



异军突起的制造强项：汽车

“十二五”以来，我国汽车产业虽然告别了井喷式增长，但在国家自主创新战略引领下和经济转型升级压力的倒逼下，汽车产业适应新常态，知难而进，无论是在产品质量，还是技术研发，抑或电动化、智能化、轻量化等方面都取得了较大进步，踏上由大变强的新征程。

汽车大国正图强

本报记者 杨忠阳



工人在北汽集团华北（黄骅）汽车产业基地生产线上工作。

2015年12月27日，北汽集团昌河汽车首款SUV——昌河Q25在全新落成的景德镇洪源工厂下线。北汽集团董事长徐和谊表示，作为“十二五”期间我国汽车产业收官之作，昌河Q25的诞生，不仅填补了昌河汽车在SUV产品线的空白，而且有力地支撑起北汽“双品牌”战略，从而推动我国汽车产业自主品牌实力实现新跃升。

走向世界的中国品牌

提到自主品牌汽车，不少人总爱将之与高铁、家电对比，以证明汽车产业“以市场换技术”政策的失败，特别是在6年前中国汽车产销规模跃居全球第一之后，这样的观点更是大行其道。但有业内专家表示，简单的对比并不客观。以商用车为例，中国品牌不仅在国内市场份额高达90%以上，在全球市场也占据半壁江山。

“巴基斯坦商用车市场过去被日本品牌垄断。现在，东风商用车在巴基斯坦的销量逐年上升，并以其可靠的质量和高性价比赢得了客户信赖。”在巴基斯坦开展东风中重型卡车进口业务的健陀罗日产公司首席执行官艾哈迈德·库利·汗·卡塔克说。

东风商用车公司出口业务副总经理赛诺特告诉记者，尽管受到全球经济低迷影响，但东风2015年已向越南、缅甸、智利、秘鲁等10多个国家和地区累计出口5800辆中重型卡车，同比增长26%。除了整车出口，在海外建组装厂也是东风汽车公司提升海外销量、加速国际化的重要举措。目前，东风已在伊朗、俄罗斯等国家设立组装厂和分公司，并计划将组装厂开到南美洲。

前不久在比利时举办的世界客车博览会上，来自中国的宇通、大金龙、金旅及比亚迪4家整车厂商同样受到欧

洲运营商的青睐。欧洲客车欧洲巴士与客车周(ECW)国际评审团成员、重庆交通大学公共交通学者王健表示，随着中国客车品牌力的快速提升，目前中国客车企业已占据全球客车市场40%以上的份额。

更重要的是，在客车、中重卡等商用车企业依托产品走出去的同时，中国企业还抓住机遇，从产品输出向资本输出升级，极大地提升了企业在全球的影响力。继2010年收购瑞典沃尔沃汽车后，浙江吉利控股集团还收购了伦敦出租车公司，并于2015年再投资2.5亿英镑在英国考文垂安蒂斯工业园区建设了伦敦出租车新工厂，生产全新一代超低排放车型。而东风汽车公司在2014年投资8亿欧元，战略性入股拥有百年历史的欧洲第二大车企标致雪铁龙集团(PSA)，正式成为与法国政府、标致家族并列的第一大股东，从此更具“国际范”。

质量和技术双提升

2015年12月15日，长安汽车年度第100万辆中国品牌乘用车下线，实现了中国品牌第一个年产销量双百万的突破；12月18日，奇瑞实现第500万辆汽车下线，成为第一个乘用车产量突破500万辆的中国品牌汽车企业。两家中国品牌车企“百万辆汽车下线”的背后，是中国品牌的自信，而这份自信是建立在中国品牌乘用车前11个月的市场份额升至四成以上基础上的。

深剖中国品牌车企2015年以来高速增长的原因，除了及时调整产品结构，精准切入SUV市场之外，还在于产品质量的快速提升。日前，国际市场研究与咨询机构J.D.Power发布的2015年中国新车质量研究报告(IQS)显示，2015年总体新车质量平均得分为105

个PP100(每百辆车的问题数)，自主品牌和国际品牌的新车质量得分分别为120个PP100和98个PP100，得分差距较2014年缩小14个百分点。其中，7个自主品牌的PP100低于行业平均水平。“从2000年开始，自主品牌与合资品牌在新车质量方面的差距迅速缩小。”J.D.Power中国零售咨询副总裁张伟昌表示。他们据此预测，2017年中国自主品牌新车质量将达到国际水平。

质量的提升离不开先进制造能力的保障。记者在新落成的昌河汽车景德镇洪源工厂的焊装车间看到，这里拥有世界领先水平的机器人132台，整个车间的自动化率达到75%。北汽集团整车事业本部副部长、江西昌河汽车有限公司副总经理廖雄辉告诉记者，该工厂整体制造工艺及设备选型全面对标国内一流汽车制造企业，遵循了自动化、少人化、经济实用、技术先进的原则，选用的都是高性价比、高柔性、节能环保的装备，不仅满足高精度制造和多车型柔性化生产的需求，而且也能使产品品质得到保证与提升。事实上，在中国品牌车企，先进的制造工厂早已成为标配。

质量的提升更离不开关键核心技术的支撑。2013年11月，奇瑞汽车股份有限公司联合重庆理工大学、北京理工大学开展的“无级自动变速器技术(CVT)项目研发及产业化应用”项目，由于在CVT设计、控制策略、整车匹配和标定等关键技术取得重大突破，并实现CVT年10万台的生产能力，被评为中国汽车工业技术进步一等奖。该项目标志着我国在CVT这一关键零部件上的自主研发和产业化方面取得重大进展，建立起完全自主的自动变速器正向设计开发能力和满足大批量生产的配套和质量保证体系，打破了国外对CVT产品的垄断。

新华社记者 牟宇摄

“三化”迈出新步伐

“电动化、智能化、轻量化”是全球汽车产业发展的新趋势。得益于政策的强力扶持，领先的互联网技术基础，以及车企和科研机构共同努力，“十二五”期间我国汽车产业“三化”迈出新步伐，踏上由大变强的新征程。

在新能源汽车领域，产销呈现爆发式增长，比亚迪秦和比亚迪唐等多款车型销量居全球前列。数据显示，2015年1月至11月，我国新能源汽车累计生产27.92万辆，同比增长4倍。“按照这样的速度，很快我们将超过美国，成为全球新能源汽车产销最大国。”国家“863”计划节能与新能源汽车重大项目总体专家组组长欧阳明高表示，“在技术上，我们跟欧美国家相比差距一点也不大，甚至在很多方面比他们要好”。

在智能化上，不仅互联网汽车在加速渗入传统车企，我国传统车企也在主动拥抱互联网。乐视超级汽车(中国)有限公司副总裁吕征宇透露，于2016年1月6日至9日在美国举办的国际消费电子展(CES)上，乐视将通过三款最新产品向全球展示其领先的车联网技术，而乐视超级汽车也将于2016年4月在北京发布。

在轻量化上，由中国汽车工程学会牵头国内多家车企联合攻关的“汽车关键轻量化技术开发与整车的集成应用”课题也取得重大进展。目前，联盟已经完成车身参数化轻量化设计及应用、超高强度钢热冲压成形技术开发及应用、高强度钢先进成形技术开发及应用、纤维增强塑料前端模块开发及应用、形变铝合金应用技术开发及应用、轻量化共性技术平台建设等，并且这些成果已经应用在包括一汽、东风、长安、北汽、奇瑞、吉利、长城等企业的多个车型上。

为具有全球竞争力的新兴产业，带动汽车工业走出去。

其次是大气污染控制的国家行动计划倒逼汽车节能减排。按照有关要求，到2020年，汽车的百公里平均油耗要降到5升。此外还有更严格的汽车排放控制标准，这需要汽车工业付出巨大努力，才能保证可持续发展。

第三是汽车的“互联网+”和智能化驾驶。汽车产品本身将发生革命性变化，将从机电产品变为移动的电子、移动的互联网终端，汽车的上游产业、研发、制造、销售、服务、使用、车辆和交通管理等方面都会因此发生巨大的改变。

故事



“质量控”打造新“传祺”

本报记者 杨忠阳

“2015年是中国汽车产业发展的分水岭，也是中国品牌全面崛起的起点。”见到广汽乘用车总经理吴松时，他显得很自信。这份自信，来自广汽传祺亮丽的销售数据。截至2015年11月25日，广汽传祺当年的销售量已突破16万辆，成为国内第一家提前完成全年销量的车企。而且，传祺GS4上市后销量实现“六连涨”，成为国内SUV市场的一匹黑马。

“传祺的领跑是我们多年坚持正向研发，用国际标准打造精品车型的结果。”吴松说，广汽集团从2005年开始谋划自主品牌，用了将近10年时间，才形成了今天的体系合力。

造一台好车不难，但要量产的车在市场上受欢迎，并不容易。“三件事最难：成本要低，造型要好看，质量要过硬。”广汽乘用车销售公司总经理肖勇说，“汽车公司一般是按照成本、造型和质量的顺序来干这三件事的，而传祺刚好是倒过来干的，先把质量做好，然后才考虑外观，再然后解决成本问题”。至于怎么把成本进一步降低，肖勇说，“只有一条出路，规模化、集约化，而不是降低门槛”。

在广汽研究院，有人给记者讲了这样一个故事：2012年4月，广汽传祺GS5下线，市场非常认可，大批订单在上市前如雪花般飘至。销售部门很着急，希望马上推向市场。但就在这个时候，质量部长林小慰领导的团队从品质角度发现这款车还需要改善，就下发了暂缓销售的通知。一时间，质量部几乎成为众矢之的，林小慰也承担了很大的压力。

在基本上和每一个部门都吵过一遍后，林小慰抱着再吵一架的心理准备，找到总经理吴松。不料，吴松听后，立马表态，不仅推迟新车上市日期，而且调动公司各方面资源加强改进。

“如果妥协的话，一年之后这个产品就死掉了。但是如果你不妥协，将来就有希望。”多年后，回忆彼时的固执，林小慰深有感触，正是这种对质量的不懈坚持，才使得广汽传祺GS系列产品拥有了过硬的品质。刚刚发布的2015年J.D.Power中国新车质量研究报告显示，广汽传祺品牌整体得分96分，蝉联中国品牌“三连冠”。

“在国内汽车增速放缓背景下，传祺销量快速向上实际上是一个信号，中国汽车市场将像彩电、冰箱、洗衣机等家电产品一样，因为质量和技术的跃升步入品牌时代。”吴松说。



本版编辑 陈郁 向萌 杨开新

评说



自主品牌发展站上新起点

中国汽车流通协会常务理事 贾新光

振了大家对自主品牌发展的信心。

由于我国自主品牌汽车发展时间短、技术底子薄、研发能力弱，最初只能走逆向开发的路子，但在具备一定实力后，已转向正向开发，并开始具有自主研发有竞争力的能力。这是中国品牌的自信，而这份自信是建立在中国品牌乘用车前11个月的市场份额升至四成以上基础上的。

以吉利购买沃尔沃、东风入股PSA为代表，汽车工业在国际合作方面取得新突破，从单纯的合资生产发展到战略合作，从合作研发发展到共享技术平

台，从产品出口发展到海外投资，中国汽车工业的国际化战略初显。“十三五”期间，在研发的国际化、海外建厂生产、技术投资等方面会有较大突破。

中国经济转型和“一带一路”战略也为汽车工业发展提供了新的机遇。

中国汽车产业由大到强发展面临三个重要的战略方向，首先是加快发展新能源汽车。“十二五”期间我国新能源汽车继续迅猛发展。2015年上半年我国新能源汽车总销量达72711辆，超过美国成为全球最大的新能源汽车市场。“十三五”期间，有望在电池、电机等核心技术方面取得新突破，形成强大的产业链，有望成