

海马以国际化视野闯出一条民族品牌之路,奠定了中国汽车行业的新地位——

海马创自主品牌成为“家轿专家”

本报记者 高虹



海马汽车生产线。 本报记者 张杰 摄

2010年11月,由海马汽车上海研发中心自主设计研发,历时24个月,耗资4.2亿元的第三代福美来上市。截至“十一五”末,单单福美来产品已累计产销超过60万辆,成为中国车市的经典车型,也是海南工业成果的骄傲。

从1988年的海南汽车冲压件厂到今天的海南工业名片,海马集团用了20余年,成长为中国民营

企业和中国制造业500强企业。如果说,前两个10年奠定的发展基石,使海马实现跨越式发展;那么,“十一五”则是海马再次激昂跨越的关键时期——作为中国具有自主知识产权、民族车企的中坚品牌,海马在“十一五”末开启第三个10年的发展大幕,以国际化视野闯出一条民族品牌之路,奠定了在中国汽车行业的新地位。

走上自主品牌发展道路

2006年,“十一五”开局之年,海马汽车开始第三次创业。

扩大内需的政策为汽车产业发展带来前所未有的机遇。紧抓市场契机,海马汽车率先走出自主发展模式的第三条路——坚持“开放合作、学习创新、自主多赢”的科学发展观,以“先做精、后做强、再做稳、不争论”为经营思想,通过“引进、消化、吸收、创新”方式,完成从模仿创新再到自主创新之路。

同年,推出第二代福美来,迈出自主发展之路。

随后几年内,海马汽车不断求新、求变,依靠技术实力的提升,先后推出海马3、欢动、丘比特、第二代普力马、福仕达、骑士、海马王子、第三代福美来等产品。海马汽车有关负责人表示,身处合资品

牌重压之下,自主品牌更需要具有长远的发展眼光,突破瓶颈的勇气以及做自主汽车强国的坚定信心。

目前,海口基地已形成庞大的汽车产业集群,占地面积3000亩,第三工厂正在建设。建成后,海口基地年产能将增至30万辆。届时,海口基地将拥有3个整车生产工厂、1个发动机工厂、1个技术中心和1个配套工业园,产业链将可创造300亿元的工业产值。

“十一五”期间,海马完成由单一A级平台向A00级、A0级、A级和B级多平台、三个动力平台与新能源车格局的转变,完成从“中级车专家”向“家轿专家”的战略转变,产品更加丰富,产业结构更加合理。

自主创新再上台阶

海南工业自主创新成果中,海马可谓硕果累累。海马拥有上海研发基地、海口研发中心、郑州技术中心、新能源研发中心和海马汽车研究院等研发机构,从基础研究、应用研究到整车工程开发,构建完善的研发体系。

没有品牌的自主,便没有企业

的自主;没有产品的自主,便没有自主的品牌。在海马集团负责人眼中,“研发是产品性价比之本,是企业核心竞争力之源,也是品牌灵魂的生命起点”。

2006年,第二代福美来被认定为“海南省高新技术产品”。

2007年,海马3(H1),被认定

为海南省高新技术项目,获2008年海南省科技进步一等奖及海口市科技进步特等奖。

2009年,海马首款A0级轿车丘比特(M2),被列入2008年海口市重点科技计划项目,同年12月,被认定为海南省高新技术项目;2010年,海马骑士(S3),被认定为2008年海南省高新技术项目;海马HM474Q系列发动机项目,列入2009年海口市重大创新项目等等。

作为国家863项目的最早承担者之一,海马在新能源车领域成果显著。2009年,海马取得新能源车生产资质,成为国内为数不多的具备新能源车生产资质的厂商之一,相继开发海马H12、海马Me、海马EV、海马MPE等多款新能源车型,

目前已在海口、郑州、新乡和杭州等地投入试运营。

同时,海马在世界范围内,广泛开展与意大利、英国、日本、韩国以及国内多家研发机构和设计公司的技术合作,实现研发的“模块化、同步化、产权化、国际化、体系化”,产品技术水平居国内领先。截至2010年10月,海马汽车共申请国内专利188项,申请国外专利19项。海马在科技创新和技术创新上的成果,确保了企业的可持续发展,同时也是海南工业科技创新的呈现。

据统计,“十一五”期间,海马研发投入达20亿元,研发量产车型10款,获得省部级科技奖项10余项。在“十二五”期间,海马汽车计划再投入36亿元,研发并量产18款车型。



参加2010年环海南岛国际公路自行车赛的海马车整装待发。本报记者 张杰 摄

进军中原拓展城乡市场

在国际金融危机的大背景下,海马集团北上中原,体现了海马积极承担社会责任的报国情怀,企业创新求变的战略眼光,企业科学发展的战略决心。

如何突破区域局限,寻求未来主业新的增长点,是海马“十一五”面临的新课题。此时,国内城市汽车消费日趋饱和,农村市场尚待开发,海马选择入主中原——积极投身国家“三农”战略,紧跟消费潮流,实行“销地产”战略,着眼农民小康起步,城市公民代步的新时代城乡汽车市场。

2006年期间,景柱等企业高层频频考察河南开封和郑州两地。作为汽车流通大省、消费大省的河南,其独有的区位优势等诸多利好因素,促使海马项目落户郑州。

从2007年开始,海马集团投

资80亿元建设郑州基地,通过重组郑州轻汽、产能扩建、新产品研发等举措,完成海马汽车产业链的中原布局。

2009年5月,海马郑州福仕达正式上市,受到市场和消费者的青睐,被中国汽车报等权威机构评选为“年度最佳客”。

同年12月,海马郑州基地15万辆轿车项目竣工投产,改变了河南省没有轿车项目的短板。“河南造”轿车将从此上路,对河南成为中西部汽车制造中心,成为名副其实的汽车大省,将产生积极而深远的影响。

目前,海马郑州基地拥有3个整车工厂,1个发动机工厂,2个配套工业园和2个技术中心。年产整车能力超过20万辆。目前,已有微客福仕达、福仕达腾达、微轿海马王子等3款微车在此投放。

走向海外提升品牌价值

全球经济一体化,让有远见的企业开始把目光投向海外市场。海马也不例外,适时启动提升品牌价值的国际化战略,加大开拓海外市场的步伐。2007年,海马开始批量出口。目前,海马汽车已销往中东、中南美、东欧、亚洲、非洲等数十个国家。

2010年11月,海马汽车在俄罗斯CKD组装项目投产,轿车产量双班可达到每年10万辆。前期投产车型为海马3三厢和两厢车型,2010年组装900辆,2011年计划15000辆。根据市场需求,将向俄罗斯陆续投放AO平台的HAIMA2与SUV平台的HAIMA7,逐步构筑一个完整平台的产品线。

景柱认为,作为中国汽车自主品牌,海马的国际化战略至此初步实现从产品输出到技术输出的重

要跨越,今后海马将把技术输出作为海外市场开发的主要模式,开发更多的海外CKD市场,加快海马汽车走向海外的步伐。

从2006年到2010年,一个5年计划悄然落幕,而即将实施的国家“十二五”规划,被看作是自主品牌发展的一次契机。到2015年,中国自主品牌汽车市场比例将进一步扩大,其中自主品牌轿车国内份额将超过40%。根据海马的发展思路,在下一个5年中,将迎来企业走向自主发展的第二次跨越。

中国汽车产业在第二次跨越的背景下,面对海马未来,海马集团负责人这样描述:“十二五”末,实现产销百万辆规模”。可以预见,“十二五”期间,海马民族品牌之路将会越走越宽。