

特别报道



# 第500万辆奇瑞汽车下线 乘用车中国品牌成就新纪录

本报记者 张晓梅 / 张晔 吴明

12月18日,中国·芜湖,伴随着一辆簇新的“艾瑞泽5”驶下生产线,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。



## 三大升级: 为下一个500万用户造车

以实现第500万辆汽车下线为契机,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,在集成第一阶段取得的成果和成绩的基础上,继续坚持自主创新,通过坚持“技术、品质、国际化”打造品牌,依托“技术2.0、品质2.0、国际化2.0”三大升级,实现消费者体验的升级。

“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智能整车精益体系、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地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;自主研发国内较高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。

在实现技术全面升级的基础上,未来五年,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,奇瑞坚持正向开发和自主研发的道路,逐步建成拥有整车集成、核心技术、核心零部件开发能力的体系,力争到2020年产销规模将达20万辆。目前,奇瑞已形成全系列的新能源乘用车研发体系和集成平台,包括:四大新能源整车平台(小型纯电动平台、中型纯电动平台、插电式混动平台、电四驱平台);五大通用子系统(动力电池系统、电驱动系统、整车控制系统、PHEV动力总成、电驱动后桥);七大核心技术(电池管理技术、电池系统设计、整车控制技术、PHEV系统设计、智能互联设计、轻量化技术、新能源整车集成)。

“品质2.0”,即经过多年坚持,奇瑞的正向研发体系逐步完善,团队更成熟、流程更精细、标准更严苛、对消费者产品体验的理解与应用更加深入,其核心是奇瑞整车集成和匹配调校技术的逐步成熟和提升。

产品升级上,以艾瑞泽5为代表的四款战略产品将陆续上市,开启正向体系第二代产品阵营,由高品质的“功能性价值”(第一代产品),向高品质的“享受性价值”提升(第二代产品)。

感官品质升级,经由打造艾瑞泽5、T15等二代战略车型,奇瑞感官品质进入“感官品质2.0”阶段。以用户“享受”体验为主导,诉求以触觉舒适为主导,涵盖视觉、嗅觉、听觉以及用户心理感受的全面提升。而在未来的“感官品质3.0”阶段,将实现以品牌“认同”为目标,树立产品及品牌的DNA。

动力升级,以艾瑞泽5为例,艾瑞泽5搭载的1.5L DVVT发动机,有两种动力模式:经济模式(ECO)和运动模式(sport)。完美平衡动力性与燃油经济性,油耗表现突出,百公里油耗低于6L。此外,艾瑞泽5将推出自己的“蓝驱”版车型,搭载智能启停系统(ISS)、AMS电源管理系统、换挡提醒等技术,显著节油、安全性高、更人性化。

下一步,将实现第二代缸内直喷涡轮增压发动机TGDI发动机全面上市,1.2TGDI和1.6TGDI发动机以及6DCT与第二代CVT自动变速器将陆续搭载上市。

性能升级,第二代产品性能的升级,是整个正向体系水平升级的结果,其核心是“以用户为中心”逐步提升和完善整车集成和匹配调校技术;根据对用户“性能需求”的精准理解和落实,确保产品性能目标与用户感知更关联、更接近;过程管理更为精细,对每一项流程精确控制,达成性能集成能力的整体提升。

平台化升级,在奇瑞新一代产品中,平台化和模块化水平将登上一个新的台阶。以第二代产品中的T15和T17两款SUV为例,T17与T15平台件沿用率87.8%,车身件沿用率83.6%,进一步体现了平台化开发的优势。

“国际化2.0”,即海外市场实现从“走出去”到“走上去”,着重打造品牌形象,走出一条由技术输出到品牌输出的道路。

“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。首先将在平台化共享、研发资源共享等方面展开协作。

正如尹同跃在《致奇瑞500万用户的一封信》中所说的:“奇瑞将继续通过坚持‘技术、品质、国际化’打造品牌,以更新的技术、更高的品质,为大家生产出更安全、更节能、更环保的汽车产品。同时奇瑞希望与大家一起,共同探讨未来的交通出行方式,紧盯汽车技术发展的最前沿,用更好的技术、更完善的体系,创造出互联网时代全新的生活方式。”

## 八方来宾见证中国第一个500万辆乘用车下线

当天上午,在奇瑞汽车芜湖工厂,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,芜湖市长潘朝晖、中国汽车工程学会常务副理事长兼秘书长张进华、中国汽车工业协会副秘书长师建华等政府与行业领导,与来自全国各地的用户代表、媒体记者、产业链合作伙伴、员工代表近千人出席了庆典活动,共同见证了这一重要时刻。

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,16年后的2015年12月18

日,奇瑞实现第500万辆汽车下线。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》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。

在庆典活动现场,奇瑞车主代表与大家分享了自己与爱车的感人故事,表达了对奇瑞汽车的喜爱与信

任。奇瑞汽车常务执行副总经理陈安向广大奇瑞车主表达了感恩之情,他说:“感谢奇瑞全球近500万用户,因为你们16年来的付出、支持和期待,让我们深感肩上责任之重,更加坚定我们要造‘好车’,来回报你们的厚爱”。

芜湖市市长潘朝晖在庆典活动上表示,奇瑞汽车成立之初,筚路蓝缕,到如今500万辆车轮滚滚,记载着奇瑞汽车成长道路的艰辛,也体现了中国汽车工业追赶世界的坚实步伐。奇瑞的发展,为芜湖市乃至安徽省的地

方经济发展做出了重要贡献,并已成为芜湖市一张最响亮的名片。

中国汽车工程学会常务副理事长兼秘书长张进华在讲话中表示,在中国品牌汽车企业中,奇瑞汽车扮演了一个先锋和探路者的角色,奇瑞汽车从0到500万辆,是一个不断积累、不断创新、不断摸索的过程。某种程度上说,奇瑞的探索就是汽车行业的探索,奇瑞的创新为其他中国品牌企业提供了很好的借鉴。所以奇瑞500万辆的成就不仅属于奇瑞,更是属于整个中国汽车行业。

## 坚持创新:中国品牌汽车的发展是一场“马拉松”

奇瑞公司成立18年来,依靠“模仿创新—集成创新—正向开发”的成长路径,每年投入营业收入的5%—10%,10多年来累计研发投入达到300亿元人民币,形成了从传统汽车到新能源汽车,从整车到发动机、变速箱、关键材料、关键装备等核心技术,从设计、开发到试制、试验的比较完整的自主创新能力。自主开发了国内第一款TGDI缸内直喷涡轮增压发动机,第一台CVT无级变速器,第一个也是唯一一个掌握发动机管理系统(EMS)技术的中国品牌企业,从而成为我国首个掌握高端发动机、底盘、发动机管理系统(EMS)和自动变速箱等汽车四大关键技术的汽车企业,打破了国外

企业对于汽车核心技术的垄断,并凭借《节能环保汽车技术平台建设项目》成为国内第一个获得“国家科技进步一等奖”的汽车企业。

18年坚持不懈的技术创新,取得了累累硕果。截至2015年上半年,奇瑞汽车累计申请专利10165件,累计获得授权专利7308件,位居中国品牌汽车企业第一位。

由于在技术创新方面所取得的突出成就,2008年,奇瑞荣获首批“国家创新型企业”称号,2011年,在国务院委托《经济日报》、清华大学组织的“中国十大创新型企业”评选中,奇瑞位居第3位(其余依次为:中国航天、中国南车、华为技术、潍柴动力、海尔等)。

在新能源领域,奇瑞公司自2000年开始投入新能源汽车的研发,以国家863项目为载体,以科技部批准组建的“国家节能环保汽车工程技术研究中心”为依托,联合国内顶尖的高校及科研院所,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,公司已经形成一整套关键零部件研发、试验、应用标定及产业化的能力,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。

在市场表现上,奇瑞新能源也位居国内汽车企业前列,今年1—11月,

奇瑞新能源产品累计销量11355辆,同比增长59.7%。而明年4月份,奇瑞第一款插电式混合动力车型艾瑞泽7PHEV即将上市。

为了庆祝第500万辆汽车下线和奇瑞所取得的成就,同时,为了让奇瑞全体员工体会到中国品牌汽车发展的不易,在举办第500万辆汽车下线庆典前夕,公司组织员工跑了一场最能体现耐力和毅力的“马拉松”,告诉自己 and 所有员工,马拉松运动彰显的是挑战自我、超越极限、坚忍不拔、永不放弃的精神,而中国品牌汽车业的发展也是一场马拉松,只要有梦想,凭借着顽强拼搏、锐意进取、勇往直前、永不止步的精神,就一定能取得成功。

## 战略转型:打造具有全球竞争力的正向体系



奇瑞高管现场接受媒体采访并回答相关问题

2010年,奇瑞汽车当年销售达到68.2万辆,创下历史新高。与此同时,奇瑞意识到这种依靠追求速度、规模和销量的发展模式,是无法持续的,面对市场环境的变化,必须要调整,必须进行战略转型。

经过5年的转型发展,奇瑞对研发、生产、质量、营销、财务等九大运营体系进行优化和重建,特别是产品研发体系,按照国际标准产品研发体系和流程建立起“V字形”正向开发体系,产品开发实现了从市场到市场的闭环。在研发体系

的组织架构方面,形成了以专业技术研究院和产品开发平台相结合的矩阵式研发组织架构,这种“矩阵式”协同研发的模式,突出了不同项目组的优势,同时专业技术的研发也更加透彻深入。

2013年4月,在历时两年战略转型的基础上,奇瑞正式发布了“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。同一年,艾瑞泽7和瑞虎5等战略性产品上市。

转型后体系能力的增强,使得奇瑞的新车质量获得大幅提升。在法国益普索和汽车之家《2015年乘用车新车质量报告》中,奇瑞位列第五,在紧凑型轿车细分市场中,艾瑞泽7和艾瑞泽3双双上榜,艾瑞泽7在200多款紧凑型轿车中名列第12位,仅次于观致3位居中国品牌第二位。而在J.D.Power《2015年度中国新车质量研究(IQS)报告》中,奇瑞E3在紧凑型轿车中位居行业第一位,奇瑞瑞虎3位列行业第三位,中国品牌第一位。2014年,奇瑞艾

瑞泽7一举摘得“2014年度紧凑型乘用车安全奖”桂冠,也是获得“2014年度安全车奖”的唯一中国品牌轿车。

在国际化方面,随着观致和奇瑞捷豹路虎两大合资项目陆续建成投产,以奇瑞品牌为核心,两大合资项目为两翼的“大奇瑞”的品牌架构以及依托“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为豪华品牌;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。除了奇瑞品牌销量表现良好外,观致汽车和奇瑞捷豹路虎两大项目的开局良好,其中观致汽车今年1—11月销量12246辆,同比增长107.6%;奇瑞捷豹路虎,1—11月销量20957辆,发展势头良好。

在总结奇瑞18年发展历程的体会时,尹同跃指出,“坚持真正做自主研发是中国汽车工业的出路,做好产品内在品质成为自主企业长期发展的根基。”