



中国汽车市场是世界的“延安”

《环球时报》总编辑胡锡进：我想起几年前我们大家说起汽车的时候，认为中国的汽车市场就是延安，是延安这样的位置，会不断扩大、越来越大，最后直到取得一个非常主导性的地位、一个世界上最大的地位。它就是世界的延安。我觉得今天好像真的是这样，去年汽车产销都已经是世界第一了。今年很快过去，未来的几年还会继续扩大。不仅走向全国，而且走向世界。



盖房子、挖煤、造农机，造船……

# 奇瑞多元化战略背后的“野心”



## 规模上台阶却难以显著盈利 奇瑞直面转型之“痛”

### 猜测：奇瑞汽车“变”奇瑞重工？

小辛(化名)，是本报记者接触到的奇瑞汽车的“第一人”，身为当年麒麟汽车销售有限公司(负责瑞麒、威麟为首的中高端品牌)成员之一，回顾曾经的“失败”还“心有余悸”：2009年成立的公司，仅仅两年就“解体”了，其负责人杨波被“劝退”，威麟品牌与瑞麒品牌收归奇瑞销售公司运营。

“其实，失败的根本原因不在于我们的销售，而是市场无法认同奇瑞的高端品牌(奇瑞旗下的热销车型，几乎都是十万元以内的低端车型)。”小辛说，瑞麒用

500万欧元为代价聘请著名球星梅西代言广告又怎样，奇瑞的问题就出在“钱没花到点子上”。

“奇瑞汽车，最后可能会发展为奇瑞重工”，采访中，记者巧遇出租车洪师傅透露了他从“奇瑞人”口中听说的信息。“知道么？奇瑞已经买下了芜湖船舶厂，而且，在河南开封成立了奇瑞重工，制造重型挖掘机。未来的奇瑞，不仅仅会制造汽车，而是准备和大企业合作，做重型机械”，已经开了两代奇瑞出租车的洪师傅对奇瑞充满了“感情”。

### 证实：转变年不做“不赚钱”车

汽车分析师贾新光认为，奇瑞、比亚迪、吉利这些车企，通过低入门型的产品掌握整个汽车生产流程，并占有一定的市场空间，但也因此被太多的人形成了一种认识，他们只产或只会产低端车。同时，竞争的加剧，迫使他们要寻找新的增长点，中高级车市场是他们想要占领的阵地。

对于自主品牌开始渗透中高端车型，各大汽车集团纷纷投入了巨资，奇瑞上瑞麒、威麟两大高端品牌也是大胆的“尝试”，作为奇瑞上游企业的埃泰克汽车电子(芜湖)有限公司副总经理唐敏，如此评述。

### 希望：“弯道超车”？先细分市场

11月1日上午9:00，芜湖市弋江路安奇汽车销售4S店内，等待记者的是奇瑞的下游企业——芜湖安奇集团副总经理王劲松以及销售副总杨姗姗。

从杨姗姗口中，记者了解到，今年汽车自主品牌的销量在下滑，他们店的销量也在下滑，预计全年能销售6000台(但超出年初计划)。“奇瑞的压库要比往年好得多，原来预计3、4、5月份销量不好，所以公司没有提升销售任务，后来奇瑞也做了调整，因此库存是在可接受范围”，杨姗姗说。

作为奇瑞最早经销商，芜湖安奇见证

了奇瑞的成长，也只有在十年前，奇瑞才有机会抓住机遇生存下来，换成现在，就那点钱，奇瑞不可能“异军突起”的，王劲松说。评价当年的销售，他也笑称为“像菜市场一样卖车”，包括第一代奇瑞出租车的售后服务，全在他们这里做。

但是，未来中国的城市道路建设以及小区配套设施，还是制约着中国汽车制造业的发展。因此，即使中国目前是全球最大的汽车销售市场，未来的有限市场，也会在自主品牌和合资品牌之间“争夺”。奇瑞要顽强生存下来，只能通过不断兼并重组的“试炼”。



当我们的印象依然停留在奇瑞汽车的时候，坐落于江城芜湖的它已经开始了其多元化的脚步：盖房子、挖煤、造农机，造船……

“奇瑞到底怎么了，大家有谁知道它不搞的产业吗？”此时，奇瑞选择了多元化的战略：品牌多元化、产业多元化和市场多元化。而这样的选择也受到了外界的质疑，多元化战略背后，能否支撑企业发展需求？多元化之下，汽车产业又将扮演着何种角色……

带着上述疑问，《第一财经》记者走进芜湖，深入奇瑞汽车及其相关企业，为读者解读奇瑞背后的国际化“野心”。

倪路/图

## 交“学费”后，再“闯”国际市场 拉开框架，打造跨国公司

11月1日晚6:30，奇瑞的汽车发动机厂内还是灯火通明，一年能制造40万-50万台500人的发动机车间内，工人还在忙碌着。下午5点才从马鞍山赶回公司，在接待美国《汽车轮子上的中国》杂志那文军博士一行之后，奇瑞汽车新闻发言人，同时也是大区销售总经理的金戈波带着记者参观了生产车间。任何公司闯市场都要交“学费”，瑞麒、威麟就是奇瑞公司在交“学费”。奇瑞未来一定是国际品牌，奇瑞现在在做的一件事，就是搭建公司国际化跨国公司的框架，金戈波说。

### 80%的国际市场：奇瑞扬“帆”出“海”

自从2001年奇瑞车上市卖了十几辆到匈牙利，奇瑞公司就定下了“走出去”和“自主创新”“两条腿”走路的规划，奇瑞公司未来瞄准的是占全球市场份额80%的国际市场，金戈波说。

早在今年的2月23日，奇瑞首款在乌克兰投产的新车A13车型(风云2)，在扎巴罗热市的ZAZ工厂正式下线。奇瑞选择在乌克兰投产，意在以此作为跳板进军背后更大的市场——俄罗斯。因为根据独联体国家自由贸易协定中的相关规定，已经在乌克兰投产的A13，将可以零关税顺利进入俄罗斯其他独联体国家市场。

7月19日，奇瑞又选择了在世界第七大汽车市场巴西建厂。奇瑞巴西工厂不

仅将成为一家拥有完整的冲压、焊接、涂装、总装生产线的真正的汽车制造厂，而且还将吸引中国的汽车零部件供应商到此投资建厂，形成一个工业园，公司董事长尹同跃介绍。

奇瑞的海外战略也吸引了资本的眼球。“十二五”期间，国家开发银行将为奇瑞提供约430亿元额度的融资授信。8月19日，奇瑞汽车与由国开行注资的中非发展基金达成战略合作协议，双方成立的一家全新的合资公司——奇瑞海外实业投资有限公司，为非洲汽车市场提供汽车金融、咨询服务业务等。

金戈波总结：“奇瑞现在国内拥有4个生产基地，海外16个生产基地。奇瑞现在的目标就是拉开框架，打造跨国公司。”

### 最终的出路：创新，还是创新

金戈波说，自主品牌的出路一定是要自主创新，除了第一代奇瑞风云、奇瑞QQ涉嫌“模仿”，奇瑞东方之子有一部分涉嫌“模仿”之外，奇瑞一直在坚持着自己的研发创新。

斥资近7亿元引进的德国DURR公司涂装生产线，这是继宝马、大众、奥迪等之后世界第五条DURR涂装生产线，车身防腐防锈能力高达12年以上，远远高于国内8年的行业标准；投资15亿元建立亚洲最大的国家级的技术试验中心，成功完成了“中国第一碰”(国内首例按美国标准进行的“车对车”碰撞)，在研发上，奇瑞一直“不惜工本”。

“将中国车卖到欧美去”——即将开工的奇瑞量子项目，寄托着曾在一汽-大众工作过、有着浓厚汽车工程师情结的

奇瑞董事长尹同跃，最大的梦想。实际上，奇瑞已经连续多年蝉联自主品牌汽车出口冠军，但是主要海外市场仍集中在亚非拉等发展中国家。

进军欧美，奇瑞“百折不挠”——从“借力”美国梦幻汽车到“代工克莱斯勒”，再到与菲亚特合资项目，奇瑞的每次“欧美梦想”都未能成行。这一次，奇瑞借力的是奇瑞量子项目——由奇瑞与位列全球财富500强之一的以色列集团旗下的子公司美国量子各持50%股份设立的公司，这是“唯一一家由国内整车制造商与国外非整车企业合资的汽车公司”。

“合资公司主要生产中高端乘用车和电动车，设计、生产和质量标准均对标欧美。”或将为奇瑞打开欧美市场的“大门”，汽车分析师表示。

选题策划 周平 记者 任金如/文