

风向标



在暗流涌动的车市上,每个车企的举措都将使充分竞争局面变得火花飞溅。奇瑞,一直坚守创新阵地的自主品牌车企,近期却发生了三件大事:一是9月17日,挂牌引入162亿元资金增资扩股;二是9月30日,公布董事会同意陈安宁辞去总经理一职;三是10月10日,艾瑞泽GX、EX两款新车和奇瑞汽车股份有限公司董事长、总经理尹同跃同台亮相。很显然,在当前车市哀鸿遍野的大势之下,奇瑞又将向这一行业吹进一股自主品牌的强劲之风。

增资扩股,是卖奇瑞还是强奇瑞?

本报记者 张晓梅 / 吴明 张骅

奇瑞近期发生的三大事件,最引人关注的是增资扩股一事,本来这是企业经营管理的正常行为,但在一些人的刻意解读下,变得复杂,从而引起了一些社会误解。增资扩股,到底是卖奇瑞还是强奇瑞?10月中下旬,《中国企业家》记者带着这些社会关注的问题走访了奇瑞汽车股份有限公司(简称“奇瑞”)董事长、总经理尹同跃和相关管理人员。



奇瑞汽车股份有限公司董事长、总经理尹同跃

增资扩股是企业发展的需要

9月17日,奇瑞在安徽长江产权交易中心发布预告,计划通过增资扩股形式为奇瑞控股集团有限公司、奇瑞汽车股份有限公司征集投资方,引入162亿元资金,助推奇瑞做大做强。

尹同跃表示,此次增资扩股是奇瑞通过引入新股东,在存量资本基础上增加注册资本,把“蛋糕做大”的一次战略引资,资金将重点用于发展“奇瑞2025战略”的新技术和新业务。其中,新技术包括新能源、智能互联、移动出行,新业务包括开拓欧美高端市场、发展共享经济等。同时,响应中央“去杠杆”号召,奇瑞希望通过增资扩股降低企业成本,让国有资产保值增值,推动企业做大做强。

创业21年的奇瑞为何选在此时进行增资扩股?尹同跃说,最重要的原因是为奇瑞实现下一阶段战略集聚优势资源,注入新鲜“血液”。随着新能源、智能互联浪潮带来的技术革命,消费升级催生的迅速迭代,全球汽车行业的竞争更加激烈。尽

管奇瑞通过前几年的战略转型夯实了稳步增长的局面,在技术创新、智能互联、新能源、国际国内市场等方面取得了新成果,但要想把奇瑞打造成为一个响当当的“百年老店”,必须更加积极主动地创新求“变”,为下一轮竞争抢占新赛道。奇瑞作为国内目前唯一没有上市的大型汽车集团公司,实现这样的目标需要巨大的资金投入,需要引入战略资本。同时,通过增资扩股建立的多元股权结构,也有利于优化企业发展环境,加快“奇瑞2025战略”落地。

为了消除社会和职工的疑虑,尹同跃还专门为此致信全体员工。他在信中表示:“奇瑞的初心不会改变,梦想、战略和使命一如既往。我也代表董事会和经管会向大家承诺,我们将尝试建立更有效的员工激励机制,让全体奇瑞员工成为企业发展成果的共同受益者,成为‘幸福奇瑞’的建设者和共享者,增资扩股后的奇瑞,必将成就各位更加精彩的生活与事业。”

增资扩股是企业“做大蛋糕”之举

自1997年成立以来,奇瑞通过自主创新,着力打造自主品牌,从无到有、从小到大,实现了自主品牌汽车发展史上的多个战略性突破。奇瑞控股集团有限公司则成立于2010年,以汽车产业为基础,集团旗下投资有汽车、汽车零部件生产与研发、造船、金融、旅游地产、现代服务业等业务板块,有200多家子公司,业务范围遍布海外80余个国家和地区。目前集团拥有员工4.8万余人,总资产1200多亿元。

据奇瑞总经理助理金戈波介绍,近几年来,国内汽车行业竞争日益激烈,特别是自主品牌崛起,使得市场竞争白热化。而自2018年以来,中国乘用车市场出现严重下滑。中国汽车工业协会发布的最新数据显示,8月乘用车产销分别完成170.5万辆和179万辆,与上年同期相比,产销量分别下降4.7%和4.6%,已连续两个月出现产销同比下降的情况。在这种情况下,奇瑞加快发展的资金问题以及优化体制机制的需求日益凸显,迫切需要引入外部力量助推企业下一阶段发展。

从现在的发展形势来看,受益于多年来的体系建设以及品质的提升,今年奇瑞出现了逆市增长的势头:今年1—9月,奇瑞集团累计销量528811辆,同比增长15.4%,其中,累计出口98513辆,同比增长23.1%;奇瑞新能源累计销量59679辆,同比增长

233.9%。9月份,奇瑞集团旗下各主要板块销量均表现良好,其中,奇瑞股份销量48229辆,同比增长13.3%,其中国内市场销量32112辆(不含合资企业),同比增长43%;奇瑞控股销量18507辆,同比增长94%。

在产品质量上,奇瑞全新一代主流产品的3个月内千车故障率数值(20)已经优于主流合资品牌的平均值(30),获得市场和用户的高度评价。IQS值109,接近合资企业100的水平。同时奇瑞已经成为中国拥有自主知识产权最多的汽车企业,申请专利16262件,授权专利10464件,2017年全国排名第七,为汽车行业第一位。

经历20多年发展,奇瑞基本完成了自主品牌阶段的技术、规模和海内外市场积累,进入立足全球价值链打造大企业和大品牌的新阶段。未来,奇瑞计划在技术创新、新能源、智能互联、高端国际市场等领域进行一系列布局。

奇瑞通过此次增资扩股引入战略投资者,预示着这家自主品牌车企的勃勃雄心。业内人士分析认为,增资扩股是增量转让,而不是存量转让,是企业“做大蛋糕”之举。通过增资扩股,能使这家老牌车企轻装上阵,为其发展战略的实施提供足够资金支持,同时股权结构的改善,也将为企业发展提供更好环境。

尹同跃将携艾瑞泽GX、EX双星铿锵向前

奇瑞自2010年进入转型期,在近10年的时间里,尹同跃和他的团队顶住了各种困扰和压力,在他们心中只有一个念头:沉下心来把车做好。10月10日,奇瑞艾瑞泽GX和艾瑞泽EX“双子星”在上海向世界宣告上市,就是最好的见证。

尹同跃认为,现阶段对于奇瑞而言既复杂也简单,复杂是20多年的发展融入了各方精英,同时也并存了不同车企的文化,它要通过奇瑞这个大熔炉进行提炼升华,在这一过程中必然伴随着电闪雷鸣,来完成自身调整。这也是引起外界猜忌的重要原因之一。简单说就是奇瑞整合全球资源,打造多重平台,目的就只有一个:把车做好。这是奇瑞永远不改的初心。

尹同跃特别提醒,看待今天的奇瑞,要用大奇瑞的视野来进行度量,奇瑞是一个造车企业,但又不是一个只会造车的企业,在奇瑞集团名下不仅拥有众多上市公司,而且绝大多数是具有新兴产业特色的“小巨人”、“隐形冠军”和“独角兽”企业,是这些最活跃的细胞拱卫着奇瑞汽车的发展。

尹同跃在上海新车上市发布会期间接受媒体人采访时说,沉寂多年的奇瑞一直在摩拳擦掌,为的就是在合适的时候打出一记重拳。近10年来,奇瑞一直坚持变革,重塑了体系能力,现无论是产品质量、成本、效率,或者是投资和过去相比不可同日而语。所以,奇瑞两款新车型同时上市,

不仅增强了传播效率,更重要的是在中国市场竞争异常激烈的大势之下,奇瑞希望这记重拳打的是组合拳,又狠又准。

尹同跃在新车上市现场致辞时提到,奇瑞的智能化转型首先从艾瑞泽GX和EX的命名细节上开始体现,GX和EX分别代表以下含义:G代表进取领先(Go-ahead)的产品形象,E代表舒适时尚(Elegant)的产品形象。而X是“奇瑞雄狮”战略的体现,是AI人工智能的标签。

他表示:“艾瑞泽GX和艾瑞泽EX,是奇瑞依托于‘奇瑞雄狮’打造的两款全新轿车。这两款车搭载了奇瑞最先进的‘雄狮智云’智能网联系统,并首次应用了AI人工智能技术,集中展现了我们智能化转型所取得的阶段性成果,为我们未来进一步优化人类出行和生活方式奠定坚实基础。”

对于这两款新车的表现和奇瑞今后的发展,尹同跃表示,随着新一轮科技与产业变革的到来,汽车产业正迎来一个百年一遇的挑战和机遇。但无论市场如何变化,奇瑞坚持“以客户为中心”的服务宗旨不会改变,为满足全球消费者对美好生活的需求,为他们提供最好的产品和服务的信心和决心不会改变。相信随着艾瑞泽GX和EX两款产品的上市,必将大幅提升奇瑞在轿车市场的竞争力,进一步带动奇瑞四季度的销量提升,给奇瑞全年市场销量一个完美的收官,并对奇瑞今年达到增长至少20%充满信心。

相关



“智能互联与房车露营产业发展高峰论坛”开幕

张骅

11月3日上午,第五届中国汽车(房车)露营大会重头戏——“智·享未来”智能互联与房车露营产业发展高峰论坛在安徽芜湖举行。来自政府、学界、汽车制造与房车露营行业的专家学者和业界精英等500余人汇聚一堂,共同探讨智能互联与房车露营产业的未来,分享前沿思路与创新实践。

本届论坛由中国汽车摩托车运动联合会、安徽省体育局、安徽省旅游发展委员会、芜湖市人民政府联合主办,中国汽车摩托车运动联合会汽车露营分会、奇瑞控股集团有限公司共同承办。中国汽车摩托车运动联合会主席詹郭军,国家体育总局体育经济司副司长彭维勇,国家体育总局汽

车运动管理中心副主任、中国汽摩联合会副主席林洁,中国汽车工业协会副秘书长师建华,安徽省、芜湖市领导,奇瑞控股集团、美国REV集团领导,以及中国汽车工业协会,全国35个省、直辖市、自治区的政府部门领导,北京体育大学等高校嘉宾及中国汽车摩托车运动联合会、房车露营行业代表等出席论坛。

论坛结束后,嘉宾现场体验了奇瑞艾瑞泽5e无人驾驶车。据了解,奇瑞自2010年就与中科院合肥物质科学院联合建立了自动驾驶汽车技术平台。经过多年努力,奇瑞目前已完成第一代、第二代自动驾驶产品的研发,并预计在2020年实现Level 3有条件自动驾驶,2025年实现Level 4高度自动驾驶,2026年以后实现Level 5完全自动驾驶。