



走进奇瑞, 感受那一份自强不息

在前往芜湖采访的路上我就在想,作为安徽省最具品牌影响力的企业之一,奇瑞会给它所在的城市带来什么?

从芜湖一出车站,走到出租车停靠处打车往厂家去,一眼望去,排着的出租车长龙竟是清一色的奇瑞,A5、东方之子、旗云……各型号都有,没有一辆其他品牌。当即感叹奇瑞在芜湖的力量。

在出租车上与司机闲聊,话题自然还是汽车,这位师傅用我听不懂的芜湖方言向我讲述着奇瑞在当地的发展情况。他告诉我说现在他驾驶的A5是他第二辆汽车了,上一辆是旗云。从这两款车上,他切实地感受着奇瑞品牌实力的上升。“原来那辆旗云总是小毛病不断,三天两头往汽修厂跑,用了20多公里,实在难以忍受,所以今年换了一辆A5,现在的这辆车,不论从驾驶、噪音、质量等方面,都全面超越了那辆旗云。”他略带欣喜地说道,“而且现在已经跑了快8万公里了,除了正常保养,就没进过维修站。”语气中的自豪感自然露出。看来,质量才是抓住用户的硬道理。而奇瑞汽车,正在渐渐用自己的质量证明着这一切。

晚报记者 陈栋



奇瑞汽车股份有限公司总经理助理金弋波专访纪实

问:奇瑞起初以价格来赢得市场,现在需要向高质量的形象转变,奇瑞有无制造高端车的计划?

答:奇瑞是一个工业后来者,现在缺少的就是品牌积累,所以和有几十年上百年的历史经验的对手竞争,先期只能通过价格来制约。不仅是奇瑞,日本、韩国的汽车企业走的也都是这个路子。现在只能逐步提升品牌价值,等待市场的认可。我们希望的是走差异化高端品牌,就像丰田和雷克萨斯。也许不久的将来,会有一个新的牌子注入汽车市场。

问:奇瑞汽车在环保方面的规划是什么?

答:奇瑞一直在致力于研发混合动力车,现在已经上市了油电混合动力,并且我们研发的甲醇车也已经成功,现在正在推广。还有乙醇车,主要是出口。现在弱混合动力车型马上就要投放市场,而中度混合动力车型将在年底推出。

问:奇瑞在整车质量控制上有没有什么新的举措和政策?

答:我们是个年轻的企业,问题总是会有的,但我们一直在全力解决。现在我们在各种车型上出现的问题,都建立有数据库,并且从供应商处就开始严格把关,会派工程师监督他们生产样品,并且定期抽检。

问:怎样让消费者相信这些政策呢?

答:现在我们有两项保证,第一是体系保证,我们通过了TS16949这一汽车专业质量认证,这个认证比ISO9000规格更高,更专业;第二是装备保证,我们有国际一流的装备,从设计质量开始严格把关,分品牌营销,加强大区力量,更注重加强二三级城市的开发。品牌形象上去了,消费者自然会相信。

问:此次消费税的调整,奇瑞会有什么相应动作?

答:这次消费税的调整对我们来说,对整个国家来说都是好事,这说明政府开始引导小排量汽车的消费,我相信后面还会有政策的调整来继续引导。而奇瑞1.0以下的车型只有QQ,并且本身售价就已经很低,所以价格调整的幅度不会太大,现在具体的相关政策还在制定中。

问:奇瑞汽车2008年的销售目标,现在已经完成了多少?

答:今年我们是45万~48万辆的目标水平,截止到上半年,已经完成了21万多辆,这还包括了一些自然因素和经济因素的干扰,我相信下半年的走势会更好。



自主品牌艰难前行

时间追溯到1995年,中国人都知道,在那一年我国发生了历史上百年不遇的大洪水,情况万分危急。国家为了大局,在不得已的情况下作出了这样一个决定:如果到了不可扭转的局面,那么就要淹安徽以保江苏。这个决定让安徽省的领导受到了极大的冲击。原因都知道,因为安徽穷。虽然后来洪水被安全地治理了,但安徽省的领导痛定思痛,决定要发展自己的产业,摘掉贫穷的帽子。因为安徽省有一定的工业基础,所以决定搞汽车,这在当年被称为951号工程。在芜湖市领导的争取下,奇瑞汽车在该市的国家级经济开发区正式成立。在成立之初,因为经济实力和政策等原因,连公司名称也只能叫做“安徽奇瑞汽车零部件公司”,这个名称一直到2001年1月才正式更名为上汽奇瑞。

在奇瑞创立之初,只有一个荒野鱼塘边的四合院作为基地,条件的艰苦自不必说,而完全自主研发的基调更加大了生产的难度。雪上加霜的是,在第一条从福特公司手里买下的发动机生产线安装到一半时,英国专家要求加钱。这让奇瑞人大感恼火,自信的他们将英国人请回了老家,发出了“大干三个一百天”的口号。现在,这个四合院已经变成了崭新的厂房,那些曾经被奇瑞创建者在荒地上凭空比划的建筑设想,现在也已一一落实。终于,在1999年5月8日,奇瑞第一台发动机下线,同年12月18日,第一辆奇瑞汽车“风云”下线。

奇瑞“风云”确实可以说是“出乎意料”。这是一款造型大方的三厢轿车,配有1.6升的发动机,与桑塔纳、捷达和富康“老三样”属同一档次,但价格却低1/3,在市场一亮相就反响热烈。2001年全年,奇瑞轿车销售2.8万辆,销售额20多亿元。2002年,奇瑞轿车销售5万辆,销售额40多亿元。

“风云”车一下子就打开了市场,而奇瑞真正对中国汽车市场产生震撼性影响的事件是在2003年一口气推出三款新车型,即QQ、东方之子和旗云。2004年1月17日,北京亚运村车市公布了2003年北京市场十大畅销车型(对当年在亚市销售的共859种车型按照销量排名,所以当选者都是由消费者用“货币投票”评选出来的),吉利美日和奇瑞QQ都入选。根据翌日《京华时报》报道,“十大畅销车型中表现最突出的是奇瑞QQ,在北京上市销售的时间从去年9月至年底不过4个月,却能挤进前十名,成绩十分引人注目”。

加快脚步迅速发展

奇瑞汽车股份有限公司总经理助理金弋波在此次的媒体招待会上说,奇瑞汽车造出前50万辆车所用的时间是6年3个月,后50万辆车用了1年5个月,这个速度是世界第一,也是中国自主品牌规模第一。做出这样的成绩,靠得就是创立之初的“小草房精神”。他举了一个例子来说明:“前段时间市政拨款8个亿,要建立5个厂,包括组装、涂装、发动机等生产厂。而这些资金在其他汽车公司,只够建一个车间而已。”

当奇瑞汽车要投资30个亿用以研发发动机,有90%的业界人士认为他们是找死,但现在的一切证明,这是一次飞跃,那些曾经说奇瑞找死的人又纷纷夸赞奇瑞有远见。金弋波表示,奇瑞的战略目标是“自主—国际—名牌”。现在,整个奇瑞公司都在为这个目标而努力着。

由于掌握发动机的重要性,奇瑞启动了一个令中国汽车业界震惊的计划:在2002~2003年期间委托奥地利AVL公司设计了从0.8到4.2升的18款发动机,全部达到欧4排放标准;与之相应,奇瑞汽车研究院发动机部件到2003年12月已经建立起一支多达200人的技术队伍。同时,奇瑞还与台湾福臻公司合资建立了一个模具公司以逐渐掌握模具制造技术。奇瑞的发动机计划和模具计划正是其迈入高速增长的前期准备。

2001年12月15日,公司二期工程正式破土动工,不失时机地进行了“第二次创业”。

2002年5月,奇瑞成为中国首例汽车侧面碰撞试验的成功者;9月,奇瑞成为中国首家通过ISO/TS16949国际标准的整车制造企业;10月,奇瑞投资7亿元人民币从德国最著名的专业厂家杜尔(DURR)公司引进了世界最先进的涂装线。据说与此相同的生产线全世界仅有5条,3条分布在欧洲:其中大众两条,宝马1条;两条分布在亚洲:上海大众1条,第二条便落户在奇瑞。

奇瑞虽然也应该算是起身“草莽”,但是这个中国人自己的民族品牌还在不断创造历史。随着企业发展的越来越快,也出现了许多亟待解决的问题。公司现在有近一万员工,平均年龄23岁,没有退休员工。这是一个优势,同时也是一个劣势。由于生产线上有大批的欠熟练工人,因此在管理和质量上亟待提高。同时,由于企业规模越来越大,企业文化和理念也需要转变。

做出划时代的产品

在这次采访中,奇瑞汽车股份有限公司总经理助理金弋波不止一次地提起A3这个产品,并对整个中国市场的车型作了一次彻底的分析。他表示,改革开放30年来中国汽车工业的发展史,实质上是以老三样、新三样、精三样为代表的三代家轿发展史。

第一代家庭轿车以老三样(桑车、捷达、富康)为代表,中国市场上世纪80年代推出的车型,第一代技术多数源于欧洲70年代技术,外形方正规矩,整车配置简陋。

第二代家庭轿车以新三样(伊兰特、凯越、福美来)为代表,中国2002年以后陆续推出的车型,源于日韩80年代技术,一改第一代“方砖”式设计,线条开始流畅,厂家开始重视汽车安全性。

第三代家庭轿车以精三样(福克斯、速腾、标致新307)为代表,是2007年左右投放中国市场的,以最新欧洲流行风格和工艺为标杆制造的第三代家轿成为汽车市场的风向标。第三代车型的主要特点为外形动感时尚,三连杆及以上后独立悬架,安全性方面普遍达到四星级以上碰撞标准。

无独有偶,奇瑞与中国三代家轿的发展脉络相契合,也经历了三代历程。旗云、A5和A3代表了奇瑞乃至中系汽车三代的发展脉络。金弋波预计,即将上市的奇瑞A3将成为精三样最新的代表。“脱开过去的奇瑞,形成一个全新的奇瑞,这个过程并不简单。奇瑞几度推迟A3上市,就是为了A3能够成为奇瑞一个划时代的产品,成为奇瑞在品质时代的开山之作。虽然奇瑞高位运行面临着合资品牌的打压和其他自主品牌的挑战,但当企业发展到一定高度,必须探索如何将产品与品牌发展得更健全、更完善,用高端的品牌高端的产品去开辟新的战线。如果没有良好的品质,将很难爬出‘廉价车’的泥潭。”金弋波这样总结道。

尾声

这次采访的时间很短,没能彻底地感受奇瑞人的精神和风貌,但仅仅这一天时间,就足以见证奇瑞汽车的诚意与决心。在招待会上,金弋波首先就讲了奇瑞商标的含义:“奇瑞的标志来自于英文,原意为喜气洋洋,但我们现在还没有做到,希望有一天这个词能脱离英文,成为字典里的一个词。我们希望将来提起中国,就能想到中国有个汽车品牌,叫做奇瑞。”