

責任編輯：胡可強 版面設計：譚向陽

日前，從中汽協發佈的2013年1-10月汽車產銷數據報告中了解到，中國品牌（原為自主品牌）乘用車共銷售577.57萬輛，佔乘用車銷售總量39.96%。德系、日系、美系、韓系和法系等外資、合資品牌乘用車共銷售864.16萬輛，佔乘用車銷售總量的60.04%。

縱觀中國汽車產業，市場培育良好，但中國品牌市場佔有率仍有大幅度可提升的空間。中國汽車市場剛性需求強與高質量中國品牌供給能力弱之間產生了不平衡的現象，中國製造和中國創造之間產生了不平衡的現象，合資和自主品牌的發展產生了不平衡的現象，面對目前產業中呈現出的「一粗一細、一長一短、一強一弱」的狀態，作為自主品牌生力軍企業的華晨汽車充分認識到，以低價格打市場的戰略已經成為過去，只有增強精品供給能力，拓寬產品線，提供品牌、質量、技術與服務都是一流的产品，提升綜合競爭力，才能站穩市場，實現產業崛起的中國夢。

華晨汽車集團董事長、總裁祁玉民表示，華晨將繼續堅持「大飛機」戰略，實現企業從簡單的成本競爭戰略向依靠技術、品牌、質量、服務、成本全面提升核心競爭力的戰略轉型升級。



遼寧省環保廳廳長朱京海（左）與華晨汽車集團董事長、總裁祁玉民（右）為工程研究中心揭牌。

環保專用車研發基地再添國際合作新籌碼

華晨汽車「大飛機」驅動轉型騰飛



華晨汽車集團董事長、總裁祁玉民
本報記者 符曉寧 攝

在企業升級上，華晨汽車已經從簡單的、初級的低成本取勝升級為依靠綜合競爭力取勝，即依靠核心技术、優良質量、優秀品牌、優質服務、合理成本五位一體全面提升核心競爭力的發展戰略，有力推動華晨走出了一條「多、快、好、省」的發展自主品牌道路的捷徑。



中華總裝車間尾線

今年是華晨汽車集團與寶馬公司合作十周年，憑藉「共同發展、互不設防」的合作理念和務實的文化態度，華晨寶馬已經成為最具活力和潛力的豪華車合資

致力節能和新能源 華晨轉型蓄勢已發

對於轉型，華晨汽車有着自己獨到的解讀與見解。近年來，華晨汽車致力於「節能」與「新能源」技術開發共同發展，循序漸進，由原來的生產高能耗、高排放產品轉型到生產低能耗、低排放產品；從之前的追求數量轉變為以質量為首要。

目前，華晨汽車主力車型都已滿足北京率先實施的京五（國V）排放標準。2013年11月6日，華晨汽車集團與遼寧省環保廳正式簽訂戰略合作框架協議，並成立遼寧省環保專用車輛工程研究中心。旨在提高遼寧省環保專用車研發和科技創新的核心競爭力，建成立足遼寧、輻射全國的環保專用車研發基地，以全

球化視野，提升中國環保專用車的自主開發能力和水平為推進生態文明建設工作保駕護航。

近年來，華晨集團科學調整產品結構佈局，全力打造世界第一個以產業集群為特徵的高檔專用車產業創新基地、培育一個世界級的專用車品牌。

今年年初，華晨汽車大連專用車基地所研發的第一輛房車已正式下線，作為華晨專用車推出的第一款力作，大海獅旅居車不僅局限於在特殊環境下的應用，而是一款集戶外旅行、商務活動、娛樂會友等功能，全時、全地形為一體的多功能新概念商務旅居車。2013年11月20日，華晨卡伊卡諾巴士製造技術

（大連）有限公司CBUS3000新車下線儀式將在大連隆重舉行。CBUS3000是華晨卡伊卡諾自主生產的首台機場擺渡車，計劃將在2013年12月達到量產。CBUS3000的成功下線，是國內機場擺渡車行業邁向創新發展之路的重要探索之舉。與此同時，合資公司正在積極地推進東南亞等地區的市場銷售與策劃。



華晨集團綿陽新晨藍天項目啟動儀式

提高綜合競爭力 實現企業全面升級

經過多年的探索，華晨汽車明確了一條以市場為導向、國際合作為平台，「通過自主創新、擁有自有技術、做好自主品牌」的道路，按照優生優育的理念完成了整車產品的全新規劃，這種模組化的優生優育模式已經成為了世界最先進的生產模式。

「不求最多，只求最好」。華晨集團已經制訂了未來10年的中長期產品規劃，控制產品節奏，每年保持1-2款精品車型投放市場。生產一代、開發一代、儲備一代，新產品開發和老產品改進並舉，做好每一款產品，保證每一款都是精品，為未來十年企業發展做好充足的產品儲備。

依靠國際合作 哺自主品牌

企業，也成為中外合資企業的成功典範。祁玉民表示：「有心者，事竟成，有意者，業不敗。合資公司的成功與健康發展，原因是多方面的，華晨與寶馬建立了深厚的友誼，雙方股東十年來一心一意，精誠合作，從合資合作之初，就向社會鄭重承諾互為唯一的合作夥伴，成為了唇齒相依、密不可分的戰略合作夥伴。」

華晨通過國際合作，引進、消化吸收再創新，以此來助力自主品牌跨越發展，全面提升自主研發能力和水平，打造一流品牌。重點圍繞整車技術和零部件技術，進一步深化與寶馬、麥格納、豐田在整車、發動機等領域的技術引進與技術合作。在企業戰略、品牌、營銷、質量、產品研發等方面，積極打造科學管

理體系，提高效率且取得明顯效果。目前寶馬、麥格納、華晨組成聯合開發團隊，就中華自主高端轎車產品及金杯高端豪華商務車項目進行深入合作，產品將在不久後陸續投放市場。

如今，這種精誠合作又誕生了新的結晶。今年6月，「藍天項目」正式啟動，寶馬正式授權華晨旗下新晨動力機械有限公司生產2.0T發動機，該發動機是目前國內最先進的歐VI標準的發動機，也是寶馬集團最具競爭優勢的品牌產品，一直應用於寶馬中端主力車型上。這款4缸渦輪增壓發動機未來將搭載在中華、金杯兩大自主品牌產品上。該項目的開工建設，打破了世界頂尖汽車企業沒有授權體系外企業生產發動機的先例，也開創了中國自主品牌汽車發動機企業

第一次與世界頂尖品牌深層次合作的先河。

業內人士表示，未來搭載寶馬「芯」的華晨自主品牌將具備更強勁的動力和市場競爭力，這種合資合作模式將為汽車產業的發展探索出一條可借鑒之路。



金杯總裝車間

資本與人才雙基石 「大飛機」戰略謀發展

資金和人才一直是制約很多企業發展的一道難題。然而，祁玉民曾多次表示企業「不缺錢」，「人才很穩定」，企業正向着良好的方向穩步發展。

今年3月13日，新晨動力正式登陸港股市場，又一次給市場展現了一份亮麗的年報。新晨動力是華晨汽車集團繼上海中華控股、金杯汽車股份、華晨中國汽車控股之後的第四家上市公司，至此，華晨汽車集團已經成為國內上市公司最多的汽車集團。與此同時，

第五、第六家也正在全面地構思中。

在資本市場上，華晨汽車獲得了令人矚目的成績，近幾年成功實現國有資產增值近百億。憑藉資本市場運作及創新管理模式，祁玉民在今年一舉獲得福布斯頒佈的「最佳CEO第四名」，這是車企高管首次位列五強名單。

同時，人才是企業發展的第一推動力。目前，華晨引進了電子電氣、整車安全、振動雜音、新能源、造型、車身、內外飾、動力總成等方面的外籍技術專家，他們曾在德國寶馬、美國福特、意大利平尼法瑞那、英國動力控制、韓國通用大宇、日本三菱等國際知名汽車企業就職，這些國際化人才與本土人才的通力合作，在公司的技術突破、難題攻關、新產品開發、能力提升和團隊建設諸多方面起到了至關重要的作用。

為了更好的完成J11及MBX整車的研發及生產，華晨將繼續擴展全球發展的人才戰略，為實現華晨汽車的全面騰飛積蓄力量。

有了兩方面措施的強力保障，作為華晨汽車集團掌門人，祁玉民清晰的認識到「大飛機」戰略才是華晨成功的基石。

祁玉民用十分形象的比喻，對宏大的產業佈局進行了解讀：「如果說華晨汽車集團未來十年的規劃比喻成一架飛機，那麼中華和金杯就是最重要的機身，他們是華晨汽車發展自主品牌的核心。左翼是華晨寶馬，右翼是專用車，兩翼的發展將為中華和金杯帶來雄厚的技術和資金支持。為這架飛機提供騰飛動力的是核心技术、優秀品牌、發展資金、企業文化四個發動機；零部件和多元化是飛機平穩運行的平衡器。相信各組成部分的協調有效運行，一定能使華晨汽車集團實現「十二五」新的騰飛，並在未來飛得更高、更快、更遠。」

祁玉民表示：「華晨汽車去年銷售額達到了1067億元，成為遼寧省最大的省屬千億級企業，今年的銷售額預計能達到1250億元-1260億元，華晨汽車已經走上了健康發展的道路，每年均會保持200億左右的銷售增長。」

不論是成為業內標榜的合資合作經驗，還是自主品牌快速盈利的發展成果，亦或是祁玉民口中實現高速飛行、平穩着陸的「大飛機」戰略，一度低調潛行的華晨，已再次成為中國汽車業的焦點。



金杯大海獅