



## 华颂7 驭悦于心 一马当先

当席精英尊驾 御悦登场

# 华晨汽车：国际合作打造世界品牌

- 它依托与国际工程及设计公司的深度合作，以自强不息和创新精神创造出中国的里程碑级产品，让世界见证品质，让国人为品牌自豪。
- 它以卓越的品质和价值，致力于成为新兴的中国企业家成功路上的完美搭档。
- 它代表着新纪元，也将助力华晨集团及本土品牌达到一个全新的高度。



2014年11月7日，上海飞行家主题园的夜晚属于华晨汽车，属于华颂品牌。这是华晨汽车旗下继“金杯”、“中华”之后的第三大品牌。它的混血气质来源于显而易见的宝马基因，并深植于华晨汽车长久以来的国际合作化发展模式所形成的厚重品牌积淀。

华晨的成功，更是中国自主品牌的成功，这是华晨汽车通过国际合作实现转型升级、结构调整的重要举措，标志着华晨汽车开创了中国汽车合资三十年新的成功范本，是自主品牌与世界技术同步驱动迈出的重要一步，将助力华晨汽车及自主品牌达到一个全新的高度，为中国汽车工业的发展探索出了一条可借鉴之路。

### 一场自主品牌的国际化华丽突袭

11月7日晚，全中国汽车微信圈被华颂品牌刷屏。能让各路见多识广的60、70、80、90后汽车精英们纷纷刷屏，不仅仅是微信互动中创新营销模式的驱动，更是这场发布会所呈现出一个自主品牌逆袭的励志故事。

从进场开始，现代派极简主义的布置以及波普艺术的风格迎面打在每个人脸上。这是一场完全不同于自主品牌的、国际范儿的、高大上的品牌发布会。

这是一个自主品牌的发布会，却来了不少老外参加，从咨询问到零部件再到设计公司，可谓“一身名牌”。如此豪华阵容似乎都在证明这是一款完全不同的自主品牌。

华颂品牌是华晨汽车历时三年，推出的中国人自己的世界级品牌。为打造这个平台，华晨集团与宝马集团携手，联合麦格纳和麦肯锡四家，作了系统的研究和开发计划的制定，并组织了国际团队来做，可谓世界级的原创。它将树立中国高端商务车的新标准，引领民族汽车工业步入发展创新的新阶段。

华颂品牌致力于成为新兴的中国企业家成功路上的完美搭档，以优于同级车的驾乘双重体验、高品质的空间设计、至尊的服务礼遇，全方位满足消费者商务尊享的精致感受。将于11月20日广州车展进行全球首发的华颂7定位为“首席精英尊驾”，是专为商业精英量身定制的高端商务车。

### “从产品经营到品牌经营”的华丽转身

中国已经成为世界最大汽车制造消费大国之一，却没有一个真正高端精品的自主品牌。汽车自主企业和外资合资品牌最大的差距就是合资、外资在经营品牌，而自主企业在经营产品。

华晨汽车董事长祁玉民先生表示：“中国自主品牌的实现转型升级的一个重要标志，就是看你能不



能从产品经营跨越到品牌经营，这是一个历史性的课题，也是一个历史性的跨越。”

何谓品牌经营？所有成功的品牌无不具有核心技术、优良的品质和优秀的服务。

如何经营品牌？有人说，一个品牌要经过几十年、上百年的技术积淀才可以打造，华晨汽车用三年的时间就可以搞一个世界级的品牌吗？董事长祁玉民先生

的回答是“可以”。

首先，在核心技术上，华颂品牌搭载的是宝马授权生产的代号为N20的涡轮增压发动机，目前仍装配在宝马3系和5系轿车上。它的很多关键技术，现在依然在欧洲是领先的，而且汇集了宝马在过去十几年积累的几乎全部技术优势。

其次，在优良品质的保障上，华晨汽车与丰田合作26年积累了非常好的经验，丰田的精益生产已经深入到华晨的每一道工序上。

在优质服务上，华晨汽车在多年国内比较领先的商务车销售和售后服务平台上，由宝马团队的大力支持来选出一部分经销商作为第一批的经营华颂7的团队。然后用一年半的时间，对这些店重新进行升级、改造和形象设计，以及各种诊断系统的建立和培训，从而满足华颂7这个产品进入市场和后续服务的需求。

### 以“国际合作”引领中国自主品牌的新未来

华晨汽车作为中国汽车合资三十年来“用市场换技术”成功的车企，也是自主品牌国际合作经验最丰富和最长的车企之一。华颂品牌就是华晨汽车背靠宝马这个世界级汽车巨头，并基于与国际工程及设计公司的深度合作，以“芯”的力量整合全球造车精湛技艺，所推出的合作自主品牌。

祁玉民认为“既然世界级，就离不开国际合作，这是我一个清醒的思维和思路，一定要国际合作。我反对闭门造车，也反对简单的拿来。我们就通过国际的深度合作来打造品牌，我认为这是一个行之有效的道路。大家看到了，已经成功了。”

华晨汽车在华晨模式指引下，国际合作模式获得了突飞猛进的发展，不仅仅表现在汽车设计制造上，更表现在金融合作等各个领域。

3月28日，华晨汽车同德国宝马共同签署了“宝马集团和华晨集团深化合作备忘录”，签约金额约150亿元人民币，进一步加深了两国在汽车领域的发展合作。

6月26日，德国宝马集团授权华晨汽车集团旗下沈阳新晨动力机械有限公司生产的N20发动机正式投产。这标志着华晨汽车成

为中国汽车行业仅有的一家取得当代先进发动机技术的中方企业，实现了三十年来中国汽车产业“市场换技术”的夙愿。

9月25日，华晨东亚汽车金融有限公司成立。这是华晨汽车以国际化战略眼光，不断地进行结构调整和技术升级，打造全产业链业务，使制造业与服务业相融合，是实现实体经济与产业资本的良性互动的又一大举措。

同时，祁玉民明确提出，今年下半年，华晨汽车将统一思想、坚定信心，主动控制变化，以深化企业改革为契机，立足眼前，着眼长远，抓住重点，通过改革创新、加强管理实现六大战略举措新突破，打赢销售、质量、成本三场“翻身仗”，全力扭转自主品牌下滑局面。

销售“翻身仗”——通过加强对营销工作的组织领导，协调调动全集团专用车改装车、租赁、大客户等各种资源支持营销工作，全力以赴力争实现全年销售任务。

质量“翻身仗”——大力实施覆盖整车全产业链的过程质量项目，特别强化产品开发质量、供应商质量、生产制造质量的推进工作；在加强质量管理体系建设的基础上，提高市场反应能力。

成本“翻身仗”——多管齐下、开源节流，以改革创

新的手段降低资金成本，探索与汽车产业发展相适应的大融资平台。

同时，华晨汽车还创新举措，加速推进“六大战略举措”落实，努力在重点工作上实现新突破。

首先，贯彻落实“技术引领未来”战略，加强华颂、全新阁瑞斯、中华新V5和中华新H530等新产品投产计划的过程控制，确保投产按计划进行。

第二，在全面打好质量“翻身仗”的基础上，贯彻“品质铸就品牌”战略，重点以华颂上市以及M8X等产品开发为契机，全力实施质量管理项目。

第三，落实“品牌提升价值”战略，以华颂上市为契机，借鉴宝马品牌经营管理成功经验，加强对中华、金杯及华颂品牌的建设、维护及经营管理，实现新品牌、新产品在技术、质量及管理等方面的全面升级。

第四，实施“资金打通血脉”战略，在全面打好成本“翻身仗”的基础上，重点抓住时机推进资本运作，在有效融资基础上进一步提高上市公司运行质量和盈利水平，提升业务总量、利润、市值、股价和股民回报。

第五，实施“文化凝聚力量”战略，以先进的企业理念、清晰的规章制度、文明的员工行为、良好的内外部形象，推动集团文化“落地”。

第六，实施“改革促进发展”战略，建立“能上能下、能进能出、能多能少”的灵活有效的人力资源管理和分配机制。在专用车、宝马零部件工业园等重点项目建设中，打造一批适应市场需要、拥有核心技术、机制灵活的混合所有制的优势企业。

“我们将建立和完善与企业战略相适应的宝马、专用车、发动机、零部件多元化经营，同时在专用车、出口、大客户、网络销售、新能源环保车的销售上实现突破，进一步提升市场占有率。”对于未来，作为华晨汽车“领路人”的祁玉民，信心十足。

此刻，风已满帆，发力正当时。

未来，敢于争锋的华晨，必将一飞冲天！

