

【两会特别策划·谋划“十四五”】

编者按:过去的一年,站在国家“两个一百年”奋斗目标和“两个五年”规划的历史交汇点,奇瑞集团的市场表现是让人满意的。2020年,奇瑞集团累计销售汽车73万辆,其中奇瑞汽车累计销量达到44.9万辆,同比增长8.6%。奇瑞海外市场实现新突破,全年出口汽车11.4万辆,连续18年位居中国品牌乘用车出口第一。站在这样的历史起点,我国汽车产业自主品牌代表之一的奇瑞汽车更有信心和底气面向未来。

“十四五”奇瑞汽车布局全球再谋新发展

——访全国人大代表,奇瑞汽车股份有限公司党委书记、董事长尹同跃

■ 本报记者 张晓梅 / 吴明 张骅

“十四五”规划和2035年远景目标纲要(草案)已明确了我国今后10年的发展方向,作为市场主体的企业将按照纲要草案中的精神和要求做出相应的部署。3月8日,全国人大代表,奇瑞汽车股份有限公司党委书记、董事长尹同跃在接受《中国企业报》记者采访时表示,“十四五”乃至到2035年,奇瑞将立足国内国际两个市场,坚守改革创新这一底线,主动融入国家发展战略,力求在全球产业变局中站得稳,立得住。

开局之年 依然信心满满

奇瑞控股集团2月销售报表显示:集团2月实销汽车50778辆,同比增长144.9%。海外销量继续攀高,出口汽车18294辆,同比增长117.3%。1—2月,集团累计实销汽车147838辆,同比增长98.1%,继续保持奔跑“加速度”。这样的表现让正在参加全国两会的奇瑞掌舵人尹同跃更是信心满满。

尹同跃说,“十四五”规划对企业发展的高质量发展提出了新的要求,2021年是“十四五”开局之年,也是奇瑞实施2025战略的关键之年,面对充满变数的2021年,奇瑞将从以下几个方面推进变革:

坚定实施变革,激发企业活力。2021年,奇瑞将把变革坚持到底落实到位,通过文化赋能引领全员参与彻底变革,实现向新而进和价值再造。

拥抱时代变革,加速“新四化”。身处电动化、网联化、智能化、共享化的“新四化”巨变之中,奇瑞将积极从传统汽车向智能汽车、新能源汽车方向转型,依托“雄狮科技”加速智能化转型,深化开放合作,通过与产业链顶尖企业联盟,赋能奇瑞智能化升级战略,加速筑造未来智慧出行新生态,让奇瑞在“软件定义汽车”的智能化浪潮中勇立潮头。奇瑞要进行全面数字化转型,通过数字化营销、数字化研发、数字化制造和数字化运营,构建企业与客户、合作伙伴的互通互联能力,大幅提升与客户互动效率和内部运营效率,牵引企业快速满足客户需求。

转变客户理念,聚焦价值管理。“以客户为中心”是一条通往世界的道路,无论环境如何变化,技



术如何改变,企业发展的基本原则是不变的,那就是聚焦、专注于客户与客户价值创造。客户价值管理是奇瑞新一轮变革的核心,过去以竞争为导向的思维已不能适应未来发展,奇瑞将打破过去的思维束缚,真正去理解客户需求,解决客户痛点,找到客户兴奋点,创新顾客价值,聚焦客户体验,并逐步培养客户成为企业的粉丝。

双重压力下 仍保强劲发展势头

奇瑞能够在市场和经济下行的双重压力下跑赢大势,背后的原因是什么?尹同跃向记者解释,发展跑赢大势的背后,是因为这几年奇瑞通过战略转型,打造了完善的九大运营管理体系,运营效率不断提升,“TQCDI”指标全面突破。

为了让人们较为清晰地理解,尹同跃进一步对九大运营管理体系进行了阐述。

T(Technology)代表了技术。多年来,奇瑞汽车坚持自主创新,每年投入销售收入的5%—7%用于研发,在关键核心技术方面取得了突破性成果,逐渐打破了跨国巨头对于汽车核心技术的垄断。截至目前,奇瑞已经累计申报各项专利达到20794件,获得授权专利13153项,位居中国汽车行业前列。

Q(Quality)代表了质量。完善的质量控制体系,使得奇瑞产品质量大幅提升。目前,奇瑞新产品的3MIS IPTV(3个月内千车故障率)已实现了自主品牌领先,并超过部分主流合资品牌的平均水平。同时,奇瑞也是行业中唯一实施“全系发动机终身质保”的汽车品牌。

C(Cost)代表了成本,奇瑞目前已建立四大产品平台和模块化

架构,可以衍生出不同使用功能、不同能源驱动的“平台矩阵”。通过产品开发的平台化、模块化和通用化,使奇瑞在保证产品质量的前提下,实现了产品开发成本的大幅降低。

D(Delivery)代表交付。在体系支撑下,目前奇瑞的产品开发周期已从46个月缩短到24个月,新车推出速度明显加快,同时,产品品质稳步提升。

I(Investment)代表投资。多年来,奇瑞以整车出口、CKD组装、合资合作及属地化研发生产等多种形式并举,拓展海外市场,完成了从最初的“单纯贸易”到“品牌输出”,实现从产品“走出去”到工厂、文化“走进来”,再到品牌“走出去”的根本性转变。2020年,奇瑞海外出口连续18年位居中国乘用车出口第一,并第四次获得“最佳海外形象企业”20强。

不忘初心 坚守技术创新不动摇

作为中国品牌“技术派”的代表,奇瑞在技术创新方面,不忘初心,坚守技术创新不动摇。尹同跃向记者解析了未来在技术创新和高品质发展方面的路线图。

在汽车“新四化”背景下,奇瑞必须发挥原有优势谋求新的发展。在当前全球汽车产业转型升级的大背景下,奇瑞要做到“顶天立地”拥抱未来。“立地”就是把基础夯实,把传统汽车做实、做透。“顶天”就是要抢占新技术制高点,把新能源、智能网联、自动驾驶等前瞻技术做高、做尖,让中国汽车产业真正强大起来。

为此,奇瑞规划了“一条线+五层楼”,全面涵盖未来汽车新技术

发展趋势。一条线:指的是奇瑞旗下的零部件企业集群。五层楼:第一层是燃油车;第二层是EV,电动车;第三层是智能网联技术;第四层是自动驾驶技术;第五层是移动出行服务。

目前,“技术奇瑞”和“品质奇瑞”已经取得了一些最新发展成果。传统汽车技术:通过坚持自主创新,如今的奇瑞已经掌握了汽车发动机、变速箱、底盘等造车核心技术。

新能源汽车技术:奇瑞已建立了包括整车集成、核心技术、核心零部件开发能力在内的完整的新能源技术研发体系,在新能源领域已累计申请专利1000余件,拥有授权专利600余件,位居行业领先水平;并制定了“457”技术发展规划,即四大新能源产品平台、五大通用子系统和七大核心技术,涵盖面向纯电动、混动、增程、氢燃料电池等新能源汽车主流新技术。

智能网联技术:由奇瑞自主研发的“雄狮智云”智能网联系统,已经发展到4.0版,目前其用户已超过50万。

自动驾驶技术:奇瑞推出了“雄狮智驾”自动驾驶技术平台。目前,奇瑞L2+级自动驾驶技术已实现量产。2025年,将实现L4级高度自动驾驶技术应用。

移动出行和共享技术:使用“雄狮智行”系统的奇瑞出行已进入商业运营阶段。

内外兼修 布局全球再谋新发展

自去年以来,党中央多次强调要构建新发展格局。“构建新发展格局,是与时俱进提升我国经济发展水平的战略抉择,也是塑造我国国际经济合作和竞争新优势的战略抉择。”这是中央根据国内国际形势变化,从建设社会主义现代化强国的目标出发,提出的重大发展战略,对今后的高质量发展、高水平市场体系建设和高水平对外开放,都有根本的指导意义。

尹同跃说,内循环这一大市场给发展带来了量,让老百姓过上好日子,能够从脱贫之后走向中等收入水平,对企业而言就是立足之根本。外循环能够促使发展提高“质”,在全球竞争中保持竞争力,特别是像奇瑞这样的自主品牌,在国际市场已打拼了十多年,进一步提升国际竞争力,打造国际知名品

牌是责任,也是奋进的目标。

矢志不渝地走国际化发展道路,连续18年保持中国品牌乘用车出口第一的背后,是奇瑞因地制宜推进属地化发展,从品牌“走出去”到“走出去”的创新实践。奇瑞深度参与全球价值链,积极投身“人类命运共同体”建设,为中国品牌推进全球化战略贡献了“奇瑞方案”。

经过多年深耕,奇瑞与“一带一路”沿线大部分国家的合作伙伴建立了长期友好合作,在俄罗斯、埃及等重点市场还成为当地家喻户晓的知名汽车品牌,实现了从“走出去”到“走进来”再到“走出去”的结构性转变,形成了独特的全球化模式。

尹同跃表示,从“走出去”到“走进来”,再到“走出去”,奇瑞的一条重要经验是“因地制宜”推进属地化发展,融入当地文化,与所在国合作共赢,命运与共。

根据奇瑞的“双50”战略,到2025年,将实现汽车出口50万辆、出口额达到50亿美元的战略目标。

尹同跃认为,在当前特殊时期,走活“内外双循环市场”两盘棋最为关键的是做好自己,凭借新技术和好产品把握好产业变局这一重大发展契机,做到内外兼修,布局全球,再谋新发展。

主编视点



“十四五”规划和2035年远景目标纲要(草案)在第五章“提升企业技术创新能力”中强调:“完善技术创新市场导向机制,强化企业创新主体地位,促进各类创新要素向企业集聚,形成以企业为主体、市场为导向、产学研深度融合的技术创新体系。”奇瑞发展20年,坚守技术创新20年,技术创新是奇瑞的本色基因。在未来10年,技术创新将成为我国发展的重要战略,奇瑞将会立足现有基础,主动融入这一国家战略,为国家发展和自主品牌走向世界再创新迹。

张骅

本刊执行主编: 张晓梅