

“三创新”助华晨 创领中国自主高端品牌

在自主品牌汽车阵营里,华晨汽车是后进赶先进的典型,经历了危机四伏的阵痛,涅槃重生的华晨对于中国自主品牌的发展有着重要的借鉴意义。2013年,华晨又交出了一张漂亮的成绩单:

——3月13日,新晨中国正式登陆港股市场,华晨汽车成为首个拥有四家上市公司的自主品牌汽车集团;

——3月15日,华晨之家被媒体评为“最温暖服务”;

——6月18日,华晨汽车获得了宝马授权生产欧VI排放标准的2.0T发动机技术,成为中国汽车行业首家取得当代先进发动机技术的中方企业;

——7月3日,华晨汽车董事长、总裁祁玉民获选福布斯“2013年中国最佳CEO”榜单第四位,成为2013年国内汽车企业首个进入前五强的CEO;

——7月22日,中华H230获C-NCAP碰撞测试五星评级;

——8月31日,《2013中国企业500强榜单》揭晓,华晨汽车名列第109位,比2012年提升8位;

——11月30日,中华品牌成为J.D.POWER首个超越行业APEAL平均指数的自主品牌;

……

华晨董事长祁玉民对这张成绩单深有感触,他说华晨汽车自诞生至今从未如此自信过。

2005年,祁玉民担任华晨董事长,至今已八年有余,如今华晨已经意气风发地扛起了自主高端品牌的大旗。

2013年12月12日,CCTV2013年中国经济年度人物颁奖盛典在北京举行,华晨汽车集团董事长祁玉民作为汽车行业的代表领奖。“我是代表华晨4.7万名员工来领取这份殊荣的,这是对华晨汽车转型升级之路的充分认可。”祁玉民说。

2005年,华晨汽车全年销量仅为12.25万辆,产品结构单一,

成本居高不下;管理混乱,人才流失严重;华晨汽车旗下三家上市公司股票价格大幅下跌,资金链几近断裂……

针对当时的中国汽车产业环境,华晨汽车确定了以“高起点自主创新,高品质自主品牌,高目标跨越发展”为战略目标。

实施这一战略目标的第一步,华晨做了两件事:一是将尊驰降价最高达4万元;二是加速骏捷上市步伐。

2006年华晨汽车迎来了转折点,在合作伙伴宝马专家团的努力之下,160多个技术难题得到及时解决,骏捷也因此提前半年上市。

华晨汽车乘胜追击,提出了“品质先,方敢天下先”的经营理念,依照德国宝马的先进管理流程,引进宝马管理团队,解决了中华、金杯新产品研发和品质管理问题,使得这两大自主品牌的美誉度和企业形象空前提高。

在经历了大刀阔斧的改革以及与宝马的通力合作之后,华晨汽车终于扭亏为盈,成为自主品牌逆袭的成功范本。

路在脚下 “三创新” 开创“华晨模式”

华晨提炼出以“品牌创新、研发创新、资本创新”为核心的“华晨发展模式”,实现了品牌、技术和资本的良性互动,开拓出自主创新发展的全新路径

华晨提炼出了以“品牌创新、研发创新、资本创新”的“三创新”为核心的“华晨发展模式”,实现了品牌、技术和资本的良性互动,开拓出自主创新发展的全新路径。

从2005年的216亿元到2013年的1280亿元,华晨汽车销售额增长了1064亿元。

2007年,代表世界先进、国内领先水平的1.8T涡轮增压发动机正式投产,改写了中国汽车没有“中国芯”的历史。

在品质方面,华晨针对企业现状通过多种方式开展品质提升,首先以“品质先,方敢天下先”为经营理念,精心打造知名品牌,树立华晨汽车自主品牌领军形象。

其次,引进了宝马的理念改造企业现有品质管理流程,设置工厂、经销商、用户三道品质监控防线,构筑强有力的品质保证体系;同时,积极引进国际人才协助企业推动流程再造,提升产品品质。

严苛的质量管理带来的进步是显而易见的。2012年底,国内22家消费维权单位联合发布了《汽车室内空气质量比较试验报告》。在受检的6款自主品牌车型中,中华骏捷FSV得到了“五星”评定。

在技术方面,以发动机技术为支撑,华晨自主开发了一系列小排量发动机、自然吸气汽油发动机、1.0T-1.8T涡轮增压发动机、柴油发动机等系列产品。

在新能源技术研究领域,华晨金杯大海狮H2L和中华H230EV电动车已经进入小批量生产。

宏大布局 “大飞机战略” 引领辉煌梦想

如果把华晨汽车集团比喻成一架飞机,那么中华和金杯就是机身;左翼是华晨宝马,右翼是专用车,两翼的发展将带来雄厚的技术和资金支持

如今的华晨,尤其强调“改革促进发展”。

在祁玉民看来,改革助力发展,改革和创新要特别关注三件事:关注城镇化、改革内部、新兴营销模式。他进一步解释道:“城镇化蕴藏着新的汽车市场,事业部改革让工厂进入市场。而电子商务能为传统汽车销售带来启发。”

“十二五”期间,华晨设定了三个需要进一步突破的课题:品牌、技术和规模。

一是要强力推进品牌经营,“十二五”要力求将金杯、中华品牌打造成中国自主高端品牌;与华晨宝马进一步深度合作,把华晨宝马打造成中国豪车领导品牌。

二是瞄准国际先进技术,搭建新平台,开发新产品,满足社会对绿色环保产品的需求。

三是不断提升产能规模,带领企业拉动更多的配套企业发展。经过“十二五”努力,在“十三五”初期,力争实现整车销售150万辆、发动机销售150万台、销售收入达到2000亿元。同时,努力提高4.7万名员工的待遇,为员工创造更好的发展平台,分享企业发展成果。

华晨汽车拟定了一个“大飞机战略”,为企业的升级与转型做好充分的准备。这个宏大的产业布局,可以用一个形象生动的比喻来解读:“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重要的机身,它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。”

华晨已进入良性发展的阶段,“华晨的真正爆发期将是什么时候?”

“真正的爆发期,将在2015年末至2016年初华晨大中华推出之时。”对于如今的华晨来说,梦想并不遥远:“我们现在比别的自主品牌在技术上提前了十年,自主品牌的提升很可能从华晨开始。”



金杯大海狮



金杯阁瑞斯



中华V5



中华H330