一汽自主创新+改制 “赶考”大蓝筹

到2015年,一汽将在自主研发及创新方面投资130亿元,其中产品开发费用约88亿元,用于研发软、硬件设施投入25亿元,用于重点技术投入约17亿元。完成3大技术领域21个技术专题229项重点技术。

⊙本报记者 宦璐

8月17日,第一汽车集团向部分媒体开放其位于长春的汽车研发中心。该中心的研究员级高工、高级专家、工程博士们与大家共同分享了一汽在商用车、轿车自主创新上的最新成果。

在随后的采访中,一汽总经理竺延风告诉上海证券报,在自主创新方面,我们的“潜心研究+坚定不移的决心”,现在已经开始从投入期向产出期转化。

此番自主创新成果的展示,一汽占领未来制高点的雄心不言自明。随着国内其他大汽车集团陆续整体上市,一汽整体上市的思路也在酝酿之中,竺延风对上海证券报表示:“对于国有企业来说,上市很容易。但是企业一定要处理好存续资产的问题。”

早在今年“两会”期间,竺延风就肯定了一汽整体上市规划。“国内三大汽车集团中,上汽、东风都上市了,人们自然把目光锁定在一汽。大家也都知道,国际上著名的企业都是资本市场和产品市场两条腿走路。一汽不可能不考虑这个问题,只是时间表还没定。”

一汽宣传部负责人认为,一汽一直是一个很重视社会责任的企业,上市前要解决存续资产的问题。存续资产的妥善处理决定着集团的上市进程,而要处理好一汽的存续资产,还需要些时间。

竺延风打了个比方:家里值钱的东西,像冰箱,可以卖个5000元的好价钱;而其他的瓶瓶罐罐呢,也不能不管了。

通过自主创新来构筑持久的竞争力,通过改制为整体上市铺平道路,一汽迈向大蓝筹的步伐渐行渐近。

自主品牌快速提升

随着自主创新投入的不断加大,一汽综合研发能力已处于行业领先位置,赢利能力也有望得到迅速提高。

一汽集团总经理竺延风在接受本报记者专访时表示,一汽自主品牌轿车的销量将在2010年突破百万辆,赢利水平也将大幅提高。

今年前7月,一汽集团累计销售80.8万辆汽车,同比增长24.3%。来自国务院信息研究中心的数据显示,在今年1至7月的累计销量和7月排行榜中,一汽大众品牌名列第一。除了合资品牌的巨大贡献外,一汽集团的自主品牌也开始发力。一汽集团的自主车型奔腾轿车的月销量已接近3000辆,成为一汽轿车主要的利润增长点;自主品牌解放重卡J6刚刚投放市场,就供不应求。

国信证券首席汽车行业分析师赵雪桂向记者表示,7月份,汽车行业月度盈利创下历史新高。轿车、重卡行业赚得盆满钵满,拉动汽车行业盈利上升。“从一汽集团赢利趋势来看,大众系正处底部反转,而丰田系上升趋势强劲。”

今年1至7月,一汽商用车自主品牌解放卡车累计实现销量8.15万辆,同比增长63.1%,高于行业增速,继续领跑中重卡行业。

一汽集团技术中心主任李俊博士告诉本报记者,一汽在自主研发上的投入是“真刀实枪”的。2000年,一汽在自主品牌上的研发费用是4亿;而今年,这一数字达到了11亿元人民币。

就在上个月,一汽在《一汽集团公司中长期科技发展规划纲要(07版)》中宣布,到2015年,一汽将在自主研发及创新方面投资130亿元,其中产品开发费用约88亿元,用于研发软、硬件设施投入25亿元,用于重点技术投入约17亿元。完成3大技术领域21个技术专题229项重点技术。

李骏认为,一汽商用车已经拥有比较领先的核心技术含量。“今年是一汽在商用车技术上的‘快速提升期’;明年就能实现技术领先。”

商用车市场目前的竞争激烈程度已经不亚于轿车市场,而卡车等商用车的利润又远远高于轿车。这使得中国三大汽车集团都对商用车这块“大蛋糕”不敢掉以轻心。

“现在商用车占一汽产品总量的20%,而我们的目标是30%。既满足市场对高端产品的需求,又满足量的需求。”一汽关于商用车的目标非常明晰。

奥威卡车是一汽集团商用车的主打产品之一,今年以来已经卖出1000多台奥威卡车。该卡车发动机达到13升,有520匹马力的大功率。“我们现在已经拥有4、6、7、8、9、11、13升型号的系列发动机,拥有全国最先进的全系列发动机生产线。”李骏说,“从核心技术上说,一汽商用车站在了其他厂商前面。”最近,一汽的解放卡车已经通过了欧共体TUF的认证,欧3排放标准已完全达到。2006年,一汽实现整车出口超过20000辆,同比增长40%。今年以来,一汽正在联合俄罗斯的一些汽车销售公司,打造当地的经销和售后服务网络。

在乘用车方面,一汽的自主品牌虽拥有从低端的夏利(A0级)到高端“HQ3”,但一直缺少一款真正的A级车产品,而到2010年百万辆自主品牌轿车的计划中,有40万至50万台是经济型轿车。“因此,一汽目前现正在全力开发A级车。”据李骏透露,2009年,一汽的第一款自主品牌A级车将下线,“目前车身已经锁定了。”

改制方案浮出水面

从研发、生产、制造、管理等各环节的力量都得到夯实后,一汽集团集中力量、做大做强的初衷已经实现,而从二线蓝筹到一线蓝筹的飞跃,还需走完整体上市这最关键的一步。

8月17日,竺延风对本报记者表示:“对于国有企业来说,上市很容易。但是企业一定要处理好存续资产的问题。”而一汽宣传部负责人认为,一汽一直是一个很重视社会责任的企业,上市前要解决存续资产的问题。存续资产的妥善处理决定着集团的上市进程,而要处理好一汽的存续资产,还需要些时间。

的确,一汽的资产规模非常庞大,可以分为轿车、商用车、零部件等三大部分。

轿车整车有大众系、丰田系的合资公司、自主品牌系轿车公司;商用车整车里包括一汽解放、一汽山东改装厂、一汽佳宝等企业;一汽集团有三个相对大规模的零部件企业,有:一汽富奥、一汽实业、一汽四环;另外,要加上与丰田合资的一汽、天津丰田发动机厂、大众动力总成、一汽解放无锡柴油机厂等。其他,还有一汽财务、一汽丰田销售公司等,形成一汽完整的汽车产业链资产。

据接近一汽的业内人士透露:目前,一汽主辅分离,辅业改制方案已经浮出水面。

一汽集团目前正在处理辅助企业的改制问题。如一汽富奥公司、客车公司等以及非汽车核心生产的业务,都将走上改制道路。一汽专门成立了一个负责改制办公室,负责改制方案的制定、评估、实施。集团管理部目前的思路是“成熟一个,改制一个”。

政府有关人士告诉记者,改制也是国家主管部门对一汽提出的要求。国资委在界定了一汽主业(汽车制造、销售、服务;汽车技术研究、开发及服务)的同时,提出“明确主业发展方向,突出主业,严格控制非主业投资”的要求。

按国资委的相关规定:今后国企的非主业投资占总投资的比重一般控制在10%以下。如果辅业不改制与主体脱离,未来将很难得到发展投资。

目前一汽的改制方案已经上报国资委并获得批准的有三批,一汽集团公司改制工作小组正在组织资产评估等实施工作,按一汽集团公司改制领导小组要求,有望在2008年底前完成。

■专访

整体上市不难,先处理存续资产

——专访第一汽车集团总经理竺延风

⊙本报记者 宦璐

上海证券报:自主品牌的量的指标已经定了,利润方面有目标吗?

竺延风:对任何企业来说,赢利都是最重要的。我们做自主品牌,利润至少要到销售额的3%至5%,不然就是形象工程了。

上海证券报:我们了解到130亿投入在自主品牌的研发上,您衡量过风险吗?

竺延风:我当然也会担心,会不会成功?会不会打水漂了?有时候,创新成果是不是一次性的,是不是可持续发展的?有资本支持,并坚持按市场经济规律办事。我的目标是,比市场需求快一步,完成资本积累。

上海证券报:能否谈谈一汽产品线的未来规划?

竺延风:要突出一汽的核心能力和业务,做强中重型车、轿车、轻微型车三大体系,使企业进入更加稳健的发展轨道。卡车立足于一个“干”,走以自我为主的自主发展之路;轿车突出一个“跟”,不断跟踪国外先进技术、增强自主开发实力,与国际发展保持同步;轻微型车突出一个“借”,充分发挥国内较强的技术资源与生产资源优势,并利用现有合作伙伴产品技术的有效支持,最终形成以我为主的发展能力。

进入“十一五”,一汽确立了新的产品战略:中型卡车要巩固卡车领导地位,中高档轿车要做民族轿车精品;经济型轿车要做国民第一车。

上海证券报:能否介绍一下一汽自主创新战略?

竺延风:一汽自主创新的总体思路是依托中国市场,传承50年历史经验,集成世界先进技术,走科学可持续发展的自主创新之路。

自主创新特征是“规模自主、高端自主、体系自主和持续自主”。其中,规模是基础,高端是引领,体系是支撑,持续是目的。

规模自主,就是必须要有一个自主的广阔市场,这是自主创新的坚实基础;

高端自主,就是追求高端技术和高端发展,在高端上形成对材料、装备等工业的拉动;

体系自主,就是具有完善的自主研发、零部件配套、制造体系,能够实现国内外资源的自主整合;

持续自主,就是要形成“生产一代,准备一代,开发一代”的产品格局,通过10年时间,形成有完整体系能力的竞争优势。

上海证券报:能否谈谈一汽整体上市的最新进展?

竺延风:上市对国有企业来说,不是难事,但要处理存续资产的问题。既要坚持好现代企业制度,又要使企业保持健康发展。核心资产都拿出去上市了,其他资产应该怎么办?一个比方:家里的值钱的东西都拿出去上市了,那剩下的瓶瓶罐罐呢?一台冰箱可以卖5000元,那么瓶瓶罐罐能卖50元。这些事情都必须安排好。

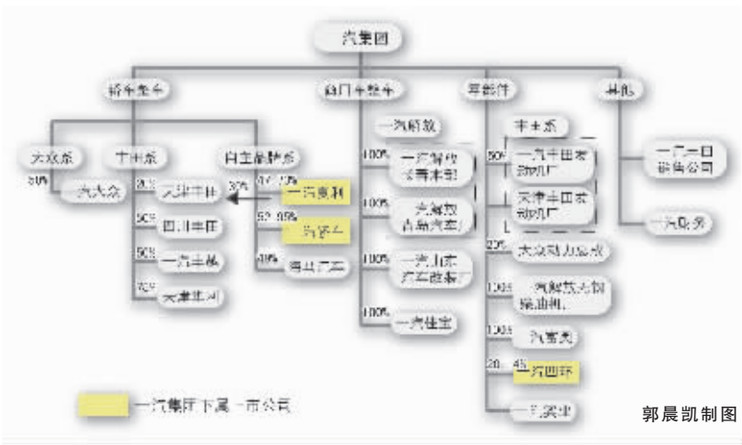
上海证券报:一汽在节能减排、环境保护上的投资情况怎样?

竺延风:大企业要讲诚信。一汽一直在做节能减排、保护环境方面的很多工作。比方说节约用水。因为一汽管道老化等问题,输送过程中有严重漏水现象。我们要解决问题,就需要很大的投入。反映在报表上,就会牺牲了当期利润。但我们还是得做。经过改造,从每小时50至60吨的用水量已经锐减到现在的11吨/小时。

再比方说,我们原来用油性漆,现在改用水性漆,这样能减少对环境的污染。但我们的投入增加了。以前我们铸造厂的粉尘污染很严重,后来我们投入了2000万用来改善粉尘的排放。

从一个长的周期来看,做好节能减排,会使企业的竞争力得到提高。

不论是社会健康发展的要求,还是从企业的科学发展观看,都要做到产能、产量上去了,消耗降下来。一汽也是尝到了甜头,把规模做上去后,安全、环保工作就可以搞下去了。



郭晨凯制图

一汽如何用自主创新提升竞争力?

⊙本报记者 宦璐

一汽总经理竺延风对上海证券报表示,一汽在“十五”期间,实现了制造业跟国际接轨的目标;而在“十一五”期间,则是实现研发水平、自主创新跟国际接轨的阶段。到“十一五”末,一汽将满足国内市场需求和国际化发展的双重目标。

研发实力“从无到优”

一汽的自主品牌战略是:规模自主、高端自主、体系自主和持续自主。在过去10年的时间里,一汽的自主研发道路走过了一条“从无到有,从有到优”的发展轨迹,形成了“生产一代、准备一代、开发一代”的产品格局。而商用车的发展道路最能体现这一轨迹。

据一汽集团技术中心高级专家吴碧磊透露,2000年到2003年,是一汽集团自主研发实力的“从无到有”阶段。这段时间,他们设定了宏观目标,要造具有世界先进技术水平的商用车。“车身上一共就是15000个零部件,我们拿来了奔驰卡车、MAN卡车、VOLVO卡车拆解,研究每个零部件,一一对标,直到3至4年后,我们积累了基础的开发实力。”

“2003年9月一汽研制成功第一辆解放J5样车,到2007年7月上市前的这段时间里,近百辆样车投入路试,累积试验里程达380万公里,发现了2000个问题点。怎么发现问题,然后解决问题,我们实现了‘从有到优’阶段的跨越。”

吴碧磊表示,解放卡车J6的成功开发,标志着我们在商用车自主研发及制造能力方面达到了世界级的水平。

创新确立成本优势

目前,一汽的自主研发覆盖应用研究、汽车电子、整车、关键总成等方面。掌握自主研发能力所带来的另外一个直接优势就是降低成本。

2002年,一汽技术中心接到快速打造重型车平台抢占市场的任务。

一年多之后,解放自主品牌卡车J5成功下线。直到现在,J5仍是支撑一汽重型车销售的冠军产品,每月的销量保持在1000辆。

据一汽集团技术中心高级工程师郭力群介绍,他们在自主创新的基础上,不断实现新的突破。他们创造性地改良了一个微型反作用杆,带来了巨大的成本收益。

以前底盘上的反作用杆都是用直杆,但经过研究,他们设计出了一种微型杆,不仅能承受上下的力,还有侧面的力。而如果让外方帮助开发,每个杆的价格在6000元,而自己设计生产,成本只要2000元。这样一台车,在这一个设置上的成本就节约了4000元。

而在J5悬架上的另一个零件平衡轴更具有节约成本的“标本”意义。他们开发了橡胶结构的平衡轴,大大降低了成本:以前金属的平衡轴,每个价格550元;而一汽开发只需95元。按J5达到4万台的销量来计,一汽在这款车上的成本共计节约了1800多万。

在J5身上,一汽已申请了10余项专利,并获得国家科技进步二等奖,这也是全国汽车自主品牌中第一个获得国家级二等奖。

掌握了电控自主开发能力的一汽客车,将原先需要购买德国博世公司的电机,改为自己开发后,成本降低了30%至40%。在明年奥运会期间,北京要采购一批城市客车,一汽招标成功。

郭力群认为,原始创新已经不适合一汽的自主品牌开发,一汽应该在应用中创新,在掌握、吸收、消化的基础上,创造出更适合中国国情的产品。“能做到这一点,我就赢了。”

打造节约型企业

在实现企业快速发展的同时,一汽也把资源节约和环保工作当作一项重要工作。竺延风表示,无论是社会健康发展,还是从企业科学发展观看,打造节约型企业都是重要的企业之道。

近年来,一汽在产品设计、开发、生产各环节上倡导“节能减排”新理念,在治理污染、推行清洁生产、优化资源配置和废物资源化等工作上推行管理新方法。

据统计,在“十五”期间,一汽集团公司本部汽车产量增长63.7%,综合能耗仅增长了15%,万元产值综合能耗下降了35%,万元产值生产用水量下降了62%。

一汽不仅在生产、生活环节上实现了大幅度节能降耗,而且在制造节能环保型汽车上做了大量的工作。一是在轻量化上,他们与宝钢、鞍钢开展了钢板减重工作,完成了技术、合同方面工作。在排放标准上,从欧Ⅰ到欧Ⅱ,特别是从欧Ⅱ向欧Ⅲ转换上做了大量工作。在混合动力技术、电动汽车的研发上,一汽取得了重大突破。混合动力汽车形成产品,电动汽车已作好准备。

在“十一五”期间,一汽的目标是力争在能源利用率和市场竞争力方面都得到有效提高。