



长安汽车王俊：三次创业从“找米下锅”到“技术攻坚”

本报记者 季为民 童海华 赵毅 重庆报道

“发展新能源汽车是中国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，长安汽车也有幸参与到这一轮汽车产业的百年未有之大变局之中。”近日，在接受《中国经营报》记者采访

“中国第一批微型汽车下线”

在技术、人才双重储备下，2017年长安汽车开启并实施第三次创业——创新创业计划。

1984年11月15日，对于长安人来说，是一个历史性的时刻，长安牌SC112微型厢式货车和SC110微型载货汽车下线，这是中国第一批微型汽车。

“第一次创业始于1984年，老一代长安人敏锐地发现，市场上‘缺钱、少重、无微、没轿’，于是以市场为导向，走差异化的发展道路，开启了大刀阔斧的改革。”王俊谈道。

回溯20世纪80年代初，长安汽车积极响应“军民转”的国家战略，从军工企业转型为涉足民用汽车领域的企业。在王俊看来，老一代长安人的这次创业是为了“求生存”不得不“找米下锅”。长

“供需两侧变化激发市场活力”

在王俊看来，当前有三类“刚需”推动汽车产业生态向着智能低碳新生态演变，即出行、能源、信息交互。

在新一轮科技革命推动下，新能源汽车产业演进成为新兴科技产业，供给侧和需求侧的变化赋予汽车更高价值。

近年来，随着技术的快速迭代，汽车已经不再是过去简单的交通工具，而是成为集成高科技的智能移动平台。这些创新技术正在彻底颠覆传统汽车设计、驾驶体验以及整个交通出行的模式。

“过去，汽车作为一个机械产品，是用来提高人们的出行效率，满足日常生活需求。而现在汽车成为移动的家，所有信息的交互都能在这个空间完成。根本原因是

时，长安汽车总裁王俊说道。

20世纪80年代初，老一代长安人面对当时汽车产业“缺钱、少重、无微、没轿”的现状，敏锐发现机会，在“无人、无钱、无技术”的艰苦条件下，自筹3500万元资金，通过技贸合作方式，进入汽车领域，拉开了第一次创业的序幕。

安人通过拆解车辆研究，成功制造出仿制样车，迈出了技贸合作的关键一步。

沐浴着改革开放的春风，长安人始终坚信发展才是硬道理。“21世纪初，随着改革开放的深入推进，人民的生活水平和要求也开始发生变化，一个标志性的事件是私家车的普及，于是长安汽车开启了第二次创业，由微车引领者义无反顾地向打造主流乘用车自主品牌转型。”作为第二次创业的参与者，王俊回忆起那段奋斗史时仍记忆犹新。

2003年，为了满足大众日益高涨的私家车出行需求，长安汽车从以商用车为主的企业，正式进入乘

供侧和需求侧都发生了翻天覆地的变化。”王俊表示。

他认为：“供给侧的变化主要体现在技术突破，芯片成为汽车核心要素，能源的提供方式也发生改变。而在需求侧，汽车从单一的出行工具变成了可以寄托精神需求的空间载体。”

在王俊看来，当前有三类“刚需”推动汽车产业生态向着智能低碳新生态演变，即出行、能源、信息交互。

“当前大众的出行需求已经不再满足于从A地到B地的位移，而是通过智能化、网联化，让更多元、

在谈到第一次创业时，王俊感慨老一代长安人拥有敏锐的洞察力，带领长安汽车实现从0到1的跨越。“40年的历史长河中长安汽车一共经历了三次创业，从‘找米下锅’到‘技术攻坚’，长安人始终坚持技术创新驱动发展。”

在与王俊交流的过程中，他多

次提到“创新”“科技”“智能”。新一轮的能源与技术革命已悄然打响，时代将带领长安汽车走向哪里？

正如格林德在《语言程式学概论》中写道：“能够感知的地图往往是有界的，而创新者们正冲破确定性静态正确的天幕，去探寻那本就没有疆域的地图，未来已来。”

实、有效的发展破局之道。

2023年，长安汽车全年研发投入90.08亿元，占营业收入的比例的5.95%。王俊表示：“目前，长安汽车有70000多名员工，技术研发人员共18000人，占比超过20%。”

在技术、人才双重储备下，2017年长安汽车开启并实施第三次创业——创新创业计划，逐步确立新能源“香格里拉”、智能化“北斗天枢”、全球化“海纳百川”三大计划，向着智能低碳出行科技公司转型。

王俊认为：“总书记的话一锤定音，为企业的发展锚定了方向，如果企业的战略和国家的战略相匹配相适应，就会产生双向激发的效应。”

代周期缩短，供给侧的软件化水平需要不断为产品快速迭代提供解决方案。

这些年，长安汽车不得不拼命“卷技术”来应对市场竞争。先后成立16个技术、产品研发中心，17家科技公司，打造1.8万人技术研发团队，累计掌握自然交互、高阶智驾、三电研测等2251项关键技术。

“随着行业的发展，这种竞争格局一定会走向稳态，如果不走向稳态，汽车产业无法做到可持续发展。相信通过市场调节机制，企业将会逐步走向规范竞争的市场。”王俊表示。



王俊
长安汽车总裁

“未来AI重新定义汽车”

2024年广州车展上，长安汽车首次提出了两个空前的概念——飞行汽车、人形机器人。

科幻电影《全面回忆》中，主角驾驶飞行汽车在未来城市中飙车的情节让人印象深刻。如今，科技进步让我们在科幻片中看到的场景逐渐走入现实，一场属于智能汽车的变革正在悄然颠覆着我们的生活。

2024年广州车展上，长安汽车首次提出了两个空前的概念——飞行汽车、人形机器人。

“长安不仅要造机器人，还要造飞行汽车，布局海陆空立体交通解决方案。在机器人领域，将开展类人机器人、汽车生态机器人等相关产业布局。”随着这个规划落地，长安汽车计划在5年内投入超500亿元，2026年前推出长安飞行汽车产品，2027年前发布人形机器人产品，加速向智能低碳出行科技公司转型。

“长安汽车正在用软件定义+AI赋能，把新汽车重新定义一遍。”王俊表示，“目前的竞争会加速推动汽车产业与AI，包括通讯5G、下一代通讯技术、能源、数据等新要素深度融合。”

在王俊看来，第三次工业革命中的互联网发展，实现了信息的高效互通，AI会推动个体智能升级为群体智能，最终引领汽车产业革命驱动汽车成为可进化的智能汽车机器人。

为了给产业赋能，长安汽车打造了一个数智工厂。王俊透

露：“这是一座全域5G数智AI柔性超级工厂，标志着长安汽车迈入了智能制造的新时代。数智工厂以全制造流程数字化为目标，广泛应用5G、AI、数字孪生等40余项先进技术，拥有数据采集点超27万个、5G卡点近1400个、2000多个机器人手臂全部实现联网，制造全过程数字化。”

“必须具备全球领先的先进技术。科技是培育新质生产力的关键要素，只有通过先进技术的搭载和赋能才能形成新质生产力，才能创造出面向未来的数字产品，不断催生新产业、新模式、新业态。”王俊说道。

在坚持自主创新的同时，长安汽车也秉持着开放合作的心态加速全球化步伐。王俊表示：“我们将在全球化背景下坚定推进合作、开放、融合，坚持开放合作和自主创新相结合，以海纳百川的心态迈向汽车产业发展的全新阶段。”

在采访的过程中，王俊给记者留下的印象是一个长期的乐观主义者。在三次创业历经40年的发展，在三次创业创新中传承狼性拼搏的精神，肩负引领汽车文明、造福人类生活的使命担当。我们始终坚信中国汽车产业将崛起于世界之巅，而长安汽车定会成为一个真正的世界级品牌。”他说。

美年健康俞熔：科技正在改变体检行业生态

本报记者 曹学平 上海报道

新一轮科技革命正在深刻影响着和改变着商业逻辑、人类生活及社会形态，对体检行业有着怎样的影响？

美年健康(002044.SZ)董事长俞熔在接受《中国经营报》记者专访时认为，近年，体检行业在需求端，个性化、智能化的体检需求越来越明显，个检占比呈现持续提升的趋势，AI技术在医疗行业的广泛应用持续满足民众日益明显的个性化、定制化需求，个性化服务更加便捷，为体检行业在传统的体检产品及服务基础上提供了更多创新增量；在供给端，体检行业格局总体稳定，非公体检机构增长快于公立医院，AI+辅助体检升级，AI医疗趋势明显；在营销端，体检产品逐渐呈现严肃医疗与消费医疗双重特质。

在俞熔看来，当前科技日新月异，以医疗大模型、大数据驱动的生成式AI迅速发展，疾病早筛技术不断突破，AI在医疗服务领域具备绝佳商业化落地应用场景，运用好AI科技，将深度影响未来3—5年整个医疗健康行业的发展，算力、模型、数据和场景构成了医疗健康行业新质生产力的四大核心要素。行业现在正处于拐点来临的前夜。

正值青壮年

《中国经营报》：《中国经营报》迎来40岁生日，美年也成立了20周年。你认为美年现在处于什么状态？

俞熔：如果从大的企业成长



俞熔
美年健康董事长

全面数字化升级

《中国经营报》：20年一路走来，经历哪些标志性事件或者抉择让美年行稳致远？

俞熔：20年一路走来，两大标志性事件让美年行稳致远：一是市场布局，在深圳A股上市、控股慈铭体检、收购“世界三大体检机构之一”美兆健康；二是开启数字化转型升级。

美年健康始创于2004年，2015年在深圳主板上市，同年控股非公体检行业知名品牌慈铭体检，改变了当时相对分散的体检市场格局。此后，公司旗下拥有“美年大健康”“慈铭体检”“慈铭奥亚”“美兆健康”四个健康体检

品牌，形成多层次的品牌结构，成为全国最大的专业健康体检连锁企业。

2018年之前，美年更多依靠的是规模发展，依靠网点增加、设备增加、人员增加，以规模和服务驱动，进行市场渗透和教育，并在很多低线城市普及体检概念、健康管理观念。

2018年之后，美年明确地依靠品质和数据双轮驱动，强调精细化运营与管理。

2021年是公司转型升级关键之年，将创新作为重要发展战略，制定了公司未来3年的整体数字化转型规划。

生命周期来看，我认为美年处在一个青壮年的阶段，就像早上八九点钟的太阳。我们见证和陪伴预防医学产业发展20年，这是非常年轻的朝阳产业。

从整个时代背景来看，疫情以后，大家对预防和体检特别重视，这几年对防大于治的观念也大幅提升。所以整个行业在加速发展，还处在一个青年阶段。

目前，作为中国预防医学龙头企业，美年在规模、人才、创新、管理、服务、客户资源、品牌等方面具有较强的竞争优势。美年的专业健康体检服务网络已实现中国内地版图全覆盖，每年约为3000万人次提供健康体检服务。

2022年，美年自主研发的新一代智慧体检管理系统“扁鹊”正式上线，开启了新一代智慧体检云平台时代，也是公司数字化转型的重要成果。

基于独有的累计过亿人次的影像数据及2亿人次的结构化健康数据，2023年，美年提出全面实施“All in AI”战略，进一步深挖健康数据资产价值，深化AI大数据创新力与AIGC科技产品力。

《中国经营报》：公司2017年就率先布局AI应用，2023年提出“All in AI”，怎么看待AI的落地应用？目前，AI整体布局如何，后续有

《中国经营报》：和你认识这么多年，我感觉你是一个工作狂。是什么信念在支撑着你这么做？创办美年的初心是什么？20年风雨兼程，你创业最大的感悟是什么？

俞熔：医疗行业是人类终极问题，其中蕴含很多思想、哲学，从一个个个体如何健康管理，到一个国家怎么应对公共卫生挑战，使命和责任不言而喻。美年自创立之初，以“守护中国人的生命健康”为企业使命，希望通过专业的体检服务，帮助人们及早发现健康隐患，预防疾病的发生，提升国民的健康水平。我们相信，健康是幸福生活的基石，也是社会进步和经济发展的支撑。而美年通过精细化管

哪些规划？

俞熔：健康体检是AI应用落地最可持续的场景之一，具备很好的商业场景。AI技术的应用不仅可以助力疾病早筛、提升客户满意度，还可以进一步提升效率、降低成本，并且基于体检流量带来的优质健康大数据，也将进一步赋能优化AI算法，在体检早筛与健康管理等细分领域开启更多应用场景。

2024年11月，国家卫生健康委等三部委联合发布《卫生健康行业人工智能应用参考指引》的基本概念和多个应用场景中，美年已经有落地实操。

理、技术创新、健康知识普及是可以做到的，而做成这些事情，对社会有贡献，这些贡献又反过来增强我们的自信心和创造力。

我们对行业前景充满信心，随着经济的发展和水平的提高，我们看到了中国健康体检市场的巨大潜力和迫切需求，医疗科技迅速发展、公众健康意识提升、对高质量健康服务的需求日益增长等，都对健康管理行业提出了更高的要求。医疗行业是一条需要长期耕耘且高速增长的赛道，美年在扎实做好内功的同时，也要通过科技创新实现长期稳健增长，做一个耐力型长跑选手。

基于海量健康大数据基石，美年早在7年前就积极布局AI技术在预防端的落地应用。2017年，公司开始持续推出AI专精特新体检项目，目前在已有的脑卒中AI风险评估、脑认知AI风险评估、冠脉钙化积分AI诊断等创新产品应用的基础上，进一步结合AI技术，发布国内首个健康管理AI机器人“健康小美”数智健康管家；同时持续推出“AI智能肝健康管理产品”“AI智能血糖管理创新产品”“中医智能体检项目”等重点AI专精服务产品应用，拓展健康管理边界。