中国自主品牌汽车如何打通国际化市场路径

进入2015年，经历了微增长时代的中国自主品牌汽车可谓甘苦自知。

出于企业扩张本能，外资品牌自进入中国以来就不断以多层面、多维度的战略战术，层层挤压中国本土汽车品牌生长空间。统计显示，从2009年到2014年，尽管自主品牌奋力应战，但其整体市场份额不升反降，从28%下降到了23%，被消费市场边缘化的危机愈发严重。

2015年3月间，一场由“自主品牌”更名为“中国品牌”的宣誓活动，迅速得到20多家中国自主品牌汽车企业的积极回应，业界更为打造国货精品、发愤图强的中国企业大声叫好。

然而，我们必须看到，尽管外资的步步进逼是阻碍自主品牌汽车发展的一大因素，但国人对于国产汽车在质量和技术上的信任缺乏，也是中国自主品牌汽车冲击世界梦屡屡受挫的主要因素之一。

尽管主流自主品牌车企已建立了较为完整的技术研发体系，产品种类及市场覆盖率也在不断扩大，但对发动机、变速箱等真正核心技术的掌控缺位，依然是笼罩在自主品牌头上的巨大阴影。长此以往，其孤军奋战、势单力薄的境况依然不会有太大改变。

那么，中国品牌汽车的国际化路径究竟输在哪一块短板上呢？

“市场换技术”之路径溯源

回顾过去30年，中国汽车市场从小到大、从弱到强到世界第一大市场，而这一切，都得益于国家大胆开放市场引进外资的策略：通过“市场换技术”政策，国内的汽车合资企业可以说是百花齐放，中国道路上跑的车型，要比全球任何一个市场能看到的车型都多。

然而，表面繁荣背后，虚弱的中国自主品牌发展之路却举步维艰，造成这种尴尬局面的原因，同样可以归因于当时中国汽车市场开放之初的政策设定。

一个明显的事实就是，当初外资汽车看好中国市场而强势进入时，都有一个限制性条款——也就是说，在中国合资企业生产的车是不能返回到公司原产地市场或者进入其他市场销售的。这一限制性条款死死地卡住一个原则：所谓的“市场换技术”中的这个“市场”，其实就是限定性地单指“中国市场”。

可以说，外资在进入中国市场之初，就基本封死了其中国合资伙伴旗下品牌想借力走出国门的路子，合资品牌只能在中国市场范围内发展，而自主品牌则无法借力国外合资方打开国际市场。

尽管如此，中国自主品牌汽车并没有停止冲击世界舞台的梦想，吉利、长城、奇瑞等等车企都曾做过一些尝试，但在当地的销售微乎其微到可以忽略的地步。由于在核心技术方面的明显差距和限制，目前还没有一家自主车企能够真正出口到欧美这些汽车大国去。

分析起来，其中包含几方面原因：一是中国汽车安全标准达不到国际要求，根源之一在于中国缺乏世界一流的底盘技术；二是排放标准不达标，排放标准的核心技术就是发动机，迄今为止，中国还根本没有一个可以号称世界一流的发动机生产基地；三是我们的变速箱技术也难以跟上行业发展的步伐，我们目前还没有一个自主研发的有世界先进水平的自动变速箱工厂。

因此，中国的自主品牌要做大做强，必须从多年来只能固守低档车市场的现状，快速进入到拥有世界一流发动机、变速箱和底盘技术的新阶段。要做到这一点，寄希望于目前在中国市场挣得钵满盆满的国际汽车巨头们，可能性是非常有限的——因为原有的法律框架，已经明确限制了所有中国市场的合资品牌是不能销往其他国家的，而国外合资方愿意给自主品牌提供的核心技术往往落后国外2~3代。这条路目前还没有国内汽车公司走通过。

那么，中国汽车企业要寻求世界一流的发动机、变速箱技术，目前面临的机遇之一，就是必须去瞄准那些拥有顶尖动力总成技术，但是目前在中国市场还没有形成大批量生产的国外汽车公司。事实上，近年来国内国外的汽车企业在这方面已有了很好的尝试：比如吉利汽车“蛇吞象”收购沃尔沃汽车并推出国产沃尔沃轿车；上汽集团旗下收购英国罗孚从而推出荣威、MG两大自主品牌；东风汽车通过部分入股PSA从而具有了更大的自主发言权。

除此之外，我们惊喜地发现，来自美国的威蒙·积泰汽车公司，在短短6年间，通过收购重组，迅速崛起成为一家同时拥有超级跑车以及电动车制造工厂的新型汽车集团，走出了一条非常值得我们中国企业借鉴和学习的国际化新路径。

“超跑之王”之成长路径

无论是在去年北京车展的E4豪车馆，还是今年上海车展的6.1豪车馆，观众们都惊奇地发现，与法拉利、玛莎拉蒂、麦凯伦、阿斯顿马丁等等比邻而居的，出现了一家名不见经传的跑车公司——美国威蒙·积泰汽车公司，而在人们进一步了解之后才恍然大悟，这家新型的汽车公司之所以能跻身豪车馆，是有其扎实的企业特质和成功的发展模式的。

在2009年公司创办伊始，威蒙·积泰是做电动车的。而现在，公司已经更名为威蒙工业集团。威蒙工业集团底下有4个全资子公司，一个是公司开创时的积泰（GTA）电动车公司，一个是并购的ACT公司。ACT是一种高强度轻质量的高尖端复合材料，这种材料用在电动车上面会使电动车的整个重量减轻，同时强度比钣金、钢材还要强，因此在减轻车身重量的同时又增加了强度，对驾驶员和乘客的保护也更好。

此外，第三个是并购了前通用汽车副董事长鲍勃·卢茨先生创建的VL汽车公司，这家公司做高端的轿车和轿跑，被并购后更名为威蒙汽车公司，成了威蒙工业集团的全资子公司。最近，威蒙工业集团又加盟了一个拥有35年来叱咤国际超跑界的赛麟超跑公司－赛麟国际汽车公司，这个拥有被称为“超跑之王”的赛麟S7的跑车公司由美国赛车界传奇人物史蒂夫·萨林先生创建，有着在国际一级汽车赛事中获奖最多的辉煌记录。

目前，威蒙工业集团底下有3个不同系列的汽车产品：赛麟国际汽车公司做超级跑车和轿跑，威蒙汽车公司生产高端轿车，积泰汽车公司生产电动汽车。

在其6年的发展过程中，威蒙·积泰汽车公司的做法是，一方面全力开发电动车等未来产品和自主核心技术，另一方面，通过拿来主义，不断地寻找世界顶尖的汽车技术，通过金融运作的方式及横向上的并购和纵向上技术开发的延伸，实现技术上的升级换代。

可以看出，威蒙·积泰汽车公司就是采取资本运作的方式，先后收购了拥有世界上最好底盘技术、发动机技术以及变速箱技术的跑车公司和高档轿车公司，也正是因为他们采取了拿来主义的发展方式，使得这家汽车公司能在较短的时间内跻身于强手如林的世界第一流跑车军团。

比如在北京车展上，他们首次展出的赛麟S7超级版（Saleen Super S7），采用了双涡轮增压全铝制V8引擎，排量7.0L，百公里加速为2.4秒，最高时速可达410公里，其发动机升功率也不可思议地达到了110千瓦/升以上（即每一升能产生超过157匹马力的强劲动力）。在这台极速“猛兽”身上，他们采用了OBD—II系统，每个气缸组都配有热氧化传感器以及一个大容量的蒸汽喷射系统，在追求动力的同时，完美体现了前所未有的环保意识。

更令人称奇的是，相比其他需要10缸、12缸甚至16缸引擎才能提供不到1000匹马力的超跑，赛麟S7超级版只用了8缸的高效能发动机，就迸发出1060匹马力的强劲动力，不仅刷新了内燃机版本的高效能跑车动力极限，也再次证明了性能与效率的无缝结合。

在生产传统高效能跑车的同时，威蒙·积泰汽车公司旗下生产的电动车同样令人眼前一亮，该公司生产的城市电动车迈迈（MyCar），第一次参加北京车展，就在70多款电动车中被评为16款不得不看的电动车之一。从技术参数上看，这款定价仅为12万元人民币的两座小型城市纯电动汽车，最高时速110公里/小时，续航里程170公里，与中国政府出台的电动车“双八十”政策指向不谋而合。

更有意思的是，权威汽车行业媒体美国《汽车新闻》（Automotive News）间接披露的一则新闻称，谷歌（Google）公司推出的无人驾驶汽车，其底盘技术、动力、变速箱等众多方面的技术参数，都和威蒙·积泰汽车公司的迈迈（MyCar）数据如出一辙。而最近出席一个行业峰会的威蒙工业集团高管艾伦·瓦格纳给出了谜底：这位担任过里尔飞机制造公司、通用汽车公司高管以及赛麟汽车公司副总裁的瓦格纳先生，之前正是谷歌汽车的主要工程主管。很显然，威蒙·积泰汽车公司绝对有能力开发与IT界新贵特斯拉一样具有跑车特性的高端电动汽车（事实上，赛麟GTX就是特斯拉的升级版），但威蒙·积泰汽车公司自己的产品路线却是城市化的电动车，其中原因耐人寻味。

美国模式之创始人路径

在美国，一个颇有特色的企业成功故事版本往往是，这些企业的原型最早起始于家中的车库。而另一个颇具特色的模式则是，这些企业的发展似乎都离不开志趣相投、高瞻远瞩的共同创始人。

比如苹果公司的史蒂夫·乔布斯和斯蒂芬·沃兹尼亚克、谷歌公司的拉里·佩奇和谢尔盖·布林、雅虎公司的杨致远和大卫·费罗，创始人之间共同的价值观和企业理念，令这些企业最终成为令人难忘的业界传奇。那么，威蒙·积泰汽车公司的两位创始人，同样是两位具有杰出商业背景的美国政界和法律界翘楚。

第一位创始人就是威蒙·积泰汽车公司的第一任董事长，现任美国弗吉尼亚州州长的泰瑞·马可利夫，他是美国公认的政治和商业领袖之一，曾担任过民主党全国委员会主席，将包括克林顿在内的数位总统候选人送进了白宫，也正是这位闻名美国的政治人物，在2009年开启了威蒙·积泰汽车公司的新篇章。

成立威蒙·积泰汽车公司时，马可利夫的目标就是要通过威蒙·积泰汽车公司的创立与发展，恢复美国制造业，复兴美国汽车工业。在他构想的新时代中，全世界的高速公路上奔驰着的将是价格低廉而且清洁环保的电动车和高效能的汽车。

2012年年底，马可利夫辞去公司董事长职务再次投身政治，并于2013年成功当选弗吉尼亚州州长。继任董事长一职的，则是公司的另外一位创始人：来自华尔街的杰出资本市场专家王晓麟博士。

来自中国湖南的王晓麟博士早年获得湘潭大学法学院法学学位后赴美，在著名的杜克大学法学院深造，当他从杜克大学毕业时，获得了杜克大学法学博士荣誉毕业生称号。

随后，王晓麟博士进入美国律师界，作为纽约州及华盛顿特区的执业律师，涉足资本市场融资和国际贸易领域。仅用了5年时间，他便做到美国业界最享有盛誉的纽约律师事务所的资本市场合伙人及亚洲事务负责人，帮助客户进行了数千亿美元的融资业务，成为一位同时在中国和美国的法律界及金融界都备受尊敬的企业家。

在华尔紧张繁忙的工作中，王晓麟博士渐渐觉得自己需要时间思考人生接下来该怎么走，因此他辞了工作，来到北京大学和清华大学的法学院教了一年的书。

2006年，王博士邀请他的好朋友——刚刚从美国民主党党主席位置上退下来的马可利夫到北大做一个新能源方面的讲座。结果在北京，马可利夫反而盛情邀约王博士跟他一起做新能源汽车，于是，就有了今天的威蒙·积泰汽车公司。从此，王晓麟博士也从之前的一个玩车人，最终转变为一个造车人。

一个实业，不仅仅需要源源不断的激情与创造力，更需要一个人有一颗兼济天下的赤诚之心。从法律、金融到汽车，王博士一路走来充满激情，律师的素养赋予他严密的思维，金融的职业又赋予他强大的资金调配和资源掌管能力。在电动车的基础上，威蒙·积泰汽车公司收购了全球闻名的超跑制造商赛麟。2014年，作为华人的王晓麟博士，更是首次将世界“超跑之王”赛麟S7带入了中国，让观众朋友真切地感受到了连续数年包揽世界顶级公路GT赛事——法国勒芒汽车拉力赛前三名的神车威力。

在王晓麟的构想中，威蒙·积泰汽车公司将成为美国乃至世界上主要的汽车厂商。为了完成这一使命，他聚集了一个强大专注、不断成长的领导团队，涵盖从工程设计到产品制造、从品牌营销到售后服务方面的汽车界精英，同时也得到了政府、公共事业、金融和私人企业等领域致力于发展绿色技术的行业领袖的支持。

2012年2月14日，美国副总统拜登在欢迎习近平主席的国宴上隆重向习主席介绍的唯一一家美国公司，正是这家威蒙·积泰新能源汽车公司。

那么，对于我们的自主品牌汽车来说，像威蒙·积泰汽车公司这样小众公司的成功模式，可以给我们提供的两点启示就是：第一，通过与这类有顶尖技术但没有进入中国市场的小众公司的合作，可以在获取最新汽车技术的同时，要求双方的合作最终达到“中国制造、全球销售”的目标，一举打破之前“市场换技术”环境下“市场”二字只针对中国市场的局限；另一个就是，自主品牌借鉴类似威蒙·积泰汽车公司的经验，直接收购国外顶级发动机、底盘和变速箱技术的顶级公司，从而实现一个跨越式的发展。

从“自主品牌”喊出“中国品牌”，中国的自主品牌汽车需要审时度势、抓住机遇，需要寻找更多像威蒙·积泰汽车公司这样成功的他山之石，需要借助更多像王晓麟博士这样睿智的海外精英，来共同实现我们中国汽车企业的世界梦。

（沈非）