

【风向标】

编者按:奇瑞控股集团1月7日发布年度销量数据:随着2021年12月份以112015辆的单月销量完美收官,奇瑞集团2021年累计销售汽车达到历史性的961926辆,同比增长31.7%。其中,出口269154辆,同比增长136.3%,连续19年位居中国品牌乘用车出口第一;新能源汽车销量109028辆,同比增长144.6%。至此,奇瑞集团全球汽车用户累计突破1000万,其中海外用户195万。其发展之势虎虎生威。

尹同跃:奇瑞20年海外市场发展的内在逻辑

本报记者 张晓梅/吴明 张骅

“出海”整整20年的奇瑞,为何能连续19年保持中国品牌乘用车出口第一?为何能成为第一个年出口突破20万辆的中国乘用车品牌?为何能在全球80多个国家和地区成为车主热爱的“中国名片”?为何能连续5次获得“最佳海外形象”20强企业?1月23日,奇瑞控股集团党委书记、董事长尹同跃,向《中国企业报》记者解读了奇瑞20年海外市场发展的内在逻辑。

技术是“根”,质量是“本”

《中国企业报》:奇瑞是靠技术创新起家的,技术是奇瑞的“根”,是确保汽车品质的“本”,技术是如何让企业走向海外,并使出口量连续19年位居全国第一的?

尹同跃:在业内外认知里,“技术奇瑞”的形象一直深入人心。质量是中国汽车出口的“敲门砖”,技术是走向国际市场的“通行证”。2001年10月,奇瑞的首批10辆风云轿车出口叙利亚,正式拉开奇瑞“走出去”的序幕,促使奇瑞成为我国最早探路国际汽车市场的自主品牌。在20年的国际化道路中,奇瑞从“走出去”到“走进来”,再到“走上去”,摸索出中国品牌推行全球化战略的“奇瑞方案”。而在其间的最重要法宝就是技术和工艺上的不断迭代更新,产品品质的快速提升。

《中国企业报》:在质量把关上,奇瑞一直进行着各类技术试验,从不同方位修正和完善制造



尹同跃在央视财经《中国汽车风云盛典》现场,接受中央广播电视总台主持人陈伟鸿的采访。

技术和工艺流程。碰撞试验投入成本大,要求高,但奇瑞几乎每天都在进行,请问为什么要如此执着呢?

尹同跃:在奇瑞有与汽车相关的所有实验室和研发机构,碰撞试验和数据研究仅是研发创新的一个方面。在做实际碰撞之前,我们在电脑里面已经经过了反反复复的模拟的碰撞,都是合格的。大概一年365天整天碰撞,每天都要做。还有那种半个车身的碰撞,一年要做一千多次。安全是无价的,所以要确保汽车的安全是绝对过硬的,这样才能让奇瑞的客户放心使用自主品牌产品,使用奇瑞的产品。要说这一试验的成本有多高,单单一个碰撞的虚拟人就要花费不菲。对于这个试验线我们总是开玩笑说,这个假人比我们真人还贵。通过碰撞试验,产品不但可以满足国标,也可以满足欧标、美标。每一个15度都可以进行相互之间的对撞或者是侧撞,包括翻滚的测试。实际上所有最苛刻的安全标准,在奇瑞的实验室都

可以完成,而且这个实验室是得到了欧盟法规认证的机构。

“因地制宜”推进属地化发展

《中国企业报》:我国汽车产业发展初期是拿市场换技术,通过引进技术创办合资企业消化吸收世界先进制造技术,可现在我们是通过技术输出,在境外创办生产和研发基地实现在海外市场的发展。对此,尹总如何解读?

尹同跃:现在中国汽车正在从汽车大国快速地走向汽车强国,汽车的出口强劲是汽车强国的一个重要标志,早期我们国家的出口更多的是靠高性价比,现在的出口与过去不一样的很大的一点不是靠性价比了,而是靠技术、靠价值了。所以在境外,价格定的比国内要高得多,在国外奇瑞可以通过技术弥补或者说超越其他老牌的主机厂,有时候定价反而会高于很多老牌的企业。许多国家都有技术壁垒

的情况,比如说在南美,它的公路条件并不好,山路特别多,很多人家住山坡上,所以对动力的要求、起步的要求就不一样。对于掌握了这个发动机的核心技术团队来说,这就不难。在中东很多沙漠地区,他们的空气中弥漫着非常多的沙子,这些对机械产品的磨损都有影响,那么奇瑞在当地做试验性开发时发现了这个问题,工程师也很快解决了这一细沙子会导致一些密封件磨损的问题。

《中国企业报》:无论是技术创新,还是文化和法律法规方面的适应性,奇瑞是如何从最初的水土不服,到走进来、融进去,成为当地经济、社会发展的一分子?

尹同跃:海外的品牌形象提升,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。一直以来,奇瑞在海外不仅把车带进市场,更希望与合作伙伴共享发展成果。通过深耕属地化营销,推动海外品牌建设进入新阶段。每进入一个海外之前,奇瑞都会深入研究当地的市场情况和消费者行为习惯等,并推出相应的营销举措,充分融入当地社会文化,不断提升品牌知名度、认知度和影响力。

奇瑞在海外发展过程中,总是把自己视为所在国经济社会发展的一分子,积极履行社会责任,支持当地救灾、环保、教育、民生等各类公益事业,践行中国品牌对当地用户、合作伙伴、社会公众的承诺。在2020年这场肆虐全球的抗疫之战中,奇瑞为全球20多个国家送去了100万件医用物资和抗击疫情的经验

总结,助力海外市场所在地投入抗疫和复工的双重“保卫战”。努力克服全球疫情对海外市场带来的不利影响。

持续创新,技术奇瑞展现中国魅力

《中国企业报》:您说过新产品更是新的增量、新的赛道,新的机会点。所以奇瑞通过技术改变了过去的对企业的理解。其关键点又在哪?

尹同跃:技术就是柳暗花明又一村的不断地出现新起点,一个新的技术带来的价值和惊喜往往超过技术本身,一个技术和另外一个技术嫁接可能会形成更多的技术,所以技术是奇瑞的根。奇瑞在技术方面一定要把最深的技术,软件技术、芯片技术、电池技术,就是通过买也要把它搞透。然后怎么把这些未来的技术变成现实,变成新的卖点,变成看得见的技术。因为一个产品到市场上去如果没有新技术加持的话,它的销量就会下降,审美就会疲劳。只有不断地通过造型的升级,新技术的加持,使老产品焕发青春,老产品的市场空间就会越来越大。

其实,奇瑞有各个层面的创新,大的创新很重要,原创新很重要,革命性的创新很重要,还有中间的创新,叫做融合创新,奇瑞现在准备再建300个左右的实验室,就是做一些基础性的研究,研究跨界行业技术怎么样装到汽车上面去。然后是微创新,小的创新持续地改进更重要,小创新累计起来看,是很宝贵的,我觉得只要创新,只要变化都是有价值的,都是公司的金子。

服务发力,合肥高新区南岗科技园良好环境助发展

通讯员 陈思 韩雪洁

本报记者 张晓梅/吴明 张骅

“军民融合示范项目安徽羲禾航空科技有限公司落户南岗科技园,我们仅用一天时间就协助企业完成了四证办理,使这家高新技术企业尽快运营生产。”2021年底,合肥南岗科技园管委会主任马建华在与媒体的交流对话中表示,只有良好的营商环境才能吸引资本和人才,从而获得更好的发展。

管理提升,全心全意为企业服务

2021年是南岗科技园体制机制改革五周年。近一年来,南岗管委会创新举措,完善机关及园区制度建设,整理制度汇编,

用制度管人,靠制度管事,以制度管权。通过体制机制的不断完善,南岗科技园管委会涌现出了一批特别能吃苦、特别能战斗的人才队伍。

各职能部门认真履行工作职责,发挥部门职能,创新开展群团工作。党建带共建,共建促发展,在党工委的带领下,以活动为载体,结合园区的实际情况,开展各类寓教于乐的特色活动。园区团工委开展对企的“暖冬·归巢计划”主题文化活动;2021年4月,妇儿工委、团工委联合向辖区内幼儿园捐赠防疫物资;截至目前,共举办线上线下单身联谊活动3场。

同时,不断完善系统现代化,也让园区管理如虎添翼。南岗科技园建设全省首例合作园区财务管理信息系统,系统建设以转换会计制度、满足业务需要、提升财

务管理水平为目的,以实现“业务智能化、信息共享化、预算规范化、财务精细化”为目标,可以实现系统指标管理、网上报销、网银支付三大模块,大大提升了工作效率。

想企业所想,设置疫苗接种专场

疫情期间,南岗科技园为满足居民和企业人员接种需求,专门开设“夜间专场”“假日专场”“企业专场”等针对性接种安排。截至目前,南岗科技园共配合南岗卫生院完成新冠疫苗接种5.3万剂针,已提前超额完成上级部署的工作任务。

一直以来,南岗科技园大力发展园区医疗配套,从安置小区的医疗卫生站到合肥市南岗卫生

院再到安徽医科大学第一附属医院(高新院区),再到后来安徽省妇幼保健院(西区)的建成开诊,园区医疗事业实现连续提档升级。

为了解决园区内企业员工子弟上学问题,南岗科技园加快中小学校区建设。2020年8月,南岗科技园磨子潭路小学交验仪式正式举行,标志着该学校正式交付蜀山区教体局办学使用;与此同时,南岗第二小学也正式开建。

产业提升,又一批“隐形冠军”落户南岗

随着良好营商环境的营造,一批具有高新技术的战新产业、“隐形冠军”落户南岗。截至目前,园区共获批国家高新技术企

业36家,获批市级以上专精特新企业32家,其中国家级专精特新企业6家。同时,一批极具活力的新项目、新产业正在南岗科技园扎根。2021年,南岗科技园新开工项目5个,总投资12.2亿元,其中不乏行业佼佼者。

“产业迈向中高端,发展追求高质量。南岗科技园成长的密码就是坚定不移地抓产业转型升级。”马建华告诉记者:“南岗科技园正在布局园区新能源、新材料、节能环保、大数据、智能制造等战略性新兴产业、未来产业。”

国内首个大型信创数据中心、长三角重大新基建项目华云数据润迅数据中心项目总投资10亿元,预计近期可投入使用,该项目可为党政、金融、教育、医疗等用户提供近万个机柜的计算和存储能力。