“V”即 Value,价值。BSV——这也是华晨汽车继金杯、中华和华晨宝马之后的第四个驱动轮。

# 专用车布局完成 四驱华晨出发

■ 获思葩 本报记者 李华

2011年10月26日,主题为“华晨专用车·世界梦工场”的华晨汽车集团大连专用车产业科技创新基地签约暨首场平开仪式,在大连市金州新区先进制造业园区举行。加拿大麦格纳公司、美国第一救援公司、英国银帆咨询公司、韩国KC公司、德国UNICAT公司、德国BINZ……这一系列国际顶尖专用车公司的代表,分别与华晨汽车签署了合作协议,他们将进驻该基地与华晨汽车进行多角度合作。

随着这个千亿元的世界级高端专用车产业基地揭开面纱,华晨汽车在专用车领域的布局也基本完成。华晨汽车集团控股有限公司董事长、总裁祁玉民宣布:“华晨汽车集团大连专用车产业科技创新基地,将铸就一个新的世界级专用车品牌并开创高端专用车行业新纪元,更好地为省市发展先进装备制造业基地战略服务,并从这里开始,服务中国,服务世界。”



华晨汽车集团大连专用车产业科技创新基地签约仪式现场

## 创新基地： 再造华晨模式新辉煌

“十二五”是中国汽车工业实现从汽车大国向汽车强国迈进的重要历史时期,也是华晨汽车实现“做强、做优、做大”的关键时期。华晨汽车确立了“十二五”期间企业发展的三大目标: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;把华晨宝马品牌打造成中国高档轿车第一品牌;创建一个世界级的专用车品牌。

二是瞄准国际先进水平,不断提高自己的研发能力和水平,尽快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,发动机产销150万台,销售收入超过2000亿元,利税200亿元,把华晨汽车建成我国汽车工业发展自有技术、自主品牌的重要研制基地,成为跨地区、国际化的大型汽车企业集团。

华晨汽车规划的宏伟蓝图,得益于企业“十一五”积极探索,确立的以“资本创新、研发创新、品牌创新”为核心的“华晨模式”,即通过资本创新,优化、深化资本运作,构建企业发展的融资平台;通过研发创新,不断开发新产品,形成以产能为基础的产品平台;通过品牌创新,持续强化“品质先、方敢天下先”的品质管理理念,打造以“中华”、“金杯”两大自主品牌为核心的品牌平台,为企业未来发展奠定了良好的基础。

作为华晨汽车开创的自主品牌发展新模式,该模式近年来备受业界和相关专家、学者关注。如今,华晨汽车以“产业报国”为己任,以汽车整车、发动机、核心零部件的研发、设计、制造、销售和汽车后市场业务为主体,涉足能源资源等行业,除与德国宝马合资生产销售3系、5系宝马轿车外,高起点打造了“中华、金杯”两大自主品牌,形成了从客车、轿车到卡车的“宽系列、多品种、高品质”系列整车产品群,构建了“高技术、多品种、宽系列”的发动机产品平台,已成为汽车行业“通过自主创新、拥有自有技术、做好自主品牌”的重要代表。

2010年,华晨汽车集团实现整车销售50.1万辆,同比增长43.9%,增幅高居国内同行业榜首;实现发动机销售57.5万台,同比增长68.3%;实现销售收入679.3亿元,同比增长40.2%;上缴税金68.8亿元,同比增长33%。2011年,企业名列中国汽车销售排名第九、中国机械500强第十二名。

此次大连专用车产业科技创新基地项目启动,也正是对“华晨模式”的又一深化发展。可以预见,华晨汽车将继续以“华晨模式”领航新时期的企业发展,特别是在专用车产业发展上大力贯彻、不断创新该模式,通过综合利用企业管理现代化中的股权多元化、资本市场化等手段实现资本创新,通过产业集群化、市场技术国际化实现研发创新,通过品牌规模化、打造高端专用车产品实现品牌创新,最终打造一个国际化的专用车产业平台,为中国民族汽车工业发展树立一个崭新的、快速发展的新典范。

大连专用车产业科技创新基地是华晨汽车准确把握市场变化,积极应对“十二五”挑战,以国际化视野规划建设的世界第一个以产业集群为特征的高档专用车产业创新基地,对企业创新突破发展,对辽宁汽车工业的可持续发展具有十分重要的战略意义。

业界人士认为,该基地是华晨汽车实现汽车、资本、多元化“产业三箭齐发”,轿车、轻型客车、卡车、专用车“汽车四轮驱动”发展局面的重要战略高地,其正式开工建设,对辽宁汽车工业,乃至对整个民族汽车工业的战略格局都将产生积极、深远的影响。

今年5月,在公务访问西班牙期间,祁玉民在巴塞罗那目睹了圣家族大教堂的辉煌,尽管尚未完工,但这座建筑已被确定为世界文化遗产。气势恢宏的架构、精湛绝伦的艺术、天马行空的创意,给了祁玉民无比的震撼,“无尽的创意源自伟大的梦想”,他在贵宾留言簿上挥笔写下这样一行文字。

“我期待今天华晨汽车始建的大连专用车产业科技创新基地,在不远的未来,将成为华晨汽车,乃至民族汽车工业的新的造梦工场。”祁玉民对此满怀希望。

## 专用车： 在激烈的汽车市场竞争中找蓝海

在当下,说到汽车产业谁也无法回避的一个问题就是,经过十几年的高速增长,中国汽车业已经进入了一个稳定增长的新时期,那种遍地开花、高速扩张、疯狂增长的好时光一去不复返了。在新的市场形势下,如何冲出重围,寻找新的增长点?

华晨汽车认真研究市场变化,从中发现了一个被很多人忽略的现象。与蓬勃发展的乘用车市场相比,中国市场专用车销量仅为206万辆,这个比例大大低于国际市场的平均水平。

有关专家预计,未来十几年,国内专用车将以不低于15%的速度逐年增长,到2015年末年销量可达到约421万辆,其增速将高于整个汽车市场的发展速度,有可能成为汽车市场唯一的亮点。

世界上发达国家汽车市场的发展过程也证明了这一点,在高速增长之后,市场趋于稳定;在稳定的市

场中照样会有一些高速增长的市场,专用车市场,就是其中之一。

在华晨汽车看来,这就是一片“蓝海”。

有专家指出,由于我国汽车产业发展时间较短,很多企业又一窝蜂地扑进了乘用车市场,所以留下了很多的市场空白,如医疗救护车、环卫环保用车、军用警用车、消防用车、残障人士的福祉用车、高端的商务车、旅行车、房车等等。华晨汽车进行了深入的研究和反复的论证,祁玉民果断拍板,“这就是我们要找的蓝海”。于是从2009年开始,华晨汽车陆续出手,先后在沈阳、铁岭、上海、绵阳、常州、鹤壁兼并重组进入了专用车领域,开始了一个宏大的布局。

华晨汽车进军专用车的战略意图,在业内已是尽人皆知了,但是祁玉民的整个布局却一直是一个谜团——他的每一次落子,都引起业界高度的重视和广泛的猜测,激起一片惊呼!

2005年至2010年间,华晨汽车以创新求超越,不但创造了备受业界瞩目的“华晨模式”,而且在产销指标、研发创新、产能扩张、品牌建设、资本运作、合资合作、运行质量、体系建设、职工面貌等方面取得了历史性成绩,完成了从生存型企业到发展型企业的凤凰涅槃。如今,华晨汽车已经成为辽宁省属企业的纳税大户和就业大户,成为辽宁装备制造业的支撑型企业,进入企业历史上增长最快、规模最大、竞争力最强的时期,已经成为中国汽车工业自主品牌的主力军,高举“高起点自主创新、高品质自主品牌、高目标跨越发展”大旗,树立了自主品牌的发展里程碑。

2010年,华晨汽车以实际行动落实辽宁省提出的“以增量带动结构优化、以创新促进产业升级”,构建新型创新产业基地和千亿级产业集群的战略部署,设立了大力实施蓝海战略,快速实现“做强、做优、做大”的宏伟目标。

在华晨汽车的未来蓝图中,专用车占有举足轻重的地位。华晨汽车专用车板块上实施产品差异化战略、市场蓝海战略、品牌优先战略、技术领先战略,力争到2016年,实现“22211”目标,即在2012年至2016年的5年间,总计投资20亿美元,实现利税总额200亿元人民币,并在2016年项目全部建成投产时,实现年利税总额20亿美元,年销售收入1000亿元人民币,年销售专用车整车10万辆,解决社会就业1万人。

大连作为东北地区对外开放的窗口,有着得天独厚的地理位置和雄厚的工业基础,汽车零部件已经形成产业集群,大连具有较为完备工业体系,完整的技术配套能力,充沛的高素质专业化人力资源,便利的海港物流条件。经过多方比较和审慎选择,华晨汽车的高端专用车产业科技创新基地项目,最终花落大连。

一子落地,满盘生辉。

## BSV： 华晨汽车的第四个驱动轮

华晨汽车已经有了三个驱动轮——金杯、中华和华晨宝马。2010年后华晨汽车将强力推进品牌经营,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;把华晨宝马品牌打造成中国高档轿车第一品牌;创建一个世界级的专用车品牌——这就是BSV。这也是华晨汽车的第四个驱动轮。

“BSV”是华晨专用车(Brilliance special vehicle)的英文缩写,而祁玉民更愿意把它解释为“构建社会价值”。“B”即 Building,构建;“S”即 Social,社会;“V”即 Value,价值。可见,在祁玉民的心中,华晨汽车进军专用车领域,不仅是一个产业的布局,一个决胜新的增长点,而是一个更为宏大的布局——他说“将铸就一个新的世界级专用车品牌并开创高端专用车行业新纪元,更好地为辽宁省发展先进装备制造业基地战略服务,并从这里开始,服务中国,服务世界。”

2010年5月26日,华晨汽车铁岭专用车有限公司奠基仪式在辽宁专用车生产基地举行。

2010年7月15日,华晨汽车与奔驰专用车的合作在上海正式签约。华晨汽车的卡车业务已经拉开了序幕,落户河南鹤壁、江苏常州。

2011年8月8日,华晨汽车(铁岭)专用车有限公司正式建成投产并顺利实现首车下线。业界普遍认为,这标志着华晨汽车打造中国最大专用车基地的战略取得阶段性成功。不难看出大连专用车产业科技创新基

地不仅肩负着华晨汽车新时期的重任,更肩负着一种新的探索的使命,这很可能是中国汽车产业走向世界的新途径。

针对中国专用车产业技术水平低、产业集中度低、车型品种少等问题,采用“引进、消化、吸收、再创新”的策略,占领并站稳中国专用车高端市场,再逐步转向国外专用车市场,创造专用车全球化发展模式,树立世界的中国专用车品牌。这就是华晨汽车“市场技术国际化”的战略意图,通过引进国外先进技术,生产世界级高端产品,吸引国际级专家人才,实现“人才国际化、产品国际化、技术国际化、市场国际化”,也就是通过市场高地,占领技术高地,从而走向世界市场。

按照规划,大连专用车产业科技创新基地建设将分为两大阶段进行。其中,建厂引进阶段,计划于2013年完成基本建设,基地将实现年产能5万辆,具备数十种产品品种的专用车与底盘的生产开发能力,同时还将建成物流、零部件等配套资源,成为系列化、规模化的生产基地。

第二阶段是发展预研阶段,将于2016年完成,将实现10万辆的年产能目标,建成“6+1”(集研发、设计、物流、零部件、营销、汽车金融+制造于一体)功能区,打造“区域化聚集、专业化分工、社会化协作”的专用车多元化汽车城,使之成为具有完整产业链的综合创新基地。

针对世界专用车市场,引进顶尖品牌的底盘技术,打造高品质产品,致力生产高端专用型汽车,为国内专用车领域注入新鲜的血液,实现品牌规模化发展。最终逐步实现同步国际品牌,打造世界的中国专用车品牌,有效提升企业核心竞争力。

大连专用车产业科技创新基地按照“6+1”功能划分,根据市场需求调整和组织柔性化生产,生产功能区域厂房规划为整车生产装配、辅助生产加工、零部件制造加工、零部件物流配送、整车物流仓储和产品试验测试六大模块区域,确保具有一定的灵活性和可扩充性。同时,提供“宜产乐居”的生活、生产、学习环境,打造“区域化聚集、专业化分工、社会化协作”的专用车多元化汽车城,形成“产业布局集群化”。

针对世界专用车市场,引进顶尖品牌的底盘技术,打造高品质产品,致力生产高端专用型汽车,为国内专用车领域注入新鲜的血液,实现品牌规模化发展。最终逐步实现同步国际品牌,打造世界的中国专用车品牌,有效提升企业核心竞争力。

大连专用车产业科技创新基地按照“6+1”功能划分,根据市场需求调整和组织柔性化生产,生产功能区域厂房规划为整车生产装配、辅助生产加工、零部件制造加工、零部件物流配送、整车物流仓储和产品试验测试六大模块区域,确保具有一定的灵活性和可扩充性。同时,提供“宜产乐居”的生活、生产、学习环境,打造“区域化聚集、专业化分工、社会化协作”的专用车多元化汽车城,形成“产业布局集群化”。

针对世界专用车市场,引进顶尖品牌的底盘技术,打造高品质产品,致力生产高端专用型汽车,为国内专用车领域注入新鲜的血液,实现品牌规模化发展。最终逐步实现同步国际品牌,打造世界的中国专用车品牌,有效提升企业核心竞争力。

大连专用车产业科技创新基地

将进一步到位实现“企业管理现代化”,通过运用国际顶尖管理模式,实现股权多元化、资本市场化、组织扁平化、管理信息化。

业内专家称,华晨汽车的大连专用车产业科技创新基地实现“四化”,不仅意味着大连专用车产业科技创新基地将成为世界首个高端专用车产业基地,而且有可能成为一个汽车产业的科技创新基地,复制和推广到更广阔的领域。

有了第四个驱动轮,四驱的华晨汽车将驶向未来更广阔的疆场。



2011年10月14日,华晨高端医用车亮相第64届中国国际医博会