

# “红旗”六十年嬗变：品牌复兴 大国之梦

本报记者 尹丽梅 董海华

1949年~2019年,70年沧桑巨变,中国汽车工业完成了从制造基础基本为零到成为世界汽车制造大国的转变。拨开历史的薄雾可以窥见,距离首都北京870多公里的吉林长春,是中国发展自主品牌汽车梦想开始的地方。

1953年7月15日,长春孟家屯,时任中国第一汽车制造厂(中

## 红旗往事

作为中国汽车工业起步的“摇篮”,一汽肩负着扛起自主品牌大旗的重任。

1958年夏天,毛泽东乘坐了一汽研发的中国第一辆东风轿车,随后中央向一汽下达了开发高级轿车的指令,当时的一汽厂长饶斌立即组织“大会战”。

在当时的国际封锁中,一汽的工人们硬是靠拷贝进口样车——以克莱斯勒帝国C69高级轿车为蓝本,历时33天,用榔头手敲打车身将新中国第一辆高级轿车造了出来。这辆高级轿车被正式命名为红旗。

从此,红旗高级轿车成为中国民族轿车的开端,并蜚声海外。

不过,进入上世纪80年代,“国车”红旗的命运遭遇波折。从诞生之日起,红旗轿车便承载了国人发展民族汽车工业的期望。但荣誉的背后,是一系列在当时根本无法解决的现实问题,由于中国工业基础整体薄弱,与国外先进技术差距较大,红旗轿车不可避免的存在一些在当时无法解决的技术问题,这让红旗车的使用性能和稳定性受到极大影响。

1981年6月,因为耗油量高、成本高、产量低,一纸批文,生产了23年的“国车”停产。红旗轿车下马,是一汽人心中的痛,而

国第一汽车集团有限公司的前身,以下简称“一汽”)厂长饶斌把第一辆黑土抛向奠基石,奠基石上镌刻着两行红字:第一汽车制造厂奠基纪念 毛泽东。中国汽车工业发展的号角从这里吹响。

新中国成立之初,百废待兴,中国汽车工业也处于没有成型汽车厂的困难局面。1958年8月1日,新中国第一辆国产高级轿车红旗问世。红旗自投入生产以



1958年8月1日,第一辆红旗轿车研制成功,全厂职工欢欣鼓舞。 本报资料室/图

再造“红旗”,是一汽人一直留存心间的一个憧憬。并不甘心的一汽在寻找时机。

仅两年后,1983年9月30日,一汽正式向国务院递交了红旗轿车技术改造建议书。当年12月2日,当时由中央设立的中国汽车工业总公司(全称为“中国汽车工业总公司”)正式向一汽下达了红旗轿车的生产任务,拉开了红旗复产的序幕。

进入90年代后,一汽也大踏步走在振兴“红旗”品牌的道路上,并通过与国外公司合作,逐步开发了“小红旗”“大红旗”等多个品种的系列产品。

步入21世纪,一汽加速“红旗”振兴步伐。2008年,一汽启动“红旗复兴”项目,从集团抽调骨干力量组成1600多人的团队,

在中国汽车工业史上一直占据着特殊的历史地位,是我国国家领导人专用车型,也是我国自主品牌的一面鲜红“旗帜”。

从诞生至今,六十一载岁月悠悠,“红旗”虽几经沉浮,在1981年停产,随后其市场化转型也遭受挫折,但多年来一汽均在高擎振兴“红旗”大计。时间行至2019年,“红旗”正在展开一幅绚丽画卷。

累计投入研发费用52亿元,自主研发了L、H两大系列红旗整车产品。在“十二五”期间(2011~2015年),一汽宣布投入105亿元用于“红旗”品牌的建设。

此后,一汽还进行了一场“刮骨疗伤”式组织架构改革。2016年3月,一汽宣布成立“红旗”事业部。2017年9月,一汽企业改革正式启动,“红旗”由总部直接运营。一汽高层曾多次强调,“红旗是一汽集团的金字招牌”,而“红旗”从原来一汽轿车股份有限公司的下设部门提升至集团管辖,自主权和决策权更大。

一汽组织架构调整的成果已然显现。一汽官方公布的数据显示,2018年,红旗汽车销量首次突破3万辆关口,红旗迈入了品牌发展的快车道。



## 再启“复兴计划”

数据表明,红旗轿车正逐步走出此前的市场化转型挫折。2019年9月,据“红旗”官宣,1~8月累计实现销量5.2万辆,同比增长231%。在中国车市整体不振的背景下,“红旗”品牌销量实现逆势上扬。

“红旗”品牌的振兴与其正在推行的新红旗品牌战略息息相关。2018年1月初,一汽确立了“要将红旗品牌打造成‘中国第一、世界著名’的‘新高尚品牌’”的战略目标。这一年,“红旗”品牌进行了品牌、产品、设计、渠道等多个维度的创新尝试,全力推进新品牌战略落地。

对于未来,“红旗”有着清晰的市场规划。一汽董事长徐留平在2018年初的红旗战略发布会上表示,红旗2020年销量目标是10万辆,2025年和2035年要分别达到30万辆和50万辆。

徐留平还全面调整了红旗品牌

的产品规划,把红旗分为L、H、S、Q四大系列。其中,L系列主打高端豪华,S系列为轿跑产品,H系列为红旗主力车型,Q系列为商务出行车。

事实上,2018年以来,“红旗”加快了产品布局和区域研发布局,陆续发布了红旗L5、红旗E-HS3、红旗HS7等多类产品,并在2018年一年内建成了104家红旗体验中心,对重点城市和区域基本实现了全覆盖。

而在新能源开拓上,“红旗”新战略囊括了时下汽车行业所有热点。其中,在新能源汽车方面,在红旗计划于2025年推出的17款新车型中,有15款为新能源产品。徐留平称,今后“红旗”的目标是“全部电动化”。

在自动驾驶方面,“红旗”将在2020年实现L4级自动驾驶车型量产上市,2025年则可推出L5级完全无人驾驶车。同时,“红旗”还在与百度、腾讯、华为等互联网巨头建立

战略合作,探索“互联网+汽车”的智能互联生态圈。

值得关注的是,“红旗”还在积极拓展国际视野。在9月10日举行的世界上规模最大的车展——2019法兰克福国际车展上,红旗携两款重磅车型——红旗S9和红旗E115,开启全球首秀。值得关注的是,这是红旗品牌首次参加被誉为“汽车工业奥运会”的法兰克福国际车展,也是继1960年莱比锡车展后,“红旗”品牌再次亮相国际舞台。

业内人士分析认为,从目前来看,“红旗”瞄准的豪华车细分市场尚存许多机会。关于汽车工业及自主品牌的发展,当年竺延风(前一汽董事长,现任东风公司董事长)在接受央视采访时曾说过一句业内名言,要“耐住寂寞20年”。如今的“红旗”,历经沧桑一甲子,几番风雨沉浮,“耐住寂寞”后,已开启红旗品牌振兴的新篇章。

## 星愿回响“职”引未来

# 梅赛德斯-奔驰星愿基金职教助学计划 创新升级

9月25日上午,2019年梅赛德斯-奔驰星愿基金职教助学计划星愿奖/助学金、奖学金发放仪式在北京电子科技职业学院隆重举行。今年是梅赛德斯-奔驰连续第2学年为职校学生颁发奖/助学金,同时面向职校老师设立奖学金。

梅赛德斯-奔驰星愿基金管委会主席、北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司高级执行副总裁张焱先生表示:“职教助学计划的创新升级标志着梅赛德斯-奔驰星愿基金持续助推职业教育发展、助力国家精准扶贫的坚定决心。通过该计划的深入推进,梅赛德斯-奔驰积极探索汽车产业校企合作新模式,在帮助广大职校青年点亮人生理想的同时,也为产业转型升级培育具有工匠精神的高素质人才,继续引领行业可持续发展;并将在决战脱贫攻坚的关键之年,为夺取脱贫攻坚战的全面胜利贡献企业力量。”

精准扶贫,教育为先。2017年9月,梅赛德斯-奔驰融合戴姆勒中国职业教育和星愿基金的双平台优势,正式启动职教助学计划,成为行业内率先开启职教助学项目的豪华汽车品牌。职教助学计划启动后,和戴姆勒中国职业教育共同为职校青年带来了“技术保障”、“就业保障”和“求学保障”。

今年,在“教育现代化2035”和国家职业教育改革的政策领导下,星愿基金继续筑牢“求学保障”。升级后的职教助学计划星愿奖/助学金将覆盖全国18所职业学校的300位学生;同时增设星愿奖学金,向50位长期服务于戴姆勒中国职业教育项目的



优秀教师致敬。

梅赛德斯-奔驰星愿基金管委会执行副主席、中国青少年发展基金会理事长郭美蓉先生表示:“我们很高兴看到梅赛德斯-奔驰始终紧跟国家大政方针,通过职教助学计划持续响应国家精准扶贫政策,同时顺应教育现代化和职业教育改革所需,将资本、技术、知识、设施、设备和管理等要素融入校企合作,助力形成‘教育现代化2035’所倡导的全社会共同参与的教育治理新格局。”

今年夏天,职教助学计划迎来了受助学子毕业季。目前,2017年度受助学子已经顺利毕业,在这批进入汽车行业的星愿学子中,超过90%的优秀毕业生选择进入戴姆勒合资生产工厂和梅赛德斯-奔驰经销商公司工作。

戴姆勒大中华区投资有限公司人力资源负责人、戴姆勒中国职业教育项目负责人满静女士表示:“自2006年我们将多元化、双赢化的戴姆勒职业教育体系引入中国以来,戴姆勒积极与全国各地的职业院校合作,通过产教融合为合资生产工厂及经销商网络定制培养具有‘工匠精神’的技术

型人才。我们相信,这批职业素养和专业技能兼具的职校青年将成为未来行业的中坚力量,为行业发展注入不竭动力。”

作为汽车行业的引领者,梅赛德斯-奔驰潜心为中国汽车产业储备未来人才。截至目前,戴姆勒中国职业教育项目累计培养了超过6000名优秀学员和150多位优秀教师,为中国汽车产业的发展与繁荣做出了贡献。

鉴于职教助学计划在精准扶贫、教育扶贫领域的示范作用,该计划连受到国家相关部门表彰:今年9月,职教助学计划连续两年入选国家相关部门指导、中国社科院推出的《企业扶贫蓝皮书》;3月底,计划还入选由国家相关部门立项,委托中国社科院企业社会责任研究中心执行完成的《中国企业精准扶贫50佳案例》,梅赛德斯-奔驰也是唯一入选的外资汽车品牌。

在未来,梅赛德斯-奔驰将持续深耕中国市场,星愿基金也将继续增强各大公益项目的生命力与创造力,肩负起更广泛的企业责任与担当,倾心助力中国社会的可持续发展。

## 日产中国:在华投资企业范本

本报记者 周信 董海华

继1973年第一辆日产公爵轿车进入中国市场以来,36年里发展历程中,日产汽车在中国不仅达成了产销1000万辆的佳绩,也为中国的创新人才培养、学术研究和公益事业等做出了积极贡献。

对于当下备受关注的可持续发展问题,日产(中国)投资有限公司董事总经理西林隆在接受《中国经营报》记者专访时表示,对于车企,以及对于一个可持续发展的社会而言,环境、构筑安全可靠的汽车交通社会,不断地培养可持续发展的企业,是非常重要的三个元素。日产汽车作为一个在中国开展商业活动的企业,一定要对中国市场及社会健康的、可持续发展做出做出贡献。

“日产汽车与中国的渊源由来已久,1973年随着第一辆日产公爵轿车的引入,日产汽车进入到中国市场。”日产(中国)投资有限公司执行副总经理铃木昭寿向记者表示。

1978年,邓小平带领中国开启了改革开放之路。这一年,他访问日本,除了邀请松下幸之助来华投资的事迹广为人知外,他还去了日产汽车(以下简称“日产”)的工厂。在参观了日产的机器人生产线后,邓小平说:“来到这里,我明白了什么是现代化、近代化。感谢工业发达国家尤其是日本产业界对我们的协助。”两年后,日产汽车公司北京办事处成立,即现在的日产中国。

1983年,国务院着手组织“七五”计划的起草工作,根据“七五”计划导入小型商用车制造技术的政策,日产与中国政府签署了技术和贸易方面的协议。

1986年12月,日产向中国一汽(以下简称“一汽”)转让Atlas双排驾驶室的制造技术,一汽在此基础上开发出2吨和一吨轻型载货车,也正式进军轻型商用车领域。两年后,日产再向一汽转让Caravan车的车身技术,小解放CA6440就是根据日产Caravan E23的平台而来。

上世纪90年代,中国开始实行合资建厂的方式允许外资车企进入国内。1993年3月,日产与郑州轻型汽车公司组建了合资企业,并达成了技术支持协议。双方建立的合资企业郑州日产汽车有限公司于



日产(中国)投资有限公司董事总经理西林隆 本报资料室/图

1995年10月开始生产皮卡。四年后,郑州日产成功导入日产汽车公司最新开发的D22系列皮卡,并在国内进行批量生产。

而日产与东风汽车公司的牵手还是源于风神汽车有限公司。在D22系列皮卡投产一年后,风神汽车有限公司获得BLUEBIRD蓝鸟汽车得许可,2003年,日产汽车与东风汽车公司(中国)合资成立东风汽车有限公司(以下简称“东风有限”),旗下成立东风日产乘用车公司专门负责乘用车业务。

在工厂建设方面,2004年,东风有限宣布投资3.3亿元在广州花都新建研发中心,同年5月,产量为15万辆的花都工厂竣工投产;9月,湖北襄樊新工厂正式竣工投产;2010~2011年,郑州日产第二工厂和东风日产花都第二工厂竣工,2014年东风日产大连工厂也正式投产。

在产品引进方面,2003~2004年,公司推出NISSAN品牌SUN-NY阳光轿车及全新豪华轿车—NISSAN TEANA天籁;2005年4~7月,东风汽车有限公司推出NISSAN品牌的THIDA 颐达和骐达轿车。2006年和2008年,轩逸和逍客上市,2011年,东风日产MURANO定名“楼兰”上市。

而1989年就诞生于北美地区的日产旗下豪华品牌英菲尼迪也在2007年正式投放中国市场,2012年,英菲尼迪全球总部落户香港,2014年9月,东风英菲尼迪汽车有限公司正式成立,并陆续引入G系列、FX系列、M35和EX35等多款高端产品。

2010年,合资自主品牌——东

风日产启辰品牌成立,先后上市启辰D50、R50、R30、晨风纯电动车、T70、T90、D60EV等车型。2017年2月,启辰品牌从东风日产旗下的一个合资自主品牌摇身一变成为与东风日产平级的独立品牌,正式成为东风汽车旗下的第七个子公司。

值得一提的是,日产汽车为中国创新人才培养和学术研究做出了积极贡献,在华的公益事业也卓有成效。

早在2003年,日产汽车公司就向清华大学捐赠发动机装置,2014年,日产汽车“制造”教室首次登陆中国,2016年,日产汽车携手联合国教科文组织,启动筑梦课堂远程教育,同年,东风日产大学正式落成。2018年,东风英菲尼迪向清华大学汽车工程系捐赠代表内燃机巅峰科技的VC-Turbo可变压缩比涡轮增压发动机。

与此同时,日产汽车在中国的公益事业受到一致好评,先后启动了日产中国农民工子女关爱行动、携手“健康快车”“日产筑梦课堂走进系列”“阳光职业·金色未来”校企联合办学项目,也获得了“光明公益奖”“2013年度中国汽车企业公益贡献奖”,2014年汽车企业公益贡献“金益奖”“最佳责任企业”奖。

因为良好的口碑和过硬的产品力,2018年,东风日产1000万辆整车产量达成,作为中国市场上第四家达到累计产量1000万辆的企业来说,东风日产做到了最快的速度——15年,要知道,上汽大众用了整整30年,一汽-大众也耗费了23年。目前,中国已经超越美国成为日产汽车全球最大的市场。