

红旗发动机:制造业的枪杆子



红旗汽车发动机是国内最完整的发动机系列产品。历经82辆样车实验行走7百万公里。整体技术水平处于国际领先水平。共获专利授权69件,专利7件,2012年获中国机械工业科学进步一等奖。

从某种意义上说,红旗系列发动机的完整制造决定了对制造高端的攀爬引领,从某种因素上说,既是自主的旗帜,也是制造业的“枪杆子”。

一汽副总工程师李骏说,红旗所要掌握的创新工具是低碳化技术。要求传统的汽油机修改从原来的机道像柴油一样直接把油分到其他里去。此前我们国家是没有这个技术的。现在已掌握了达到了“五要素”燃烧的设计。只有到了设计阶段,才意味着一汽从根本上掌握了汽油直传燃烧技术。

一汽红旗发动机的意义在于:通过开发“红旗”品牌C、D、E级轿车及配套的发动机产品,实现高端产品和技术自主,并通过高端技术的开发提升整体技术竞争力和产品竞争力。

用1个燃烧系统便覆盖了直4、V6、V8、V12平台的多个机型,最终实现了中国一汽乘用车发动机生产一代、开发一代、预研一代的良性循环,提高了中国一汽总体市场竞争力。

李骏说,核心技术是轻量化技术。特别是微型化的轻量化技术,这是非常复杂的轻量化技术。2005年前,一汽从来没有开发过这样的技术。它最大的特点相当于一个Y字型。这个技术使红旗发动机的重量降低了11%。

专家鉴定的结论是,红旗发动机有很多第一。他的v12是中国第

一款亚洲第二款,国内第一款v8双列增压汽油机,国内第一款自主开发批量投产v6,第一款豪华轿车2.0升增压汽油机。

这个发动机是我国第一次用七年时间开发四个平台,九个新品的发动机。是我国汽车发动机历史上的一个突破。

通过这个项目,实现一汽完整地建立起了高级轿车的产品开发体系,从流程到标准到数据库,到性能正面向电控自主标定,整车达到了国5排放,而且完全是由一汽自主开发,没有经过任何国外的技术力量。



一汽副总工程师 李骏



祝虹

专栏

江淮安进:以产品线为战略基础的转型调整

1问:江淮怎样看待3·15?

安进:3·15用户投诉的不是江淮的锈蚀车,投诉的是江淮对用户漠不关心的态度,暴露出企业对客户价值的定位,包括要提高对经销商的管理能力,首先内部要调整,使价值更完善,一切为了客户满意,来评价和调整及改进我们的工作。目前一个自上而下的150人团队体系在正常的运行。

2问:江淮做实与做稳的特点?

安进:“十一五”期间,江淮从商用车向乘用车转型,“十二五”期间,

着力于优化产品结构,形成了以瑞风、轻卡为代表的核心业务并大力拓展轿车业务,去年着重做实做稳并以产品线为战略基础的转型调整,分别体现在瑞风MPV系列中以M5销售占比已提升14%;今年目标突破16万台,主打车型和悦占比7.24%。

今年1季度销量实现了14.2万辆,同比增长20%,营业收入同比增长20%,营业利润则同比大幅上涨70%以上。

3问:五年推出17款全新车型?

安进:未来五年将推出17款全新车型,2014年规划产品中,一个是和悦A20,基本聚焦在A0级轿车与和悦S30、瑞风M3、瑞风M6及高端瑞风A6相当于奥迪A6车型。2015年和悦品牌有四个主要面向巴西,同步面向国内市场的有新一代紧凑型轿车和悦A40,B级轿车和悦A60,新款中高端MPV瑞风M7;同年还有和悦A30和瑞风M5。总共是8款年度车型。

4问:17款是不是有点多?

安进:宾悦是我们第一台车,推的不够顺利,但是对我们江淮来说是比较良好的开局。拉动了我们生产体系和供应链体系,使对轿车品

质评价,制造过程管理,正向设计过程,贡献还是非常大的,我们不满足于就做经济性的轿车,在中高级轿车商务用上有有所作为,否则中国自主品牌永远也不可能成为强大的、成熟的汽车,我们不能把自己定位在低端,江淮要有中国梦,明年北京车展就把这车拿出来。

5问:商用车平台如何转型?

安进:“十二五”期间,商用车产品线以轻卡继续完善帅铃、江淮铃、好运三条线布局,形成以黄金传动系为核心升级换代;今年全新帅铃明年高端小卡车型上市;重卡今年全新年度车型已具备上市的条件。多功能商用车星锐瑞品牌产品覆盖了4、5、6系车型,积极地向校车、救护车等专业改装市场的拓展模块并全新开发7系车型,皮卡业务已实施全新平台的开发2014年实现投放。

6问:汽车金融八年破题?

安进:对于与西班牙瑞福德汽车金融业务是一个漫长的八年过程,今年有了一个突破性的结局,主要是银监会的要求监管太严格。导致选择性和被选择的机率。目前池子五个亿,未来注资到13个亿,但能够拉动50个亿——以乘用车为主并拓展到商用车。

庞青年:拉动内需的底蕴是列兵布阵?

1问:青年轿车具备了哪些车型?

庞青年:2013款全新青年莲花L3上海车展上市。与之匹配的是1.5L发动机,4速自动变速箱。售价区间为6.38万元。

今年青年莲花是上市车型最多的一年,青年莲花已有八个车型。AO3的1.5升两厢、三厢,1.6升7t轿跑两厢、三厢。AO5轿跑和SUV也可以上市了。这个阶段的特点是青年已具备了集中迸发六个新车型拉动内需的潜能。

2问:青年轿车有哪些平台?

庞青年:经过五年的反复吸纳并购,青年具备了三个技术体系:莲花技术体系,世爵技术体系,萨博技术体系。青年轿车要以莲花、世爵两个品牌打造。这是基于青年客车在尼奥普兰的成功思路持续推进轿车制造和拉动内需消费的需要。

3问:走第三条技术道路的特点?

庞青年:轿车投资一下子几亿美元进去了,等于12个车型。L31.5L两厢、三厢,L31.6L两厢、三厢4个,L5SUV、掀背式轿车、轿车、轿跑4个,L6SUV,掀背式轿车、轿车、轿跑4个,那么多车型都投进去了。

前几年,青年一直在奠定基

础。后几年,青年针对发展采取适合青年汽车的第三条多元化的技术道路。以小众高端消化引进逐渐成熟,这是青年优先利用欧洲技术先期以发展客车推卡车,又成功推进中期卡车和分阶段以浙江民企的实施制造、消化、创新国际轿车品牌的特点。

4问:青年的核心优势?

庞青年:有人一直在问,青年汽车究竟好在哪里呢?好在客车、卡车、轿车三大类型的发展是基于民企的核心优势。

可以说,对莲花工程技术扶得起,萨博技术买得进来,联手荷兰世爵并购能抄底,乃至布局济南与金华杭州工厂建设,都是青年自己的资金投进去的。

青年总体思想是高品质,大众可消费的价格。用欧洲的品质标准,整合国际知名品牌资源的重生,定位于把世爵做成高端,把萨博做成中端,把莲花做成小众精品。青年布局轿车平台的十二个类型已全齐了。



采访后记

上海车展江淮集中了全国百余家媒体,有的记者问江淮董事长安进,怎么看3·15?

安进作答:3·15用户投诉的不是江淮的锈蚀车,投诉的是江淮对用户漠不关心的态度。

我以为击中了国企的沉疴,但同时又迸发出国企对市场构建的创新生命力。

安的话并非装样子,而是对“三停”——宾悦、瑞鹰、同悦。“三新”——和悦、s5、纯电动车。“三出”——出口导向,出口车型,出口价格的高度归纳和总结。使江淮未在“315风波”中倒下,而是江淮上下下洗了一次“热水澡”。走了回属于消费者的群众路线。江淮具有这种社会贯通能力和承担历史责任的勇气。

采访后记

老虎这个人没有浙商的架子,身上还是那套兰色西服,脖领还是系着红白兰三色条纹领带,握手依然感觉到日日打太极的底蕴,但从客车到卡车再到轿车的布局的列阵却大不同了。

这基于浙江民企对于市场掌控把握的能力和青年汽车贯穿于第三条道路的理念。

老虎认为,并购一个企业并不难,难的是如何让员工的心和青年一起跳动,如何实现合作共赢,如何让每个员工能感受到民企守信的魅力,这才是一个核心的问题。

可圈可点的是青年与美通用较量萨博并抄了世爵后路。终于,以股比大小和三家公司获享选择多种车型制造并属于中国市场自己的百万元级一辆的轿车自主话语权。

5年来,青年并购博奕中最重要的经验是实施走出去与引进来相结合的道路,以“腾笼换鸟”方式为浙江产业高度化腾出一个空间。

同样不同的国产化,同样的消化技术,但不一样的是不合资。以不逼人的心态发展属于第三条道路的自主真谛。