



华晨汽车集团董事长、总裁 祁玉民

中汽协发布的2013年1—10月汽车产销数据报告显示,中国品牌(原为自主品牌)乘用车共销售577.57万辆,占乘用车销售总量39.96%。德系、日系、美系、韩系和法系等外资、合资品牌乘用车共销售864.16万辆,占乘用车销售总量的60.04%。

纵观中国汽车产业,市场培育良好,但中国品牌市场占有率仍有大幅度可提升的空间。中国汽车市场刚性需求强与高品质中国品牌供给能力弱之间产生了不平衡的现象,中国制造和中国创造之间产生了不平衡的现象,合资和自主品牌的发展产生了不平衡的现象,面对目前产业中呈现出的"一粗一细、一长一短、一强一弱"的状态,作为自主品牌生力军企业的华晨汽车充分认识到,以低价格打市场的战略已经成为过去,只有增强精品供给能力,拓宽产品线,提供品牌、品质、技术与服务都是一流的产品,提升综合竞争力,才能站稳市场,实现产业崛起的中国梦。

华晨汽车集团董事长、总裁祁玉民表示,华晨将继续坚持"大飞机"战略,实现企业从简单的成本竞争战略向依靠技术、品牌、品质、服务、成本全面提升核心竞争力的战略转型升级。

致力节能和新能源 华晨转型蓄势已发

对于转型,华晨汽车有着自己独到的解读与见解。近年来,华晨汽车致力于"节能"与"新能源"技术开发共同发展,循序渐进,由原来的生产高能耗、高排放产品转型到生产低能耗、低排放产品;从之前的追求数量转变为以质量为首要。

目前,华晨汽车主力车型都已满足北京率先实施的京五(国V)排放标准。2013年11月6日,华晨汽车集团与辽宁省有关部门正式签订战略合作框架协议,并成立辽宁省环保专用车辆工程研究中心。旨在提高辽宁省环保专用车研发和科技创新的核心竞争力,建成立足辽宁、辐射全国的环保专用车研发基地,以全球化视野,提升我国环保专用车的自主开发能力和水平,为推进生态文明建设工作保驾护航。

近年来,华晨集团科学调整产品结构布局,全力打造世界首个以产业集群为特征的高档专用车产业创新基地、培育一个世界的专用车品牌。

今年年初,华晨汽车大连专用车基地所研发的首辆房车已正式下线,作为华晨专用车推出的首款力作,大海狮旅居车不仅仅局限于在特殊环境下的应用,而是一款集户外旅行、商务活动、娱乐会友等功能,全时、全地形为一体的多功能新概念商务旅居车。

2013年11月20日,华晨卡伊卡诺巴士制造技术(大连)有限公司CBUS3000新车下线仪式将在大连隆重举行。CBUS3000是华晨卡伊卡诺自主生产的首台机场摆渡车,计划将在2013年12月达到量产。CBUS3000的成功下线,是国内机场摆渡车行业迈向创新发展之路的重要探索之举。与此同时,合资公司正在积极地推进东南亚等地区的市场销售与策划。

提高综合竞争力 实现企业全面升级

在企业升级上,华晨汽车已经从简单的、初级的低成本取胜升级为依靠综合竞争力取胜,即依靠核心技术、优良品质、优秀品牌、优质服务、合理成本五位一体全面提升核心竞争力的发展战略,有力推动华晨走出了一条"多、快、好、省"的发展自主品牌道路的捷径。

经过多年的探索,华晨汽车明确了一条以市场为导向、国际合作为平台,"通过自主创新、拥有自有技术、做好自主品牌"的道路,按照"优生优育"的理念完成了整车产品的全新规划,这种模块化的"优生优育"模式已经成为了世界领先的生产模式。

"不求最多,只求最好"。华晨集团已经制定了未来10年的中长期产品规划,控制产品节奏,每年保持1—2款精品车型投放市场。生产一代、开发一代、储备一代,新产品开发和老产品改进并举,做好每一款产品,保证每一款都是精品,为未来十年企业发展做好充足的产品储备。

依靠国际合作 反哺自主品牌

今年是华晨汽车集团与宝马公司合作十周年,凭借"共同发展、互不设防"的合作理念和务实的文化态度,华晨宝马已经成为具备活力和潜力的豪华车合资企业,也成为中外合资企业的成功典范。

祁玉民表示:"有心者,事竟成,有意者,业不败。合资公司的成功与健康发展,原因是多方面的,华晨与宝马建立了深厚的友谊,双方股东十年来一心一意,精诚合作,从合资合作之初,就向社会郑重承诺互为唯一的合作伙伴,成为了唇齿相依、密不可分的战略合作伙伴。"

华晨通过国际合作,引进、消化吸收再创新,以此来助力自主品牌跨越发展,全面提升自主研发能力和水平,打造一流品牌。重点围绕整车技术和零部件技术,进一步深化与宝马、麦格纳、丰田在整车、发动机等领域的技术引进与技术合作。在企业战略、品牌、营销、质量、产品研发等方面,积极打造科学管理体系,提高效率且取得明显效果。目前宝马、麦格纳、华晨组成联合开发团队,就中华自主高端轿车产品及金杯高端豪华商务车项目进行深入合作,产品将在不久后陆续投放市场。

如今,这种精诚合作又诞生了新的结晶。今年6月,"蓝天项目"正式启动,宝马正式授权华晨旗下新晨动力机械有限公司生产2.0T发动机,该发动机是目前国内先进的欧 VI标准的发动机,也是宝马集团具有竞争优势的品牌产品,一直应用于宝马中端主力车型上。这款4缸涡轮增压发动机未来将搭载在中华、金杯两大自主品牌产品上。该项目的开工建设,打破了世界顶尖汽车企业没有授权体系外企业生产发动机的先例,也开创了中国自主品牌汽车发动机企业首次与世界顶尖品牌深层次合作的先河。

业内人士表示,未来搭载宝马"芯"的华晨自主品牌将具备更强劲的动力和市场竞争力,这种合资合作模式将为汽车产业的发展探索出一条可借鉴之路。

资本与人才双基石 "大飞机"战略谋发展

资金和人才一直是制约很多企业发展的一道难题。然而, 祁玉民曾多次表示企业"不缺钱","人才很稳定",企业正向着 良好的方向稳步发展。

今年3月13日,新晨动力正式登陆港股市场,又一次给市场展现了一份亮丽的年报。新晨动力是华晨汽车集团继上海申华控股、金杯汽车股份、华晨中国汽车控股之后的第四家上市公司,至此,华晨汽车集团已经成为国内上市公司较多的汽车集团。与此同时,第五、第六家也正在全面地构思中。

在资本市场上,华晨汽车获得了令人瞩目的成绩,通过资本运作,取得投资收益近百亿,实现国有资产巨幅增值。凭借资本市场运作及创新管理模式,祁玉民在今年一举获得福布斯颁布的"CEO第四名",这是车企高管首次位列五强名单。

同时,人才是企业发展的第一推动力。目前,华晨引进了电子电气、整车安全、振动噪声、新能源、造型、车身、内外饰、动力总成等方面的外籍技术专家,他们曾在德国宝马、美国福特、

意大利平尼法瑞那、英国动力控制、韩国通用大宇、日本三菱等国际知名汽车企业就职,这些国际化人才与本土人才的通力合作,在公司的技术突破、难题攻关、新产品开发、能力提升和团队建设诸多方面起到了至关重要的作用。

为了更好地完成J11及M8X整车的研发及生产,华晨将继续扩展全球发展的人才战略,为实现华晨汽车的全面腾飞积蓄力量。

有了两方面措施的强力保障,作为华晨汽车集团掌门人, 祁玉民清晰地认识到"大飞机"战略才是华晨成功的基石。

祁玉民用十分形象的比喻,对宏大的产业布局进行了解读:"如果把华晨汽车集团未来十年的规划比喻成一架飞机,那么中华和金杯就是最重要的机身,他们是华晨汽车发展自主品牌的核心。左翼是华晨宝马,右翼是专用车,两翼的发展将为中华和金杯带来雄厚的技术和资金支持。为这架飞机提供腾飞动力的是核心技术、优秀品牌、发展资金、企业文化四个发动机;零部件和多元化是飞机平稳运行的平衡器。相信各组成部分的协调有效运行,一定能使华晨汽车集团实现'十二五'新的腾飞,并在未来飞得更高、更快、更远。"

祁玉民表示:"华晨汽车去年销售额达到了1067亿元,成为辽宁省较大的省属千亿级企业,今年的销售额预计能达到1250亿元—1260亿元,华晨汽车已经走上了健康发展的道路,每年均会保持200亿元左右的销售增长。"

不论是成为业内样板的合资合作经验,还是自主品牌快速盈利的发展成果,抑或是祁玉民口中实现高速飞行、平稳着陆的"大飞机"战略,一度低调潜行的华晨,已再次成为中国汽车业的焦点。





