奇瑞 10年成就新起点

对大多数中国自主品牌而言，其出生还不到10年，可是作为中国汽车行业自主品牌的“标杆”，奇瑞汽车用10年的时间，完成了从年销售只有几万辆到年销售几十万辆的转变，成功在中国汽车行业里站稳了脚。

掌握部分核心技术

2003年8月，奇瑞汽车工程研究院开工建设。当时的中国汽车企业中，研发机构并不多，很多合资企业也不具备研发职能，他们只是把合资品牌国外十分成熟的产品引进国产，有些需要进行本土化改造的也由外方完成。

奇瑞在当时就十分重视自身的研发工作，并在之后的9年里努力提升自身的研发能力。成果是显著的。目前，奇瑞已建成以汽车工程研究总院、中央研究院、规划设计院、汽车试验技术中心为主的研发体系，并拥有一支6000余人的研发团队，掌握了一批整车开发和关键零部件的核心技术。通过自主创新，奇瑞在涡轮增压缸内直喷、双可变气门正时、无级变速器以及新能源等一大批核心技术上获得突破，带动了全系产品的全面技术升级。

管理经验欠缺

重视研发本没有错，可是在研发上“不惜血本”的投入让奇瑞主营业务连年亏损，同时因为太多精力放在研发上，奇瑞一定程度上忽视了市场的重要性。奇瑞因此吃了不少亏，花了钱研发出的产品并不完全被消费者接受，市场销量不好，难以收回研发成本。

从2008年开始，奇瑞开始实行多品牌战略，一下推出瑞麒、威麟、开瑞3个品牌。但由于缺少产品支撑，奇瑞又缺乏品牌管理的经验，这个多品牌战略到了今年已经基本宣告失败。

痛定思痛，吃了亏的奇瑞在今年开始进入调整期，公司内部砍掉了一批不切合市场实际的产品规划，同时推迟了一部分产品的上市计划。

奇瑞董事长尹同跃在第300万辆下线现场致辞。 资料图片

【说10年】

“不疯狂就死亡”

2001年初夏来到了这个厂，上班第一个周六的下午五点半，一楼的会议室，“书记”给我们说了这样一句话：“我们是汽车人，中国汽车人，自主品牌汽车人，从今天开始，我们选择了汽车行业，选择汽车行业，就是选择艰辛，不疯狂就死亡。”

就是在这样一句话的指引下，我们一直前行，带着“初恋般的激情”，月入600元，每天早上8点，晚上6点，“6乘10”地疯狂着。2012年，也是我在这个企业的第12个年头，“6乘10”一直没变，那些“7乘15”更没有变，因为我们的信念一直没变。

口述：奇瑞汽车销售有限公司员工万锐

奇瑞10年变化

项目	2002年	2011年
实际销量	5.0155万辆	64.3万辆
出口销量	＜1000	16.02万辆
整车产能	15万辆	90万辆
国内工厂数量	2	4
海外生产基地	0	16

责编 何立军 图编 高玮 美编 叶绿 责校 范锦春