

# 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)