

来自自主创新一线的报道

□ 本报记者 杨忠阳

# 吉利：自主创新之路越走越自信



吉利汽车在宁波港口整装待发。杨忠阳摄

4月18日,北京朝阳体育中心,吉利汽车发布新的品牌架构和标识。

“在新的品牌架构下,我们将把目前的帝豪、全球鹰、英伦3个子品牌汇聚为统一的吉利品牌,这是吉利汽车针对市场环境和消费者需求,并结合企业发展的实际情况主动做出的战略性布局。”站在演讲台上,浙江吉利控股集团总裁安聪慧和董事长李书福一样,激情而不失理性。

只是,出身“草根”的吉利,在经过10多年的风吹雨打之后,早已茁壮成长为大树。今天的吉利,不仅创造了国内多个汽车品牌第一,而且将沃尔沃这一国际著名豪华汽车品牌纳入麾下,头顶中国首家跨国车企光环,在自主创新的道路上越走越自信。

## 主动“站队”市场需求

4月29日,吉利汽车正式向2014年亚太经合组织(APEC)会议青岛市筹委会交付45辆帝豪EC7及EC8车型,这是继2014年APEC高官会议第一次在宁波选用吉利帝豪轿车后,再次选择吉利帝豪轿车作为高官会官方指定用车。

“服务此次高官会的全新吉利帝豪EC8,由吉利汽车济南基地制造,该车不仅拥有4905mm超长车身和2805mm轴距,更重要的是搭载了BMCS爆胎检测与安全控制系统。”济南吉利汽车有限公司总经理程文安说。

爆胎对汽车安全的影响备受关注,也是汽车业久攻不克的难题。但吉利知难而进,历经数年研究,终于全球首创BMCS。吉利汽车研究院院长冯擎峰告诉记者,以帝豪EC8为例,当车辆在高速行驶时发生爆胎后,帝豪EC8上搭载的BMCS,可以在高速行驶发生爆胎情况后的0.2秒—0.5秒内介入,代替驾驶者来对车辆进行制动,并向制动模块发出制动指令对车辆的四个轮子进行制动和方向纠偏,最大程度保持原向行驶,从而降低车辆打滑的危险,避免侧翻情况出现。

“BMCS的诞生标志着中国汽车在主动安全技术上的巨大进步,已成为当前中国汽车唯一能与外资品牌在安全技术上竞争的创新技术。”在冯擎峰看来,正是有着这样过硬的技术支撑,吉利帝豪全系车型不仅在国内取得了C-NCAP五星安全评价,而且帝豪EC7也获得了Euro-NCAP四星安全评价。

更重要的是,由于较高技术含量和性价比,作为吉利汽车2007年战略转型后推向市场的拳头产品,截至目前,吉利帝豪累计销售突破50万辆,创下自主品牌轿车销量新纪录,被业界誉为“帝豪现象”。

事实上,早在创业之初,吉利人就认识到一个极其简单却深刻的道理:要让吉利

的产品走向世界,首先就要让客户认可;要让客户认可,就要让产品和服务满足客户的需求;要满足客户的需求,就要有相应的技术、生产、营销服务、管理、企业文化……这就是客观存在的市场需求。李书福因而提出:“我们要主动站到市场需求这一边,而不能要求市场需求站到我们这一边。”

遥想造车之初,吉利缺资质,缺资金,缺技术,缺人才,缺场地,唯一不缺的就是“让吉利汽车走遍全世界”的梦想。正是这一梦想,蕴蓄了吉利人的“不低头,不认输”的勇气和力量;没有技术?就自力更生,建立自己的汽车研究院,从学习汽车的ABC开始,“先描红,再写字;先学造句,再写大文章”!没有人才,就自己创办学,从培养技术工人入手,一点一滴,日积月累,终成大器!

在“总体跟随,局部超越,重点突破,招贤纳士,合纵连横,后来居上”战略下,吉利自己的发动机造出来了,达到了“世界先进、中国领先”水平;吉利自己的自动变速箱造出来了,打破了外国专家“中国人造不出自动变速箱”的预言;吉利首创的BMCS安全技术问世了,解决了世界汽车技术方面的百年难题,引发全球关注;而今天,更安全、更环保,更节能的吉利新车型也在陆续上市,开始受到越来越多客户的青睐……

## 整合国内国际技术资源

4年前,吉利成功收购沃尔沃汽车。在外界看来,李书福面临两大挑战:一是如何复兴沃尔沃,二是如何提升吉利。

而现在,这两大挑战似乎已不再成为问题。在经过近几年的磨合后,沃尔沃已显露出强劲复苏势头。数据显示,2013年沃



4月20日,观众在北京车展吉利展台体验爆胎检测与安全控制系统(BMCS)。

杨忠阳摄

尔沃全球销量达到427840辆,同比增长1.4%,其中在华销量实现6.1万辆,同比增长46%。财报显示,同年沃尔沃营业额达到1222.45亿瑞典克朗,营业利润为19.19亿瑞典克朗,净利润突破9.6亿瑞典克朗。这标志着沃尔沃汽车成功实现盈利性增长,全球复兴战略正在顺利推进。

更值得关注的是,李书福今天已将这两个品牌放在一张国际化大棋盘上运筹帷幄。2013年2月20日,吉利汽车和沃尔沃汽车联手在瑞典哥德堡成立吉利控股集团欧洲研发中心,并于9月13日开始试运营,这标志着吉利汽车与沃尔沃汽车的协同效应进入实质性实施阶段。

吉利汽车研究院执行副院长、吉利欧洲研发中心CEO方浩瀚告诉记者,该中心将依托哥德堡的优势研发资源,开发全新的中级车模块化架构(CMA)和相关部件。

“事实上,同一集团下不同品牌间联合开发已成为国际惯例,模块化设计可以实现同一个架构上开发出多个不同产品平台,在确保一流品质的前提下,为两个品牌提供量身定制的解决方案。”方浩瀚解释,未来吉利和沃尔沃将一起生产小型汽车,吉利从中分享沃尔沃的先进技术,新车型将于2016年投入生产,2017年上市。

“我现在每天有双重工作,一是CMA项目,同时作为CEVT(吉利欧洲研发中心)的CEO,还要确保CEVT组织能够很好地融入到吉利研发体系里来。”方浩瀚说。

“并购沃尔沃为中国汽车在短时间内进入全球豪华汽车市场竞争提供了可能,但如何将这一可能变成现实确实需要智慧。”李书福告诉记者,作为吉利集团全球发展的关键布局,只要运作得当,欧洲研发中心能够

整合全球技术资源,为吉利打造国际领先的技术研发体系和人才队伍,从而使吉利快速获得科技创新能力。

有业内人士表示,吉利收购沃尔沃之后,李书福非常明智地把两者分开,保证了沃尔沃维持原有的品牌声誉,吉利则通过多层次合作,最终实现沃尔沃和吉利在技术、管理、采购等多方面的共赢发展。这是中国车企在走了近30年的市场换技术路线无果之后,通过海外并购,用资本换技术的一次“划时代”的探索,使自主创新更有“国际范儿”。

## 多线路推进新能源汽车

新能源汽车是未来汽车产业创新的重要方向。4月20日,在第13届北京车展W2馆,吉利全球首发了一款精心打造的帝豪Cross插电式混合动力概念车。现场技术讲解人员介绍说,帝豪Cross概念车来源于吉利可扩展平台(FE),搭载了基于GL-ESD能量分流系统开发的插电式混合动力系统。该技术采用具有完全自主知识产权的GL-ESD动力分流系统,这是世界第一套单模输入、复合动力分流的系统,目前已拥有3项国际发明专利,32项国内专利。

据了解,帝豪Cross插电式混合动力概念车拥有双电机系统,以及10kWh的动力电池,可在纯电动模式下行驶50公里,最大续航里程650公里,百公里加速10秒,最高车速达190km/h,每公里二氧化碳排放低至46g/km,该车计划于明年下半年推向市场。

而另外一款帝豪EC7油电混动版车型也在展台上与观众见面。据了解,帝豪EC7油电混动是一款基于帝豪EC7开发的深度混动式混合动力车型,也是自主品牌中首款采用能量分流系统深混技术的车型。该车采用1.8L发动机加双电机驱动模式,具有纯电行驶、快速启停、制动能量回收、混合动力行驶等功能,综合油耗低于5升,节油率超过35%,今年底有望推向市场。

“吉利已将油电混合和插电式混合动力技术作为公司未来发展的重要战略支点,既要做到技术领先、品质卓越,又要做到风险可控、成本有竞争力。”安聪慧说。

事实上,面对新能源汽车产业化困境,吉利没有把鸡蛋装在一个篮子里,而是多方寻求突围。吉利新闻发言人杨学良告诉记者,吉利汽车走的是致力于多样化的新能源汽车技术和产品发展路线,包括替代燃料、油电混合、插电式混合动力以及纯电动汽车。经过多年探索,目前吉利在新能源汽车技术积累和产业化能力正在形成。“除了上述两款车型外,我们的纯电动帝豪也已进入后期开发阶段,将会择机推向市场。”

创新故事

# 刘强和他的“鼻子团队”

本报记者 杨忠阳

在吉利汽车研究院的一间实验室,记者见到好几个穿白大褂的工作人员,拿着装有液体的瓶子在鼻尖嗅个不停有些纳闷。总工程师刘强笑言,这就是他们的“鼻子团队”,正在做车内空气异味检测。

和常规的汽车安全相比,车内空气质量并不十分为人所关注。“为解决车内空气污染这一‘隐形杀手’,6年前,吉利以帝豪EC7车型为平台,正式开展车内空气控制工作。”刘强说,早期,因气味来源错综复杂,既无仪器设备辅助,又无统一标准评价,评价结果往往因人而异。“面对技术的重重困难,经过一段时间探索,我们挑选集团最优秀的气味检测人员,组成了一个有10多人的‘鼻子团队’,负责车内空气控制研发,并筹建零部件及材料检测数据库、环保材料及工艺推荐数据库。”

2008年12月9日,吉利“鼻子团队”组织各基地整车评价员、零部件检验员以及41家内饰材料供应商于宁波基地开展了“内饰VOC含量及气味等级培训”。针对前期在VOC及气味控制过程中出现的问题,“鼻子团队”在随后的半年时间内不仅编制出了非金属零部件气味限值标准,而且将车内空气控制纳入研发流程编制计划,吉利也由此成为国内首个将空气控制流程纳入整车研发体系的主机厂。

“帝豪EC7车型是‘鼻子团队’全面参与的第一款研发车型,空气质量控制在帝豪EC7车型上得到较完整的诠释。”刘强说,“鼻子团队”摒弃了传统后处理方法,采用源头控制法,设计初期推荐环保水性涂料,降低涂料对VOC含量的影响;工程设计阶段进行选材、工艺优化及过程审核工作;试生产阶段对非金属件进行检测分析,对比企标限值,针对超标件提出整改方案并进行整改;最后对整车进行检测验收,VOC含量满足国标《车内空气污染物浓度限值》,气味达8.2级,合资品牌车型大多处于6-7级水平,这为吉利的车型赢得了良好口碑。

据介绍,作为吉利首次对整车车内环境品质性能控制技术进行的系统性开发项目,该项目先后获得38项专利。目前,吉利车内空气控制体系已逐渐成熟,并且在国内同行业中处于领先地位;而吉利汽车的“鼻子团队”也已从成立之初的十几个人,发展到了涵盖研究院、集团质量系统和各制造基地的两百多人,在吉利汽车的研发、生产等各个环节扮演着越来越重要的“车内空气滤清器”角色。

创新数据 GEELY

## 吉利公司科技研发获奖情况

2011年	汽车行业科技奖 二等奖1项、三等奖1项
	机械行业奖 一等奖1项、三等奖1项
2012年	浙江省科学技术奖 一等奖1项
	汽车行业科技奖 一等奖1项、三等奖1项
2013年	机械行业奖 一等奖1项、三等奖1项
	浙江省科学技术奖 一等奖1项、二等奖2项
2013年	轿车安全技术的研发与产业化获中华全国工商业联合会科学技术奖一等奖

## 公司研发投入金额(万元)



## 公司专利申请及授权(件)



本版编辑 魏永刚 梁剑箫

一线思考

# 开创全球化发展新格局

吉利控股集团董事长 李书福

吉利集团是一家年轻的汽车制造企业,而我们却有着远大的理想和执着的追求,那就是造最安全、最环保、最节能的好车,让吉利汽车走遍全世界。过去的十几年,吉利依靠持续的自主创新和灵活的经营机制,在发展中国自主品牌汽车和走向全球化方面,走出了一条自己的路。

汽车工业是资本、技术、人才高度密集的产业,产业链长而且复杂,这种特性决定了我们不可能靠孤军奋战取得领先地位。尽管起步晚,底子薄,但我们在以创新和合作为核心的战略指引下,从小企业迅速成长为了中国轿车企业十强之一。

创新是基于对商业环境和市场需求洞察基础上,审时度势,将各种资源重新配置和组合,使企业获得稳健可持续的发展,而

2007年开始实行的战略转型,就是吉利汽车发展史上一次重大变革和创新。这一战略转型让吉利在生产、营销、服务、管理、企业文化等方面,都发生了脱胎换骨的变化,企业的核心竞争力和实力得到了大幅度提升。吉利的新产品帝豪EC7上市后持续热销,目前月销量超过万台,价格区间在8万—12万元,杀入了长期由合资品牌主导的价格区间,“技术吉利、品质吉利”的形象已经获得市场的充分肯定。

自主创新不等于闭门造车。从造车之初,我们就在不断寻求与海内外各种先进的技术提供者及资源拥有者进行合作,比如,我们在车型设计、汽车模具、制造装备、零配件供应等领域早就开始了同海外厂商的合作。截至目前,全球前20强的零部件

跨国公司里,已经有16家跟吉利建立了合作关系。而吉利收购沃尔沃,既是吉利自身战略发展的需要、中国企业参与全球经济竞争的实践探索,也是经济全球化时代“世界向东”的必然趋势,是中国汽车工业从“引进来”向“走出去”转变的阶段性标志。

吉利收购沃尔沃的成功,不仅为中国汽车工业创立了第一家跨国公司,也为中国资本并购海外优良资产提供了一个成功案例。当前,全球汽车产业的发展正处在一个深刻的变革过程当中。一方面新技术的出现,如新能源汽车,可能会对汽车产业产生革命性的影响;另一方面是汽车产业格局的重塑,从以西方市场为主导向由东方等新兴市场为主导发展。新兴市场会成为将来汽车产业发展的支撑点,所有的资



源包括技术、资金、人才,都会向新兴市场转移。技术升级和产业格局重塑会在未来可预期的10到20年将继续加强,中国市场可以说是这场变革的中心,是各种力量角逐的一个竞技场,这为包括吉利在内的中国汽车企业的国际化发展之路提供了天然的土壤和氛围。

中国汽车产业的机会,应该是在全球化格局中,发挥本土优势,抓住海外契机,借力产业整合和资源重组,用优质资源迅速形成有竞争力的产品和品牌,培育出真正具有和这个全球最大市场当量相匹配的技术能力、品牌影响力和有竞争力的企业,以及具有强大竞争能力的产业链,从而推动中国汽车实现由大变强。

(本报记者 杨忠阳整理)