

让红旗飘——中国一汽创新发展观察



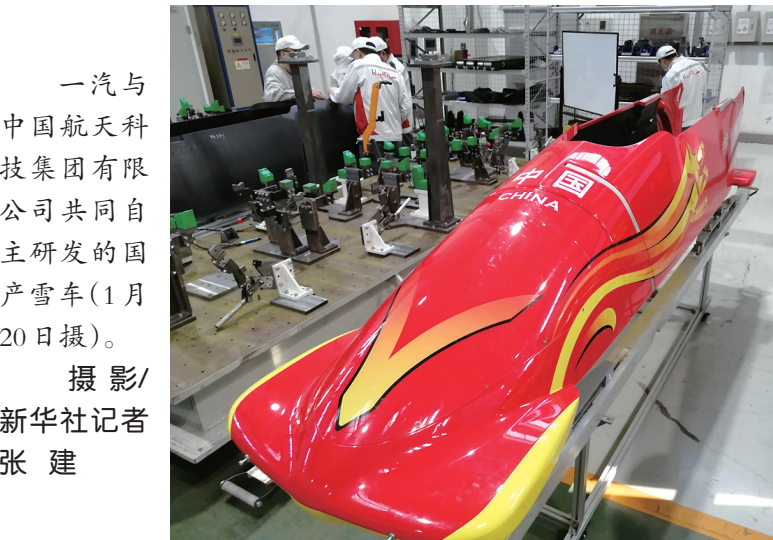
民族汽车品牌红旗，家喻户晓。从年销售不足5000辆到产销超过30万辆，从单一车型到多元化车型……近年来，在全球汽车产业转型升级背景下，中国第一汽车集团有限公司通过改革激发企业活力、提高运营效率，努力探索高质量发展之路。当前，一汽正在全面推动电动化、智能化、网联化，拓展民族汽车品牌向上发展空间。



市民在体验红旗E-HS9车型(2021年7月14日摄)。
摄影/新华社记者 张建



一汽与比亚迪合资项目开工现场(2月26日摄)。
摄影/新华社记者 张建



一汽与中国航天科技集团有限公司共同自主研发的国产雪车(1月20日摄)。
摄影/新华社记者 张建

改革， 让一汽“脱胎换骨”

杨永修是一汽研发总院的一名高级技师。近年来，一汽加速改革给了他更多施展才华的空间，他主要承担红旗自主研发的高端发动机、变速箱及底盘等核心精密零部件的数控加工工作，累计攻克130多项技术难题，为集团公司节约创造价值1200多万元。35岁的他，已获得全国技术能手、全国五一劳动奖章等荣誉。

“一汽像我这样的年轻人还有很多，大家梦想有多大、技术有多强、能力有多大，舞台就有多大。”他说。

2017年，一汽进行了“四能”改革，即“干部能上能下、员工能进能出、薪酬能高能低、机构能增能减”，全集团范围内竞聘，高级经理竞争上岗，平均年龄下降3岁，年轻干部占比提升13.3%。同时以市场为导向重组机构，形成更加专业、精细、扁平的构架和运行模式，集团总部直接负责红旗品牌运行。

改革激发了竞争意识，一汽员工更有干劲了，竞争上岗成为普遍共识，危机感也增强了。

2020年9月，一汽实施更加系统化的高级经理新三年任期改革，先定目标再上岗，鼓励挑战高目标。一周内完成高级经理匹配，干部平均年龄又降低1.4岁。根据规划，这些改革措施将在“十四五”期间继续坚持，持续激发职工的干事创业热情。

创新， 让一汽“生龙活虎”

自1958年红旗品牌创立以来，就成为中国民族汽车高端品牌代表之一，但其市场化道路并不是一帆风顺。2018年以来，红旗突出塑造品牌内核，打造L、S、H、Q四大产品系列，2021年销量突破30万辆，4年时间增长60多倍。

这背后，与越来越重视创新的企业文化密不可分。红旗H9推出后，还陆续推出了H9+车型，H9+车型又分为敦煌版、白玉兰版

和故宫版，这些车型与中国传统文化相结合，让人耳目一新。

今年前两个月，红旗品牌销量达63800台，同比增长40%。

红旗品牌的销量不仅靠营销，还靠技术的支撑。一汽2021年研发总投入214.2亿元，同比增长3.9%，占营收比重3%；取得63项关键核心技术突破，完成专利申请4757件。其中，由一汽自主设计的国内首台V型8缸直喷增压(简称“V8TD”)发动机去年完成试制，达到国际同类机型的领先水平。一汽与中国航天科技集团有限公司共同自主研发的国产雪车，打破了国外品牌长期垄断中国雪车市场的局面。

一汽党委书记、董事长徐留平说，每一个红旗产品必须要有大于两项的全球首发技术，否则从产品定义的时候就不会通过。

开放， 让一汽“走在前列”

徐留平说，红旗目标成为自主第一高端乘用车品牌，一汽着力打造全球品牌影响力。

2月底，一汽和比亚迪合资动力电池项目正式开工，该项目总投资135亿元人民币，全部达产后将满足100万台电动车配套需求，实现产值200亿元以上。比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福表示，比亚迪将与一汽强化合作，加速绿色技术就地就近转化落地，为做大做强民族汽车品牌贡献力量。

合作才能共赢。一汽已与华为等企业以及清华大学、吉林大学等高校开展深度合作，拓展企业发展空间。

政企互动，也在加速一汽“走在前列”。吉林省、长春市与一汽、国网共同启动“旗E春城 绿色吉林”项目，力争用3年时间，投放3.4万辆新能源出租车、网约车、公务用车，实现“电池银行”流转电池4.1万块规模，新建运营换电站120座。

根据规划，到2025年一汽将实现销量超过600万辆，年均增长8%左右；营业收入超过万亿元，年均增长8%至9%。

(据新华社报道)