

该是彻底抛弃“市场换技术”的时候了

走出自主迷途(一)

武卫强

同样一句话,放在不同的语境下意义完全不同。同样一个策略,在不同的历史时期收获的效益也是完全不同的。

在中国汽车工业的发展历程中,“市场换技术”是一句绕不开的话,也是过去30多年来我国汽车产业发展的主导策略。

改革开放之前,它被解释为“洋奴哲学”、“爬行主义”,是被批判的大毒草。因此,第一代汽车合资企业的负责人无一不是顶着“洋买办”的指责过日子。不同于技术门槛较低的农业,也不同于一点突破的军工,作为工业文明的集大成者,汽车业是一个资金、技术、人才密集型的产业。在当时特定的历史条件下,完全封闭式的自主创新步入绝境。

上世纪80年代初初期,当时的中汽总公司董事长阮斌向中央提出,在花钱进口汽车的同时,应该要求外方无偿提供相关的技术。随后这一设想在轻型卡车和奥迪100公务车项目上得以实现,成为“市场换技术”的始作俑者。此后,

商务部原部长吕福源完善了“市场换技术”的内涵。他说:“合资必须建立在双赢的基础上,按中国的长远利益搞。我们让出巨大的市场,我们就有资格要技术、要利润。”

随后,汽车合资潮风起云涌。长城内外,大江南北,一片造车热。盖棺论定,大量合资公司的建立加快了中国汽车与世界接轨的步伐,构建了门类齐全的零部件配套体系和完善的销售服务渠道,提升了中国汽车的生产制造技术,培养了大批产业工人和管理人才,吸引了大量投资并拉动了GDP增长。在中国一跃成为全球第一大汽车市场后,广大消费者提前实现了拥有汽车梦想,中国快马加鞭成为又一个“车轮上的国度”。

客观来评价“市场换技术”的历史功绩,它作为改革开放的一种表现形式是成功的,但在“开放”之外,预期“换来的技术”与目标相去甚远。诚然,如果对技术不加区隔,我们的确换来了基本的制造技术和初步的研发技术,但从汽车强国的考量看,核心技术和纵深的研发能力依然牢牢掌握在外资手中。由于缺乏真正的造血功能,中国本土汽车羸弱的“比较优势”正逐渐丧失市场竞争力。

事实上,“市场换技术”如果仅仅作为短期策略依然是有成功案例可循的。例如,日本在上世纪六七十年代的技术引进,平均花1美元引进,要花约7美元进行消化、吸收和创新,从而让自己快速进入了技术输出国家的行列。韩国则明确规定,同类技术只能引进一次,余下的功课就是消化吸收和自主创新。

中国汽车工业的历史起点不比日韩晚,但因为在实际操作层面,单纯追求了开放引进,而没有强化消化吸收,购买一套生产线,生产一批汽车;再购买一套生产线,再生产一批汽车,从而陷入了“引进—落后—再引进”的恶性循环。中方技术人员难有用心之地,昔日的“千里马”或有望成为“千里马”的“小马驹”因此而碌碌无为,自废武功。

谈到实操层面,有一种观点认为,政府力推“市场换技术”的策略是没有问题的,因为政府不是“换技术”的主体。之所以出现“让出了市场,技术没有换来”的局面,是被具体“执行者”的企业由于体制机制、意识观念、资源能力等主客观因素所羁绊。换言之,中国企业只要完成了市场化改革,“市场换技术”这条路还是可以走下去。

一位跨国汽车公司的掌门人曾直言不讳地对记者说:“核心技术是我们混饭吃

的‘命根子’,是安身立命的本钱,拱手让给别人,岂不是自寻绝路。”由此,“市场换技术”这一策略先天就存在缺陷。这里没有双赢,只有你死我活。最近,一汽发动机“抄袭门”换来了大众汽车董事长戈恩的强硬反击。大众在中国获利最多,但在核心技术的掌控上寸步不让。

与“市场换技术”并驾齐驱的另一个策略是“招商引资”。由于没有掌握“造血”能力,我们口口声声说要“利用外资”,实际往往是“被外资利用”。资料显示,上世纪80年代,引入外资很少的浙江省,经济增长速度和本土企业的创新能力,超过了大量引进外商直接投资的江苏省。正是在浙江省,孕育了吉利这样的本土汽车企业,并在全球金融危机爆发时,输出民族资本收购了沃尔沃汽车。

全面否定“市场换技术”的历史功绩是不对的,但至今依然沉浸在“市场换技术”的白日梦中不能释怀将成为历史的罪人。

从2006年的全国科技大会起步,“走中国特色自主创新道路,建设创新型国家”成为共识。各汽车企业的“十一五”规划也把发展自主品牌提上日程。然而,在这样的大好氛围中,我们却看到“合资自主”这个怪胎的全面推广。

不久前,在成都举行的全球汽车论坛上,国家发改委产业协调司副司长陈建国表示:“支持合资自主没有问题,如果仅仅担心民族品牌的生存而拒绝合资自主,当初就不该让外国企业进入中国。”换言之,当初我们可以为跨国汽车公司敞开国门,今天我们也可以帮助外资品牌的淘汰车型、垃圾车型起死回生,换个包装继续扩大中国市场的占有。这是“市场换技术”的“光大”发扬。

最近,一家合资汽车公司的自主品牌准备悬挂中方母公司的品牌标志。这一“成果”让业界的不乏人士欢欣鼓舞,认为是自主造车的重要突破。这依然是“市场换技术”主导思想下的产物。不在自己能掌握的核心技术上下功夫,不全力以赴做好自己的产品,而继续采取自欺欺人的做法,收获所谓的虚假繁荣,这是急功近利的表现,是彻头彻尾的“假自主”。

经过30多年的“市场换技术”,长不大的中国汽车还是艰难步入了青春期,靠吃别人的饭过活的时代一去不复返了。在继续坚持改革开放不动摇的前提下,该是彻底抛弃“市场换技术”的时候了。能换的已经换来了,剩下想换的压根儿换不来,只能靠我们自己。

巴黎车展上法系车抛出“中国概念”

本报记者 黄少华

9月27日,主题为“未来,从现在开始!”的2012巴黎世界车展正式拉开帷幕。为切合主题,本次巴黎车展为新能源主题开辟了一个新馆,设置了电动轿车和混合动力轿车试驾通道。在欧债危机当头的特殊阶段,巴黎世界车展主办方机构总裁铁瑞·艾思不断给外界吃定心丸:“这将是一次真正的汽车盛宴”。

巴黎车展始于1898年,至今已有上百年的历史。由于地处时尚、浪漫之都,巴黎车展一般都会展出最前沿的造型、最尖端的技术,因此也被称为“概念车的天堂”。今年,将有数十款概念车和首发亮相巴黎车展,此外,还有超过50款的电动车和混合动力车提供给观众试驾,甚至可以开上巴黎街头。

其中,作为东道主的PSA、雷诺除了包括C4L、新爱丽舍、雪铁龙DS3敞篷版和雷诺Clio等新车,其中多款车主要针对中国市场,比如C4L、新爱丽舍等。“中国市场已经成为PSA全球最大的市场之一,未来神龙公司将开发并投放多款涡轮增压发动机和CVT发动机,部分车型也将匹配全新的变速箱。到2014年,公司旗下所有车型的力总成将全新换代。”神龙公司商务副总经理魏文清告诉记者,年底即将上市的C4L将搭载全新的1.6THP发动机和全新的6速手自一体变速箱。

一直以来,PSA在中国市场的动力总成都备受消费者诟病,如今,PSA终于愿意将最新的动力总成拿到中国,与中国市场的潜力分不开。随着PSA将重心移至中国,以及雷诺国产在即,法系车在华将全面发力。

值得注意的是,在中国市场如日中天的德系车也是巴黎车展的主角,特别是大众,带来了多款重磅新车。宝马也不甘落后,其带来的概念车也将吸引众人的目光。在欧洲,紧凑型两厢/掀背车尤其受到消费者的欢迎,因此,第七代高尔夫也成为本届车展上最为闪耀的车型之一。据悉,高尔夫7是在奥迪新一代A3之后诞生的第二款基于大众MQB平台的车型,新车轴距相比高尔夫6被加长59mm,达到2637mm。新车将搭载1.6L、1.2T、1.4T和2.0T动力,竞争对手锁定新福克斯。

“汽车的发源地是欧洲,但在欧洲有两个流派,一个来自德国,一个来自法国。东风雪铁龙是一个能提供高价值产品和服务的汽车品牌,但在过去很长时间内,它被严重低估了。”魏文清表示,经过20年步履蹒跚的历程,东风雪铁龙对于品牌、科技、人性化和中国消费者的喜好有了更深入的了解,这也为今后的发展奠定了坚实的基础。“一旦方向正确了,步履就能加快。”

A级车市场步入群殴时代

市场分析

本报记者 黄少华

捷达还能卖多久,早在10年前,业界就一直在讨论这个话题。然而,从目前情况看,这个答案至少5年,或许更久。同样的答案也适用于桑塔纳、爱丽舍和伊兰特等。在车市进入低增长的盘整阶段,“老三样”的集体复活和A级车市场的变局值得关注。

“如果说去年是B级车集体发力的一年的话,那么今年就是彻头彻尾的‘A级车年’。”汽车分析师贾新光认为,包括新速腾、新宝来、新朗逸、新福克斯、新轩逸、北京现代朗动和年底即将上市的东风雪铁龙C4L等车型的全新上市和升级换代,A级车市场步入了群殴时代。

中汽协的统计显示,8月份,A级轿车市场销量为40.5万辆,同比增长13.6%,增幅高于狭义乘用车市场12.4%的增幅,也高于行业整体8.3%的增幅,占狭义乘用车市场份额为37.9%。今年1-8月,A级车市场累计销量为317.6万辆,实现累计同比增长10.1%,高于狭义乘用车市场8.9%的累计增幅,也高于行业整体4.1%的累计增幅,占狭义乘用车市场份额为37.3%。

然而,值得注意的是,尽管A级车市场的整体蛋糕在不断做大,但自主品牌在A级车市场的影响力却不升反降。从8月的销售情况来看,排名前10的A级车包括捷达、速腾、宝来、朗逸、悦动、科鲁兹、轩逸、福克斯两厢和福克斯三厢等,自主品牌无一上榜。即便在排名前20的车型中,也只有比亚迪F3和吉利帝豪EC7两款

车型。此外,东风日产分别以新轩逸、老轩逸和阳光三款车覆盖各个细分市场;东风标致则是307、308和408三款车;北京现代也把伊兰特、悦动和朗动三款车排兵布阵的时候,自主品牌必须主动出击,只有占领A级车市场,才能为上攻B级车市场、下打A0级市场赢得先机。

东风雪铁龙中级轿车产品营销总监刘平在接受记者采访时表示,东风雪铁龙全新开发的高端A级车C4L将于11月上市,明年全新换代的新爱丽舍也将上市,加上已经上市的新世嘉,东风雪铁龙将在真正意义上完成对A级车市场的无缝覆盖。

据悉,在巴黎车展进行全球首发的C4L将于年底在中国上市,这也是PSA集团第一款在中国首发上市的全新车型。值得一提的是,国产C4L将搭载1.6升、1.8升和1.6T三款发动机,其中1.6T是与宝马共享的发动机,已搭载于宝马1系、宝马3系和MINI等车型,三款发动机的最大功率分别达到116马力、136马力和163马力,与之匹配的是5速手动和6速自动变速箱。刘平称,C4L将与新世嘉、新爱丽舍共同出击A级车市场,这对东风雪铁龙而言,也是一个全新的开始。

除东风雪铁龙外,其他合资品牌在A级车市场的布局也来势汹汹,其中布局最完整的莫过于大众,价格覆盖7万~19万元,在单车排行前5名中占据了4个席位。目前,大众在A级车市场已有捷达、桑塔纳、朗逸、新宝来、POLO、高尔夫6和速腾,以及斯柯达品牌的晶锐和明锐。据知情人士透露,明年上海大众还将有一款介于新朗逸和新帕萨特之间的车型上市,其竞争对手就是新速腾。

葛树文:把环保渗入到企业的“骨髓”中去

本报记者 纪

“润物细无声”有两层含义,一是将环保揉碎了,渗进企业的方方面面;二是企业践行环保时,持之以恒、潜移默化地深远影响。”近日,一汽大众奥迪销售事业部执行副总经理葛树文向记者阐述了奥迪在中国是怎样把环保渗入到企业的“骨髓”中去。

9月19日,第五届奥迪“绿色驾驶·菁英训练营”在银川正式启动。活动以“驶向未来的力量”为主题,走进内蒙古阿拉善盟,了解当地沙漠治理的现状,并广植“奥迪防沙林”。

在葛树文看来,“绿色驾驶·菁英训练营”活动还只是奥迪环保事业中微小的一环。环保对于奥迪而言不单是企业社会责任战略的重要组成部分,也意味着从汽

车的研发、生产、销售、使用直至废弃的整个生命周期,奥迪都肩负着低碳环保的使命。

“为了将汽车以及汽车生产对环境造成的污染控制在最低限度,奥迪力求在生产环节上‘从源头做到环保’。”葛树文举了个例子,前几年长春一汽大众的工厂的废水排入附近的农田,大量的有害物质导致产出的瓜果蔬菜都拥有异常的体型,当地的农民就将这些蔬菜拿到一汽大众的工厂旁边去兜售,专卖给污染了他们农田的人。现如今,污水问题已得到有效处理,排污最严重的涂装车间已改用更加环保的水性漆技术,全厂废水也做到了净化后的循环利用。

如果说生产环节是环保的源头,那产品无疑就是奥迪环保理念的根本立足

点。在本次“绿色驾驶·菁英训练营”试驾中,全新奥迪A6L、新奥迪A4L和奥迪Q5 hybrid三款车成为主角。葛树文介绍:“发动机启停系统、能量回收装置等‘弱混’技术武装的A6L和A4L、首款油电混合的Q5 hybrid,直至纯电驱动的‘e-tron’车型,这些都代表了奥迪动力系统发展的不同阶段,我们坚持向消费者提供更加高效低碳的产品,履行好自身最基本的环保承诺。”

据悉,未来奥迪还将有包括油电混合动力、插电式混合动力、增程式电动车以及纯电动车等10余款节能和新能源车进入中国市场,并将陆续实现国产化。“目前,奥迪面向未来的动力解决方案已列队以待。环保不仅仅只是倡导,还需要实实在在的产品去践行。”葛树文如是说。



节能猜想的破题者

本报记者 纪

自9月11日零时起,国内成品油价格迎来年内第四次上调,北京、上海、广州的油价重新回到了“8元时代”,广大车主刚刚舒缓的价格神经再一次被绷紧,如何在便捷用车与经济实惠这个杠杆中找到价值的平衡点,似乎已成为新的“哥德巴赫猜想”。

也就在这天,百余汽车媒体的记者来到地处湘西的张家界,参加一汽大众高尔夫蓝驱试驾。与这个2月份即已上市的“老面孔”零距离接触,几乎每一个记者心中都有疑问,这个上市以后略显沉默的大众品牌节能的代表作,到底有着怎样的装备和实力?高尔夫蓝驱是否“节能猜想”的解题者,也是笔者亟待解开的答案。

高尔夫蓝驱,顾名思义,与普通版高尔夫的区别就体现在“蓝驱”二字上。“蓝驱是大众汽车一系列节能、环保、面向未来的汽车技术的集合,其中就包括消费者熟悉的TSI+DSG的高效动力组合,但引人注目的则是发动机启停技术、制动能量回收技术和低滚动阻力轮胎的装配,这些新技术目前在大众的其他车型上是没有的。”一汽大众高级工程师洪治平在解析蓝驱时说,蓝驱技术不仅可以降低能量损耗,更能将被浪费的多余能量进行回收。

事实上,发动机启停系统和制动能量回收系统说并不陌生,新上市的奥迪新A6、宝马2013款5系等豪华车都标配了此项功能,但在合资品牌车型中装配,高尔

夫蓝驱尚属首例。这套启停系统可以在驾驶员完全刹停车辆时,关闭发动机,这时转速为0,不消耗燃油,此时只要抬起刹车踏板,发动机即可自动点火,重新工作。虽然这套系统在实际操作中比较顺畅,也起到了节油的目的,但频繁地打火是否会影响到点火装置的使用寿命,进而增加用车的成本和风险?对此,洪治平解释,普通高尔夫的点火装置试验是5万次,而蓝驱装配的设备经过了25万次试验,保证了发动机的正常使用寿命。

高尔夫蓝驱的售价比同配置的普通版高尔夫贵9000元,除了“看不到”的节能装备,诸多细节也体现出不同的价值表现。蓝驱拥有独特的“冰川蓝”车型配色,采用R-line外观套件降低风阻,另外多功能方向盘、彩屏中控显示屏,以及蓝黑配色的座椅等配置也增加了车型的独立风格和实用性。

数据显示,高尔夫蓝驱综合工况油耗为5.6L/100km,比普通版高尔夫节油0.4L/100km。“在动力参数完全一致的情况下,蓝驱油耗可媲美混合动力车型”,洪治平表示,未来一汽大众还将在速腾、迈腾等全系产品上导入蓝驱技术。

在大众主导的“涡轮增压发动机+双离合变速器”技术以席卷之势成为新的高效动力代名词后,蓝驱所代表的大众又一波节能技术风暴正在扑向消费者,以目前的价格和大众品牌的号召力来看,高尔夫蓝驱势必让价格居高不下的众多混合动力车型感受到威胁,这对于追求更加节能、环保和低价的消费者来说,或许是一件好事。

Polo GTI如何演绎“痛快到底”

本报讯(记者黄少华)9月12日晚,一场酣畅淋漓的劲歌热舞彻底点燃了上海体育场内现场嘉宾的情绪,被誉为上海大众“小钢炮”的Polo GTI正式上市,配备1.4TSI的高效发动机,搭配DSG双离合七速变速箱,售价为15.89万元。

所谓GTI,意为制造标准比得上赛车的高级轿车,其中I则代表Injection(喷射),说明发动机技术的与众不同。大众在1976年发布了第一款GTI车型,1986年,第一款Polo GTI推出,现在它终于来到中国,点燃了GTI狂热分子的驾驶热情。它来到中国的另一个重要意义,则是和New Polo以及今年3月上市的Cross Polo一起组成完整的Polo家族,出击整个A0级市场。

作为A0级性能车的代表,Polo GTI采用大众发动机家族中最先进的TSI技术,装配的1.4TSI发动机集成涡轮增压系统、燃油缸内直喷技术以及可变气门正时功能,其额定功率达到96kW,在每分钟1750转的低转速时,即可拥有220N·m的



扭矩,并且可以持续输出至每分钟3500转。与之相匹配的是DSG双离合七速变速箱。此外,Polo GTI还装配了许多前沿配置,包括方向盘换挡拨片,高品质音响系统带CD播放器、SD储存卡插槽、Aux-in音频输入端口和蓝牙手机免提系统,USB插槽可实现itouch、ipod、iphone上音乐的播放等等。

然而,目前在中国市场,大众的GTI车型虽然处于高性能运动轿车领先的地位,但依然很难“走量”,同样面临着小众市场的尴尬。

K3的使命:从价格驱动到价值驱动

本报记者 马连华

福瑞迪月销过万辆,K2月销超过1.2万辆,在去年43万辆的基础上,今年1-8月,东风悦达起亚已经销售了29万辆,全年有望实现48万辆。是什么让这家偏居江苏盐城,名不见经传的车企快速上位?在东风悦达起亚近日举行的K3试驾会上,东风悦达起亚销售本部副部长王敦明表示,自K3开始,东风悦达起亚将从价格驱动提升为价值驱动阶段。

“在K3身上,东风悦达起亚第一次采用‘硬朗’的设计风格,此前上市的K2和K5皆凸显时尚动感,K3增加了粗犷霸气的元素。”王敦明介绍,从K3开始,

包括今后将推出的K4等车型,东风悦达起亚开始为中国消费者改动设计,例如中国版K3采用重新设计的中网和镀铬排气管,与韩国版明显不同。

彼得·希瑞尔的到来,让东风悦达起亚的形象焕然一新,迅速受到消费者喜爱。其设计的K2月销量达到1.2万辆就是个极好的例子。作为继K2、K5之后的力作,彼得·希瑞尔称,K3融合了K2和K5最优秀的部分。

为了凸显K3的价值感,K3增加了日间行车灯、氙气大灯、17英寸花形轮毂、驾驶座十向电动调节真皮座椅、定速巡航、带后排出风口的双区自动空调等配置。还提升了锁车后自动折叠车外后视镜,这个功能多数配备在豪华车上。1.8升车型还标配侧气囊,提供换挡拨片。

在空间上,K3的长度为4600毫米,宽度为1780毫米,轴距为2700毫米,超越了卡罗拉和思域、科鲁兹和新速腾。从内饰配置、空间的对比来看,K3优势明显。据悉,K3的目标客户锁定为25~34岁的年轻人。这部分人对外观、内饰设计和科技配置的重视程度相对较高。王敦明表示,K3将挑战月销1万辆目标。

他说,今后东风悦达起亚将从“要数量”上升到“要质量”,要实现可持续发展,一是要有优秀的产品,二是要从价格驱动上到价值驱动。

车讯前沿

奇瑞-ADI联合实验室揭牌成立

本报讯(实习生孙航)日前,由奇瑞前瞻技术科学院和美国Analog Devices Inc合作建设的奇瑞-ADI联合实验室正式揭牌成立。ADI成立于1965年,在汽车电子、安全、环保和舒适方面有着诸多成熟的技术和应用。在此之前,奇瑞已与奥地利AVL、美国江森集团、PPG集团、法国法雷奥、德国拜耳科技和博世等世界知名企业展开了合资与战略合作,合作范围遍布整个产业链。

东南V5菱致上市,售价6.98万起

本报讯(实习生孙航)9月19日,东南V5菱致在北京宣布上市,售价为6.98万~9.38万元。作为东南V系列的战略车型,V5菱致搭载了媲美C级豪华车型的人机SEMI多媒体交互系统,以style动感造型、space宽适空间、speed澎湃动力、Stability极致驾控、Smart智能生活、Safe全方位安全6S标准,成为主打汽车智能的又一款新车型。

