

产销预计突破13万 同比增长60%

海马汽车2007年收获硕果



作为国内自主品牌的领军企业之一，海马汽车今年1月至11月的产销量已经超过11万，预计到年底，全年产销数字将突破13万辆，同比增长幅度超过60%。

2007年一开始，海马随即开展了一系列的市场活动，渗透到产品、市场、品牌、服务等各个层面。1月，海马汽车全新的服务活动“福入万家”在全国展开。3月，新普力马和海马福星上市打响了市场第一枪；福美来1月至4月连续销量过万，在“2007年上半年十大畅销车排行榜”中排名第八，凸现了海马在中级家轿市场的竞争实力；6月，海马3上市，使海马汽车形成了海马3、福美来、海马福星三大家轿品牌的层级分布，将海马全年的市场动作推向了高潮；8月底，为进一步提升

品牌知名度，海马福星降价1万元转战二、三级市场，被誉为“自主品牌的捷达”；10月下旬，福美来第40万辆下线；11月海马冠名赞助环海南岛自行车赛提升品牌形象，敲响了年终收获的钟声。

海马汽车负责人表示，海马3、福美来、海马福星三大品牌的精准定位和清晰化是今年海马产销得以提升的前提，而福美来和海马福星的持续热销则是其产销数字提高的坚实基础，加上“蓝色扳手”服务品牌的深度推广，海马品牌在消费者心中的知名度也在提升。同时，海马的销售服务网络在2007年也取得长足的发展。海马2007年在产品品牌和服务品牌建设、产销成绩、网络拓展以及客户满意度等方面取得的成绩足以让人满意。

2007年海马预计产销13万辆，业内专家纷纷表示，2007年海马13万辆的产销数据，对于主攻竞争最为激烈的中级车市场的自主品牌来说，是来之不易的宝贵成绩。

海马汽车今年产销同比增长超过60%，也远超全国乘用车市场需求25.76%的增长。能够在竞争最激烈的中级车市场立足打拼，并取得这样的成绩，这表明，经过多年的准备、积累、蛰伏，海马汽车已经具备了与合资品牌共同竞争的实力。



南海鲲鹏 展翅腾飞 ——海马汽车核心竞争力发展历程



从无到有，从名不见经传的海南汽车制造厂，到如今成为中国汽车产业中不可忽视的力量，海马汽车走了一段漫长而又曲折的历程。这段历程，也正是见证着中国汽车企业核心竞争力不断积累养成的历程。具有中国特色，而又卓有成效。

第一阶段：蛰伏蓄力 (1988年—2000年)

困龙在渊，困局，不意味僵局。在困境中蛰伏，暗自蓄力。

1988年，一个名叫海南汽车制造厂的企业，悄然在中国的南海之滨成立。几间简陋的厂房，没有完善的工艺设备，没人能想到，这家工厂的将来会是怎样。但正是在这样一个地方，来自四面八方的人聚集到了一起，形成了一个极具凝聚力和战斗力的团队，海马就此开始了他们的奋斗征程。

在一穷二白的基础上，很快海马在1990年完成了四大工艺车间的安装调试，尽管当时的设备并未达到业内的先进水平，但一个具有完整的汽车制造能力的工厂，已经初现端倪。

1992年，海南马自达汽车有限公司成立，海马开始了与马自达的合作。同年，旅行轿车6470投放市场，虽然尚未拿到国家目录，只能在海南本省销售。但伴随着一辆辆车的下线，海马也在马自达的支持下不断地积累着生产及制造的实力。1994年，海马率先通过了GB/T9000——IS9001质量体系认证，这也是国内汽车企业里的第一家。

1998年，一汽海南汽车有限公

司成立，海南汽车制造厂正式加入一汽集团。独力前行的路上，有了强有力的依托。

6470的经验，使海马与马自达都加快了脚步，2000年，海马6130小轿车（马自达323）正式上市，并成功投放全国市场。

海南马自达销售有限公司的成立，也开始了海马全国渠道布局的脚步。尽管缺乏优势产品的支持，但当时海马全国各区域的办事处主任每天都走到店里，与当地经销商一起卖车，成为经销商队伍的一员，由此也成功得到了一批忠诚度、战斗力极高的经销商队伍。

工厂的建设、产品的生产，也加速了海马技术积累的进程。1994年，海马汽车技术研发中心进行了HM6470海马旅行车国产动力总成替换匹配工作，应用新一代电喷发动机，使整车排放达到欧I标准。2000年，技术研发中心又进行了CA7130海马轿车国产动力总成替换匹配工作，应用国际先进水平的丰田8A多点电喷发动机，使整车排放达到欧II标准，提前满足北京等大城市的排放要求。正是在这些不断的改进、研究、提升中，海马积累了整车企业所必须的研发实力，也逐渐吸引了众多有志精英的加盟。

1999年5月，国产化率85%的HM6470车批量投产，是技术中心的一个重要业绩。海马也开始了自己的技术研发布局。

第二阶段：厚积薄发 (2001年—2005年)

厚积，然后薄发。自2001年起，默默蓄力的海马开始让外界越来越

多的关注与了解。

2001年，国内第一款SMPV——普力马正式上市，作为海马汽车与马自达合作推出的第一款重头产品，普力马的上市也吹响了海马进军的号角，成功开拓了SMPV的细分市场。

2002年7月，福美来精英级和尊贵级正式投放市场。“中级车市”是海马成功开辟的又一市场。福美来的上市，也确立了海马在国内汽车企业中的主流地位。

有了优势产品的支持，海马多年精心布局的网络体系开始发挥威力。自2000年开始严格按照4S标准建设的销售服务店体系，成为福美来迅速走红全国的渠道。

海马自销售服务网络的建设伊始，就将对服务的重视写进自己的日程表。对终端的严格要求、严格管理只是基础工作，从2001年起，又率先开始了每年两度的服务品牌活动，并坚持至今。

优质产品及网络的相得益彰，使海马在短短几年内实现了迅速的增长：2003年产销量突破5.5万辆，同比增长超过200%，销售收入达到88亿，名列中国500强第229位；2004年累计销量突破6.6万辆，同比增长20%，发展水平



实现连续5年高于市场平均增长水平；2005年总体销量突破7.8万辆，同比增长18%，其中福美来销量达到63398辆，同比增长32%；休闲轿车普力马销量达到15019辆，同比增长22%。与此同时，2005年7月三期工程的竣工，海马汽车第二工厂正式投产，总产能达到15万辆。

海马并没有在功劳簿上打盹满足，他们的目光依然盯着自己的蓝色梦想。2003年汽车技术研发中心“以我为主”，联合国内外合作伙伴开发完全自主知识产权的新一代车型系列（共四款）。同时，为了实现汽车核心技术的突破，2004年海马汽车开始自主研发完全自主知识产权的新一代发动机系列。

2004年8月，海马工业园一期全部建成，为海马汽车配套的8家零部件配套厂落户海口保税区。这也是海马突破地域限制、加强供应体系竞争力的暗自准备。

2005年，HM483Q发动机项目正式建设工作启动，海马坚决地迈出了自己走向自主的脚步。

第三阶段：加速突破 (2006年—2007年)

飞龙在天，海马在加速，突破重围，冲向蓝天。

2006年4月18日，对于海马汽车而言，注定要载入史册。

当天，在海马总装一车间发动机工段点火热试间内，响起了一片热烈而持久的掌声，海马汽车第一台全部由国产件组装的HM483Q发动机一次性点火热试成功，这意味着海马汽车已经掌握了汽车制造的核心技术，成为国内为数不多的具有发动机生产能力和整车制造能力的一流汽车企业。

海马汽车HM483Q发动机建设项目总投资12.5亿元，于2005年5月正式破土动工，12月完成主体厂房建造，并于今年3月正式投入使用。该项目的建设规模为双班年产发动机15万台，所引进的4条生产线（缸体、缸盖、曲轴、装配热试）全部配备了世界一流的生产设备，力求用最先进的设备保证发动机的质量，把所有的生产线均为柔性生产线，除可生产1.8L发动机外，还可生产1.6L和2.0L两种型号的发动机。这正是海马汽车自主品牌发展战略的核心工程之一。

对于海马来讲，发动机厂建设项目的顺利投产无疑是第三次创业的助力器，海马汽车终于迈入

了自主创新的阶段。

尽管多年来，海马汽车一直以“低调”、“沉稳”示人，但并不代表着海马没有想法、碌碌无为。就在发动机项目首次点火成功后的一个月，也就是5月30日，海马汽车迅速启动了“加速2006”营销行动，福美来最高降幅达到9000元，普力马降幅更是达到了12000元。降价不仅给海马汽车的旺销添了一把火，同时对整个中级车市场的价格体系产生巨大的冲击，带动中级车市的价格区间一路跌到10万元价格区间。

在海马工业园一期落成后，8家零部件配套厂主要提供车身冲压件、全车座椅、保险杠、仪表板、前后轴总成、天窗、门饰板和方向盘盘等零部件。而在建的海马二期工业园总投资则达到32亿元人民币，规模翻了一番以上，包括18个建设项目，其中15个为外来独立投资。至此，海马汽车已经拥有发动机生产线、整车生产线、技术研发中心以及相关零部件配套企业在内的完整的汽车产业链条，跨入国内一流汽车厂商行列。海马工业园二期建成后，以海马汽车为中心的产业集群将走向集约式生产模式，整合资源效益达到最优化，这为海马汽车今后更加稳定和快速的发展奠定了坚实的基础。

产品研发是汽车企业的灵魂。8月底上市的福美来2代，是海马坚决实施“在开放中合作，在合作中学习，在学习中自主”原则的结果体现。通过多年的技术积累，福美来2代是海马“模仿创新”的第一个整车成果，也是标志海马取得整车研发核心竞争力的第一个里程碑。

正是由于海马坚持了学习合作中的自主，在与马自达合作普力马、福美来的过程中，坚持拥有了品牌决定权、国产化认证权、采购权和整车销售权，使得海马有了底气，更有了底蕴。福美来2代上市后，不仅首月销量即突破万辆大关，更将这一成绩保持了8个月。

真正让人期待和激动的是走上自主品牌发展道路的海马汽车，于2007年上海国际车展上推出的首款真正意义上的自主车型——海马3（Haima3），这是海马汽车自主研发的H1平台上出产的第一款车型，也是国内第一款自主品牌运动轿车，代表了国内自主品牌造车水平的新高度。

未来，在海马3之后，海马汽车将进一步完善H1平台的车型，推出两厢、轿跑车等多种车型。2008年，一款全新的多功能车H2将量产上市，进一步丰富和完善海马汽车的产品谱系；在未来的3-5年内，海马汽车将相继向下推出A0及A00级平台，继续深耕家用轿车市场，以及向上推出B级车平台，切入中高级商务轿车市场。同时，将进入越野、微面、微卡、皮卡等车型领域市场。