

【改革开放40周年特稿】

编者按: 改革开放40年来, 中国汽车产业发展成绩有目共睹, 连续9年生产和销售汽车稳居全球第一。从1978年年产14万辆到2017年年产2901万辆, 206倍的产量增长, 民族汽车工业通过几代人的智慧与坚守, 让价优物美的自主品牌汽车走向了世界。以江淮汽车为代表的自主品牌, 在这条自强不息的民族汽车工业振兴路上乘风破浪, 勇往直前。它的成长史也是改革开放40年来我国汽车工业发展的一个缩影。

江淮汽车: 在创新转型中提升企业核心竞争力

本报记者 张晓梅 / 吴明 张骅

党的十九大报告提出, 创新是引领发展的第一动力, 是建设现代化经济体系的战略支撑。近年来, 江淮汽车洞悉行业发展趋势与需求端的结构变化, 紧紧围绕“做强做大商用车、做精做优乘用车、大力发展新能源车”的战略定位, 着力推进企业的转型升级和结构调整, 在技术创新和开放合作上取得了可喜成绩。

不断以最新技术 满足用户需求

随着用户需求的不断升级, 江淮汽车一直以最前沿的技术赋能新产品, 以最好的服务和最合适的价格打动消费者。经过多年的实践摸索, 建立起拥有国家级技术中心、国家级工业设计中心, 具备整车、核心动力总成、自动变速箱及软件系统等关键零部件研发、试验验证和标定开发等完整的正向研发体系。多年来, 江淮汽车始终坚持“节能、安全、环保、智能”关键技术研发路线不动摇, 将销售收入的3%—5%作为研发投入, 大力发展新技术、新材料、新工艺的运用, 强化核心技术能力建设, 提升公司技术研发水平, 全力打造中国品牌汽车的核心竞争力。

在先进节能技术领域, 江淮汽车自主研发的1.5T+发动机, 集缸内直喷、涡轮增压、双可变气门正时三大主流尖端技术于一身, 拥有“低转速大扭矩”的显著优势, 其综合性能已达世界先进水平。国家“863”计划重点项目6DCT自动变速箱, 实现TCU上层软件开发完全自主, 打破国际垄断。两者组成的“白金传动系”传动效率更高达94%, 兼顾行驶动力性及燃油经济性。

在新能源领域, 江淮汽车已系统掌握了电动汽车的电池成组、电机、电控三大核心技术及能量回收、驱动与制动电耦合等关键技术, 尤其在电池热管理系统技术上取得重大突破, 搭载在iEVS4、iEVA60等车型上的新一代电池智能温控技术, 采用独立液冷循环, 可确保车辆电池始终处于10—35摄氏度的工作环境, 提高用车安全的同时, 大大延长



江淮大众新能源乘用车项目研发中心正式动工

电池寿命。截止到目前, 江淮汽车累计示范推广突破10万辆新能源汽车, 累计行驶里程突破16亿公里, 单车最高运行里程35万公里。今年1—11月, 江淮纯电动乘用车的销量更是达到42343辆, 同比增长60%。在目前纯电动驱动家轿市场, 持续保持私人用车领域推广规模领先。

在智能网联技术领域, 由江淮汽车自主研发的“最听话的车联网管家”——智聆, 可实现全面的多媒体互联功能, 提供全网资讯在线、动态交通在线等服务, 已全面搭载在瑞风S3、瑞风S4、瑞风S7、瑞风M6等量产车型上。由江淮汽车与百度共同研发的无人驾驶汽车, 基于江淮汽车纯电动汽车平台开发, 可达SAE3级水平, 已具备自主跟车、车道保持、自动变道、自动超车等功能, 能够在城市快速路、高速公路环境下实现自动驾驶。

不断以聚焦战略 深耕国际市场

近两年, 中国汽车出口持续复苏, 并逐步由“走出去”向“走进”迈进, 出口量不断攀升的同时, 也呈现出更多亮点, 江淮汽车无疑是其中最亮眼的存在。1—11月出口72363辆, 在行业自主品牌中, 出口占有率为7.4%, 排名第三。其中墨西哥、哈萨克斯坦、孟加拉等市场位居当地中国汽车品牌销量第一位, 墨西哥在中国汽车品牌出口占有率达到65%; 在智利、秘

鲁、厄瓜多尔、哥伦比亚等市场, 江淮汽车长期位居中国汽车品牌销量前列。

目前江淮汽车产品已进入全球130多个国家或地区, 初步完成了遍布南美洲、非洲、中东、东南亚、西南亚、东欧的国际市场布局, 并在越南、埃及、墨西哥等19个国家和地区建立KD组装工厂, 在俄罗斯建立子公司, 越南、肯尼亚建立合资公司, 推进巴西贸易公司和哈萨克斯坦合资项目, 商用车出口持续保持行业领先, 乘用车SUV出口排名位居行业第三。

在出口市场的丰富经验和差异化的市场策略帮助江淮汽车在“一带一路”沿线国家取得了出色的成绩。江淮汽车副总经济师、国际公司副总经理张鹏表示, 早早走出去的市场经历让江淮汽车积累了深厚的实力和经验, 在国家提出“一带一路”倡议后, 江淮汽车把握机遇, 谋定而后动, 积极“走出去”。贯彻“重点国家, 重点产品, 重点渠道, 重点突破”的聚焦战略, 巩固传统优势市场, 把握“一带一路”市场机遇, 轻卡和电动乘用车力争率先进入发达国家市场。到2020年底, 国际业务占公司整体销量的比重达到20%, 出口位次进入全国三甲。

不断以开放心态 进行强强联合

现代汽车工业体系十分完善, 传统汽车制造业很难再取得决定性的突破, 传统营销模式已

经不能满足未来消费者出行的需要。因此, 汽车行业的发展趋势必然是电动化、智能化、网联化和共享化的跨界合作, 转型升级迫在眉睫。

主动拥抱变革, 江淮汽车和国内的造车新势力蔚来汽车建立了深度合作。江淮汽车是传统车企出身, 尽管在“新四化”方向有较好的积累, 但相比蔚来汽车这样的新势力, 对互联网的理解和新生态的把控上存在差距。通过和蔚来汽车这样的企业合作, 江淮汽车提升了互联网思维能力。尤其是在客户服务体验方面, 江淮汽车构建起了基于互联网生态的服务模式, 可以24小时全方位感知客户的需求, 从而为客户带来传统4S店模式所无法比拟的服务。

今年, 江淮汽车与大众汽车、西雅特签署谅解备忘录, 基于各自的技术实力和产品储备, 共同开发一款面向全球市场的电动汽车平台, 用于生产江淮大众车型。12月份, 江淮大众新能源乘用车项目研发中心正式动工, 这也是中外汽车合资公司在中国设立的首个核心研发中心。

江淮汽车集团股份有限公司董事长安进表示: “研发中心的开工建设不仅是双方深化战略合作的一次重要实践, 更是事关江淮大众公司长远发展的重大战略选择。希望江淮大众公司以此为契机, 紧扣中国汽车强国战略和新能源汽车技术路线图, 继续整合优势资源, 持续强化科技创新, 有效形成核心技术的持续供给能力, 不断提升企业经营业绩。”

事实上, 从2018年2月起江淮汽车各制造厂就开始全面应用大众VDA 6.1质量管理体系。这一德国大众百年积淀的技术结晶, 对江淮汽车制造过程的管控、供应商体系优化、零部件质量提升都有着重要意义。与大众产品共线的瑞风S4, 其四大工艺过程严格执行德国汽车工业积累百年的VDA 6.1质量管理体系, 全流程打造极致产品。按照大众质量控制点, 设置瑞风S4对应过程节点和关键品质点, 包括冲压车间单件精度、焊装车间车身精度与焊接强度、涂装车间漆膜厚度与整车防腐, 以及总装车间扭矩和四轮定位等。同时, 与

大众合资产品共享部分零部件供应商, 进一步强化供应商品质管控, 支撑产品力提升。

站在改革开放40周年的新起点上, 江淮汽车一方面苦练内功, 提升技术实力, 另一方面, 以更加开放心态引领“后合资时代”的市场变革, 积极拥抱互联网企业深化合作, 不断提升核心竞争力, 助推我国汽车行业进一步转型升级。

主编视点

自主品牌汽车 不再“简单低质低价”

作为一家具有54年历史的地方汽车国企, 江淮汽车采用商乘并举的战略, 在SUV、MPV、轿车、皮卡、轻卡、重卡、客车、新能源等领域全面发力, 为用户提供了多元化选择。

1964年, 合肥江淮汽车制造厂成立, 第一代江淮人白手起家; 1968年, 生产出第一辆“江淮牌”载货汽车, 填补了安徽汽车工业空白; 1990年, 第一台HFC6700系列底盘研制成功, 填补了国内客车专用底盘的市场空白。此后, 公司上市, 进军乘用车领域, 荣获“全国质量奖”、连续三年获“中国心”十佳发动机, 研发双离合自动变速器打破技术垄断, 成立海外设计中心, 国家领导人关怀、与大众蔚来开启合作篇章……

江淮一路走来, 实践和见证了我国改革开放以来的汽车工业发展。实际上, 在连续多年保持2000万辆级的中国市场上, 中国汽车品牌渐渐有了自己的话语权, 并凭借集体向上的战略占据了一席之地。可以说, 自主品牌汽车不再是简单的低质低价, 而是高品质和高价值的代言人, 江淮汽车就是其中最为典型的代表之一。

张鹏进

本刊执行主编: 张晓梅