

世界品牌 北京创造

——记“福田特色”自主发展之路

■ 本报记者 梦 杨

2011年,是汽车市场从亢奋走向冷静的一年。面对新的形势,商用车行业的主流企业纷纷打起了“变”的主意。然而,没有计划的、慌乱间的“求变”则让很多企业被动的转变少了些许“技术含量”。转型与创新的大旗赫然立在每个商用车企的山头,但真正能从根本上做到的又有几家?在变中受益的又有几家?

福田汽车,我国最大的商用车企业,在这场“求变”之战中,以其深谋远虑而脱颖而出。早在“十二五”的开局之年,福田汽车就定下了转型与创新的发展基调,甚至将2011年视为企业的转型与创新之年,并按照制定的计划一步一步稳定实现。可以说,福田汽车在转型与创新的道路上,真正探索出了一条具有“福田特色”的发展之路,揭开了自主发展的新篇章。

引资合作 走向全球

“引进来,是为了更好地走出去。”这是福田汽车颇为信奉的一句话,也是福田汽车的合资合作与汽车行业合资旧模式的不同之处。

早在2008年,福田汽车在“引进来”中,与多年的合作伙伴美国康明斯共同合资成立北京福田康明斯发动机有限公司。作为福田旗下的第一家中外合资企业,福田康明斯已经实现正常运营,并取得不错业绩。

延续“引进来”的精神,福田汽车与戴姆勒历经9年的跨国婚姻,在今年2月18日,正式组建成立了北京福田戴姆勒汽车有限公司,开启了合资合作新篇章。

一向不循规蹈矩的福田汽车,在合资合作方面,仍然发挥出创新精神,另辟蹊径,开创了中国汽车行业合资的新模式。

以往,中国汽车行业传统的合资合作都是引进外方成熟车型,中国的合资公司大多仅是装配工厂,产品出路多是内需式的。福田汽车与戴姆勒的合资公司以中国为运营中心,执行双方全球合作业务的管理决策、研发、生产、供应链管理、营销管理等中心职能,并发挥各自优势,共同打造中国汽车企业自主品牌,开创了中外合作联合开拓全球市场的先河。除此之外,福田汽车与戴姆勒的合作还有一个突出的特点,即该合作并非传统意义上的一次性合资,而是立足中国,着眼于世界。按照合作协议,在共同战略目标和战略优势互补的基础上,福田汽车和戴姆勒先在国内设立50:50的合资公司,定位于中国市场,项目总投资63.5亿元,注册资本56亿元,先期目标是把北京福田戴姆勒汽车有限公司建设成中国中重卡领域的领导者。以此为基础,双方将在全球形成战略协同,共同推进福田汽车与戴姆勒在印度、俄罗斯、墨西哥、巴西等全球的产业化合作,将双方竞争优势转移到全球,共同开拓全球中低端商用车市场。

本次合作对于合资双方具有很强的互补性,将促使双方实现战略共赢。通过合资,福田汽车将在全球化业务上实现新的跨越,保障企业未来的可持续性发展。合资公司成立后,福田汽车有望联合戴姆勒共同进行海外投资,可以规避中国汽车企业在海外市场设厂时经常遇到的贸易壁垒和障碍,从而能够及时把握有利时机占据海外市场;此外,通过与戴姆勒的合作,福田汽车将有机会消化、吸收和利用戴姆勒公司的先进研发技术、全球运作经验和资源,不仅可以提升福田汽车产品的国际竞争力,而且可以为福田汽车实现全球跨越式发展提升品牌美誉度及营销网络等方面的支持。

拥有强大集团背景、先进的技术积淀、稳定的合作基础、全球顶尖的合作伙伴,在“引进来”的资源基础上,福田汽车“走出去”不但早已硕果累累,而且,更有无数的播种即将开枝散叶。

自2000年首辆汽车驶向海外,截至2011年,福田汽车的海外销售量已累计达到20余万辆。然而,海外出口业务仅仅是福田汽车走向国际化道路的第一步。随着海外市场的不断开拓,福田汽车开始通过已有的海外网络以及全球合作伙伴的优质渠道,展开自己全球化的商用车布局。在成为全球商用车销量最大的汽



车企业之后,2010年,福田汽车提出了举世瞩目的“2020战略”。根据规划,福田汽车将再用10年时间力争成为世界主流汽车企业,并通过“5+3+1”核心战略实现福田汽车从“中国运营”到“世界运营”转型。其中,“5”即在印度、俄罗斯、巴西、墨西哥和印尼分5个重点国家实现产业化;“3”即在北美、欧盟和日韩3个发达地区取得市场突破;“1”即在北京建设福田汽车全球运营总部和创新中心,在中国市场取得领导者地位。

战略发布1年有余,福田汽车的全球化布局正在稳步推进。2011年5月,福田汽车在印度孟买签订投资意向书之后,同年10月,福田汽车发布公告称,公司董事会同意在印度设立汽车制造子公司。至2012年初,福田汽车印度事业部已经完成组建,印度籍福田团队已经到位,印度福田汽车有限公司业已成立,总部设在孟买,工厂选址在普耐Chakan工业区,27亿元的工程建设项目计划今年开工。

印度市场刚刚铺开,福田在俄罗斯的拓展计划也随之展开。目前,福田已在俄罗斯组建了福田汽车欧洲事业部,总部设在莫斯科,并注册成立了俄罗斯福田汽车有限公司。据俄罗斯捷尔任斯克市市长维克多·索平在透露,福田汽车已确定在捷尔任斯克市区建立汽车制造厂,预计项目将分为2个阶段实施,先后组织生产重型货车及轻型货车。

借助合资的力量,借助合作伙伴的资源,更重要的是凭借自身的实力,福田汽车正在走向全球商用车市场并生根发芽,力求将其发展枝条延伸至世界每个角落,在全球各地的公路上都能看到晶莹剔透的“钻石标”。

战略转型 确立优势

1996年,一家名为“北汽福田车辆股份有限公司”的企业在北京正式成立。谁能料到这样一家新生企业,能在短短15年内,以世界商用车销量第一的位置跻身世界商用车第一阵营。

这是一个发展的奇迹,而福田汽车就是这个奇迹的真实演绎者。这样的发展奇迹,对于一个从零到第一的企业而言,意味着把握每一次机遇、做好每一步的抉择,踏出每一个坚实的脚步。在15年的发展历程中,福田汽车审时度势,总能在机会来临之前做好充足准备,从而在发展机遇到来之时顺势而动,在国内商用车行业中始终勇立潮头。

当众车企忙着合资找靠山,无形中成为国外汽车企业代工厂的时候,福田汽车已经开始了自己又一次战略转型,从传统燃料汽车向新能源汽车拓展,正式进入新能源汽车领域。2003年,福田欧辉新能源客车公司成立,致力于新能源科技领域的探索与应用。混合动力客车、纯电动客车、燃料电池客车等如今畅销各地的新能源客车都是在这里相继被开发出来的。

2007年8月,福田汽车投资人民币6亿多元建设国

内领先的节能减排重点试验室。在其他企业仅仅将新能源的认知停留于理念,不敢贸然投入,采取观望态度时,福田汽车却大胆投入,勇于创新。当新能源支持政策到来时,福田新能源车立刻成为行业的风向标。福田在新能源汽车领域的领导地位,再次印证了福田“引领汽车产业”的发展愿景。

随着2008年奥运会的到来,“绿色北京”的理念逐渐深入人心,人们纷纷感叹低碳时代已经到来,开始对新能源汽车投入更大的兴趣和关注。然而此时,经过几年的磨砺,抢得先机的福田汽车在新能源汽车领域已经宝剑出鞘,率先实现了新能源汽车市场化。

2008年以来,福田累计销售新能源汽车5217辆,其中纯电动汽车3908辆,占总量的75%,订单数量平均每年递增70%以上,成为全球纯电动汽车应用规模最



大的整车生产企业。福田汽车的各类新能源汽车目前已销往粤、京、鲁、浙、辽、苏,乃至中国台湾等省市,此外,还远销美国、英国、西班牙等发达国家。可以说,在清洁能源和新能源汽车领域,福田汽车为我国汽车产业实现“弯道超车”和“走出去”战略做出了表率 and 贡献。

作为中国新能源汽车第一品牌的福田汽车,在新能源汽车发展的广度和深度上都充当了领头羊角色。从广度上说,福田的新能源车种类已经覆盖了卡车、客车和多功能汽车等各个领域。国内新能源车能够覆盖卡车、客车和多功能汽车的企业,也仅有福田汽车一家。从深度上讲,福田汽车一直紧跟最新的技术潮流,持续投入研发,不断开发出更优技术的产品并进入商业化运作。根据“福田汽车2020”战略规划,到2020年,福田汽车产销量将超过400万辆,而这其中节能和新能源汽车,会占到汽车整体产销量的25%以上。

秉承着这种大胆的改革创新精神,在瞬息万变的国内外经济形势中,嗅觉敏锐的福田汽车以“集成知识,链合创新”的胆识和胸怀,再一次做出了战略转型的规划。2010年,福田汽车在2020战略中提出,要从制造业向生产性服务业拓展,发展成为综合性的汽车企业。在2011年福田汽车年中经济工作会议上,福田汽车对其五大产业的转型宏图做了详细的诠释,即:立足汽车产业,向新能源、工程机械、金融产业、现代物流与物联网关联拓展,实现多业务经营的战略平衡。

“五大产业规划的启动与实施,意味着福田汽车将迎来业务模式与赢利模式的巨大突破,为新一轮跨越式发展谋篇蓄势。五大产业规划的启动与实施,也标志着福田正在从一个单纯的汽车制造企业向一个以汽车业务为核心、以战略性新型产业和生产性服务业为未来业务方向的大型企业集团迈进。”福田汽车新闻发言人、党委副书记赵景光说道。

目前,在五大产业规划中,福田汽车在保持汽车产业和新能源领域优势的同时,汽车物联网和金融业务已逐步开展,并取得了突破性进展。2011年4月12日,福田汽车联合我国北斗卫星位置服务供应商、3G无线通信供应商、

网络软件开发商、网络设备提供商等产业链资源,成立了以中国自主品牌为主的“北京汽车物联网产业联盟”。同年,北京福田北斗汽车物联网系统技术股份有限公司在京注册成立,标志着福田汽车向生产性服务业开始拓展,场车联网运动即将在福田汽车乃至整个汽车行业上演。

战略的转型使得福田汽车打开市场新局面,并向更光明的未来迈进,与之相对应的产品结构调整,使得福田汽车在光明之路上走得更加稳健、更加踏实。

创新发展 成就未来

从福田的发展历程上不难看出,福田汽车是一个雄心勃勃的商用车企业。心有多大舞台就有多大,福田高瞻远瞩的战略眼光和脚踏实地的拼搏精神,最终奠定了如今的行业地位。面对成绩,福田没有满足,所谓不进则退,福田汽车新的发展目标已经确立,发展蓝图再度展开,脚步依然矫健。

在即将进入“十二五”前夕,福田汽车为集团未来10年的发展规划出了一幅宏伟蓝图,即“福田汽车2020”战略——抓住机遇,坚持以内涵成长为基础的业务扩张道路,再通过10年努力,把福田汽车打造成世界级主流汽车企业。到2020年,福田汽车将成为时尚科技与人文环保高度融合的综合性国际汽车企业,年产销超过400万辆,销售收入5000亿元,利润300亿元。

这个远大的“福田汽车2020”战略将分为两步走,首先是2011~2015年的“十二五”时期。“十二五”时期,福田汽车将确立五大重点业务领域,即汽车与新能源汽车业务、新能源业务、汽车物联网业务、金融服务业务、重型机械业务,八大重点工程建设项目,包括福田汽车全球创新中心、北京(怀柔)欧曼GTL新型节能重卡数字工厂、北京(密云)多功能汽车工厂、北京福田雷萨起重機分公司、北京(昌平)GDI汽油发动机工厂、潍坊多功能汽车厂、长沙汽车厂和欧辉客车事业部广东工厂,力争在2015年将福田汽车打造成为全球商用车的领导者。预计到“十二五”末期,福田汽车年产销汽车将突破

180万辆,业务收入1700亿元以上,业务利润100亿元。

而到2020年,福田汽车计划让其全球销量突破400万辆,销售收入超过5000亿元,实现利润300亿元以上,分别为2009年相应经营指标的6.6倍、9倍和12倍。“届时,福田汽车将完成全球化市场和产业布局,海外销量占总销量30%,成为世界知名汽车品牌,并进入世界汽车企业前十强。”赵景光说。

除了国内的发展规划,走向世界已然成为“福田汽车2020”战略中的重要组成部分。在规划中,福田汽车明确了“走出去”发展战略,即“5+3+1”的核心战略。其中的“5”和“3”是福田汽车全球市场布局的分阶段式战略。即首先重点推进印度、俄罗斯产业化,形成标杆,再复制到其他三个产业化国家,最后突破发达国家市场。而“1”则是福田汽车全球化发展的核心思想,即以“世界品牌,北京创造”为奋斗目标,立足北京,布局全球。

然而,无论怎样向外扩张,福田依然是中国的福田、北京的福田。自1996年在北京成立以来,在15年的发展中,福田汽车已经建立成一个以北京为管理中心,在京、津、鲁、冀、湘、鄂、辽、粤、新等9个省市自治区拥有整车和零部件事业部,研发分支机构分布在中国、日本、德国、中国台湾等国家和地区的大型企业集团。按照“5+3+1”规划,福田汽车的版图将进一步扩大,但是“以北京为全球业务管理中心和国内业务运营中心、全球主要产业化国家设立区域运营中心的全球化管控模式”依然是福田汽车不可动摇的战略根基。

“世界品牌,北京创造”不是口号,不是幻想,它已经融入到福田汽车的发展血液之中。它不仅仅成为福田汽车肩负的民族产业振兴大任,还将成为福田汽车最自豪的标签和世界名片。

福田汽车新闻发言人赵景光曾感慨地说道:“福田汽车的发展史,是福田人用汗水、智慧、信念所浇灌出的自主发展的绿洲,是一部民族企业发展诗篇。不管是现在还是将来,福田汽车在转型、创新和可持续发展之路上,都将一路前行,永不停歇,创造一个又一个新奇迹。”

