

汽车发动机自主品牌发展思索

■ 哈尔滨东安汽车动力股份有限公司 （黑龙江 150066） 高晓东



高级技师 高晓东

自2017年起，将每年5月10日设立为“中国品牌日”。由新浪财经、新浪科技和微博共同主办的“网友心中知名中国品牌”评选活动揭晓，长安汽车、吉利汽车以高票数进入前十名。自主品牌的培育发展已上升至国家战略的高度，知名品牌代表的不单单是一个企业的实力，更代表了国家的形象。

汽车是“改变世界的机器”和推进国民经济向前发展的“发动机”。中国最大、最强、最具潜力和最具光明前途的经济实体。汽车产业不仅产业链长，而

且还深入社会方方面面，它可以带动钢铁、冶金、橡胶、石化、机械、电子以及纺织等诸多相关联产业，其产业链不仅延伸到许多工业、农业、军事以及民生相关行业，而且可以吸纳各种新技术、新材料、新工艺和新装备，形成相当庞大的生产规模，创造天文数字般的产值、利润和税收，提供众多的就业岗位。因此，汽车产业是中国目前最大的经济实体！

中国自主品牌车企经过十几年的发展，如今已有了不俗的表现。自主品牌车企由过去的依赖外资技术，到自主逆向开发，再到正向开发，取得了很大的进步。如今国内大多车企已经完全摆脱外购发动机，在发动机研发制造方面一汽轿车、上汽乘用车、长安和吉利等几个车企已具备相当实力。大部分自主品牌发动机参数更加合理，性能有更大的提高。但和合资发动机相比还有一定差距，自主品牌汽车发动机在拥堵的情况油耗会很高，动力表现没有合资品牌好，相信在自主品牌的持续发展中，我们会缩小差距，只要拥有了核心技术，发动机企业才会有更大的发展空间。

笔者认为发动机企业作为车企的配套企业要想打造知名品牌需要以下四点：一要有责任感，担当勇于创新的企业家；二要有正确的品牌战略；三要有高效的研发团队和敬业的技术工人队伍；四要有严格质量监管和售后保障体系。

企业家是企业的掌舵人，企业要有善于经营，充满活力，敢于担当、勇于创新的企业家，这样企业才会越做越强、越做越大。网友心中知名中国汽车品牌，长安汽车、吉利汽车能发展到今天离不开企业的当家人。提到长安汽车就会想起徐留平，他购建长安汽车全球研发体系在美国、英国、日本、意大利、重庆、北京和上海等地设立了研发中心，因为企业要谋求长期发展需要技术创新，需要核心竞争力。他对汽车行业的未来趋势也有着独到见解，提出“互联网+、智能+和新能源+”，让汽车更人性的理念。整合长安集团使其资产发挥到最大优势，引领长安汽车连续9年中国自主品牌销量第一。2017年长安汽车进入“国家品牌计划”成为自主品牌的领跑者。因为有这样的掌舵人企业才会创造如此佳绩。吉利集

团董事长李书福不仅成功的做强、做大了吉利品牌，甚至还收购了世界顶级车企沃尔沃，成为全球焦点，成为中国汽车企业标杆性的人物。企业家创业史是时势造英雄，如果你不努力、没有胆量、没有执着的精神、没有创新求变的思想，再多的时势也出不了英雄。敢于承担多大的责任，才可以成就多大的事业。在中国汽车界有很多这样的企业家，我们无不敬佩他们勇于进取的创业精神，他们的爱国热情，他们敢于创新的理念，感受他们事业的辉煌！

汽车发动机企业要有正确的品牌战略，国有发动机企业的领导一般在一家企业工作的时间并不长，在这种情况下，领导更看重的是如何在任期内做出成绩，这样的心态很难确保发动机企业发展有长远规划，和一致性的发展战略。发动机企业需要重新思考如何加快企业规模，根据市场合理布局，发展创新产品。发动机产品应做好调研，贴近市场，树立以效益为导向的企业战略。在营利的前提下扩大市场份额，实现稳步发展。

汽车发动机企业要有高效的研发团队和敬业技术工人队伍。由于基础工业薄弱起步较晚，致使很多领域无法进行真正意义上的研究和开发。我们近些年来国产自主品牌汽车取得的重大成就，很大一部分是得益于全球采购的成果，说白了，能花钱买到的都不是问题，但对于一些核心技术却无法购买，因为那是其他企业赖以生存的技术，是企业的王牌。所以要想让自主品牌车

企真正崛起，还需要研发核心技术，特别是发动机技术。发动机企业要有高效的研发团队，发挥每人优势，清晰责任分工，合理的组织结构，良好的团队互助与快速的问题处理机制。发动机企业还要有敬业的工人队伍，先进的生产线可以买，车间可造，但我们缺少的是高素质的匠人。企业需要潜心工作，高水平的工匠才能打造优质自主品牌发动机。发动机行业要建立自主品牌的技术联盟，形成技术合力，共同促进、共同发展。

汽车发动机企业要有严格质量监管和售后保障体系，汽车行业的竞争日趋白热化，发动机的性能，用户的满意程度影响着企业的发展，消费者的口碑是自主品牌的基石，它决定企业的未来发展。发动机企业最大挑战实际上来自于产品本身，只有好的产品品质才能成就自主品牌。发动机的自主品牌应该提高售后服务质量，包括销售网络建设，售后服务完善，好的产品和好的服务，才能真正在市场上立足生根发展壮大。

中国汽车自主品牌的强大需要所有汽车人的努力也需要全国人民的支持，弘扬中国汽车自主品牌是每个公民的义务。韩国人喜欢自主品牌汽车，现代和起亚销量很大，韩国车在市场占有率达95%以上。日本发布了2015年10月日本汽车销售协会的新车排行榜，新车销量榜前45名找不到其他国家的品牌汽车，可见日本人喜欢日本车。2017年第一季度德国乘用车销量出炉，德国市场销售了844 684辆新车，相比于

2016年同期的791 424辆，新车销量提升了6.7%。大众依然是德国消费者最受欢迎的汽车品牌，在前十名中占据了8名，第一季度销售了155 476辆。由此可见德国人也喜欢本土品牌。

反观我国2017年4月轿车销量排行榜第10名是吉利帝豪，第16名吉利远景，19是比亚迪F3，销售前20名只有三款车是中国自主品牌汽车。2017年1~4月中国品牌乘用车共销售345.3万辆，同比增长4.6%，占乘用车销售总量的45%。对比韩国、日本和德国，我国自主品牌占有份额较低，试想一个国人不买的自主品牌能走多远。家庭出个明星要举家捧场，汽车企业办的好要有向心凝聚力。实现世界第一强国，光喊口号是没有意义的，要想国家富强民族振兴一定要有民族品牌来支撑，一个国家是否强大最直接的体现就是这个国家的企业家多不多，经济支柱产业多不多，国民对国家自主产业支持力有多大。

2017年是变革之年，5月14~15日，“一带一路”国际合作高峰论坛在北京举办。“一带一路”战略会加速中国汽车产业海外开发力度，为更多自主品牌走出国门提供了必要条件。中国汽车自主品牌面临着严酷的行业竞争和更大的发展空间。汽车发动机企业要抓住机遇，调整战略、提升实力、创新求变，成为汽车行业的品牌供应商。MW

(收稿日期：20170430)