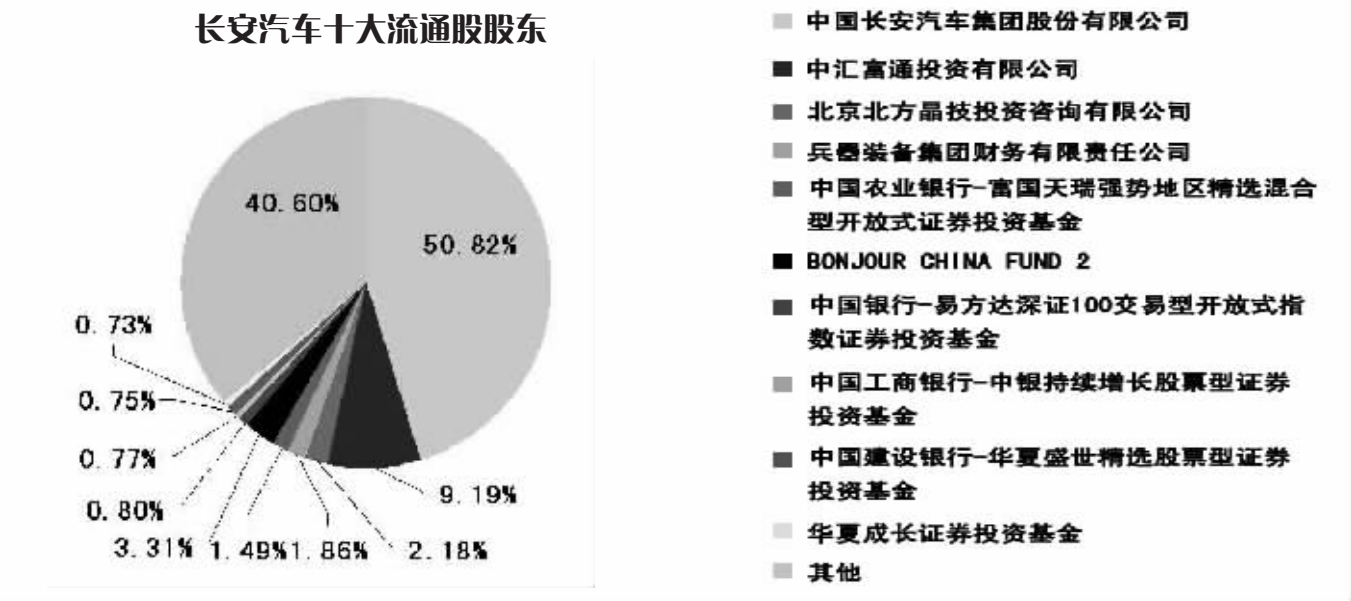


自主研发

创新能力之源

开创未来



中国自从鸦片战争进入近代史以来，中国人仿佛置身于一 条黑暗的隧道，在生与死，在明与暗，在希望与失望之间挣扎，感受着民族的悲剧、命运的多舛而又憧憬着现代文明的曙光。现在许多人在对中国近现代史迷惑不解时，又总能轻而易举地将它简单化，使人感到浮云一样的飘渺与大海一样的深沉。可是无论如何，中国的企业界，乃至整个中华民族，今天面对的已是一个全新的世界，要想实现企业的持续发展，实现民族的伟大复兴，不仅需要勇气与实干，更需要智慧与创新，需要战略家的眼光与新经济时代的更高综合素质。长安在全球化背景下形成的长安汽车自主创新，也绝非坐井观天，闭门造车式的创新，而是整合国际研发资源的一种集成创新，是勇于融入国际经济大循环、打造全球研发体系的一种探索性创新。

以致于有人形容，长安汽车从造型设计、产品开发、工艺设计、生产制造等每个环节，都严格把关，务必做到“数一数二”，长安汽车开发的每一个过程、每一个零件，都能看到长安自主创新的灵魂。并且这种创新具有极大的开放性、包容性，被形象地称为“开门搞创新”，从而在不长时间内实现了“长安的长安-中国的长安-世界的长安”的三级跳。

2001年春夏之交，意大利都灵来了一群黑头发、黄皮肤的东方人，他们是长安汽车海外研发探索的先行者。自此开始，长安踏上研发国际化之路，先后在意大利都灵、日本横滨、英国诺丁汉、美国底特律等地成立了自己的研发中心。

多年来坚持走向世界，开阔了长安人的视野，坚定了长安大步融入世界潮流

而又坚持自主研发的信心。在与国外许多企业的交往中，长安人始终虚怀若谷，好学不倦，正如他们在培养人才、招贤纳士时畅开胸怀、礼贤下士的态度一样。

2006年，长安迎来第一个从底特律招聘到重庆工作的海归——时任福特公司碰撞安全领域高级研究员赵会。“长安领导的志存高远和求贤若渴打动了我！”2007年9月，长安高管专门致信另一位重量级“海归”专家庞剑：“相信美丽宜人的重庆和充满魅力的长安，会让您不再是匆匆过客，而是家的归人。”

同时采用合纵连横、挺进纵深的方 略，先后与清华大学等高等院校所，成立产学研工程中心，在国内第一个建立供应 商技术分中心与消费者研究基地。所有这些，都成为长安自主品牌飞速发展的强有力后盾。

至此，长安已建立起以重庆研究总院为中心的“五国九地、各有侧重”全球24小时不间断研发网络。拥有一支6000余人的科技队伍，国内专家、博士150余人，外籍专家250余人，包括来自丰田、宝马、福特等全球资深专家70余人。其中10人入选“千人计划”，名列国内汽车行业第一位。

目前，在核心技术掌握上，长安汽车已拥有造型与总布置、结构设计 with 性能开发、仿真分析、试验验证与评价、样车制作与工艺核心及项目管理等能力。

长安给人才带来的不仅是尊重，更是搭建能够让人才施展本领的广阔平台，因而在对本土人才培养和团队建设上，更倾注了大量资源和精力。第一位本土博士詹樟松，现已成长为长安汽车动力技术的领军人；“长安汽车自主调试第一人”李虎，

尽管只是蓝领工人，却享受总裁级别待遇。实施激励一线广大员工的合理化建议举措，至今已累计收到各种建议60多万条，采纳实施40多万条，累计节约价值近20亿元；累计奖励汽车70多辆，奖金金额近2000万元。

如今，长安企业拥有两家上市公司、4支股票；集团总资产500多亿元，员工5万多人。拥有重庆、河北、南京、江苏、江西、北京六大国内产业基地，11个整车和2个发动机工厂；同福特、铃木、马自达等多个国际名企达成了战略合作伙伴；在美国、墨西哥、马来西亚、越南、伊朗、埃及、乌克兰等地建立了7个工厂。现已形成微 车、轿车、客车、卡车、SUV、MPV等低中高档、宽系列、多品种的产品谱系，拥有排量从0.8L到2.5L的发动机平台，生产包括长安奔奔、长安杰勋、长安悦翔、长安微车系列、长安卡车系列在内的多平台产品。尤其是深受众望的“长安之星”微车系列，已拥有超500万用户，成为中国自主品牌中销量最大的单一品牌车型。

而在位于重庆市国家级开发新区——两江新区核心位置，总占地面积10000亩的长安汽车鱼嘴千亿汽车城，正在以绿色环保为建设基调，规划打造成为全球行政中心、全球研发中心、先进制造中心、先进物流中心、全球信息中心、全球培训中心、全球销售中心、领先文化中心等八大中心，建成后这里将成为国内最大的低碳汽车生产基地。

长安总裁张宝林说：作为重庆工业龙头企业的长安，凭借核心汽车产业带动作用，将为两江新区构建起千亿级的汽车产业集群，长安汽车正在从这里走向全国，走向全世界。

改革开放三十多年来，中国以秀才全球的发展速度，迅速崛起为世界第二大经济体，但自主创新对中国经济及对国内汽车行业来说，却是一个并不轻松的话题。长安不久前再度获得全国“质量标杆”称号后，徐留平代表在北京参加十八大期间，面对《人民日报》等的采访一抒胸襟：中国汽车业在改革开放中发展壮大，但核心技术缺乏，已成为制约我国汽车产业自主创新和零部件产业发展的瓶颈。“中国目前还只是汽车大国，不是汽车强国，其根本原因就是自主创新能力不强，核心技术掌握不够。”“因此，汽车企业一定要重点加大科技投入，回归到汽车产业全球化竞争的本质：自主开发，真正提升自主创新能力。”

他坦言：“长安汽车作为中国汽车产业重要成员，自主创新不仅是长安发展的需要，更是作为民族企业的责任和使命。”时代的发展和科技的变革，正赋予以汽车业为代表的实体经济新的内涵。“我们只要紧紧抓住和用好新的发展机遇，坚定信心，自主创新，就一定能够不断掌握核心技术，培育世界品牌，做大做强中国汽车业，推动民族实业振兴与发展。”

今年4月25日至5月2日举行的第12届北京国际车展上，长安汽车的展台迎来了几位特殊的客人——德国某知名汽车品牌高管团队。他们围着刚刚上市的“长安逸动”相互交谈不停，时而坐到里面感受一下空间、触摸一下内饰，不时地打开引擎盖、后备箱，一会又不停地开关门，或看看旁边的技术参数与配置，还时不时地还翘起大拇指，足足仔细“检查”了半小时之多。张宝林总裁说，这种情形在历届车展中都是少有的。

改革开放加市场经济，转眼的瞬间拉近了中国同欧美发达国家的距离，更改变了许多国人“外国的月亮比中国圆”的心态，开始油然而生一种民族崛起的自豪感。短短二三十年，中国以雄冠世界的发展速度，中国产品以大规模走上国际市场，令历来外国人瞧不起中国我们自己也就瞧不起自己的现象成为了历史。然而与此同时，中国能源消耗高、环境污染重、自主创新能力强、劳动力红利不再和许多引人瞩目的社会问题，又成为了我们建设和谐小康社会及创新型国家，需要举国上下花费极大精力去解决的课题。

可以说，“创新”之于中国，不仅是企业的一场全局性改造，也是国家战略的一种突破性进步。近年来，长安汽车以国家“十二五”发展规划、战略性

新兴产业规划为指导，全面贯彻落实科学发展观，制定了长安汽车面向未来十年的企业发展战略——“愿景2020”。然而恰在此时，中国产业经济汽车行业乃至国民经济正在，正在世界经济复苏乏力、中国出口受阻和需不足等的制约下，呈现出增幅明显下滑的态势。

以前由于市场增长，产能不足，同行企业大多都能分得一杯羹，都能获得不同程度的发展，但这种经营形势今后已难以被复制。2012年，就这样成了长期高速增长的中国宏观经济包括汽车产业初现拐点，企业发展面临更大困难、更多挑战的一个起点。

面对现实，着眼长远，长安高层表示，中国自主品牌的树立和成长，是一个长期的过程，不可能一蹴而就，需要大量的投资，人才、经验与知识的积累，要有信心、耐心、精心、苦心。在目前乃至今后严峻的宏观经济和产 业经济形势下，长安将一如既往地顽强奋进，在尽力稳增长稳市场的同时力行自主创新；稳步扩大布局布局的资源资源吸引到长安这个平台来。并把技术进行分类管理提升，将七大总成、四大工艺、一万多个零部件、几百项关键技术进行分类，以全球水平为参照一项项对标，寻找差距，制定自己的技术路线图。在一些缺项技术上加紧补课，特别是在海外补缺。同时支持优势企业开展全球范围的兼并重组，力求快速弥补关键技术缺口……力争到2020年实现汽车产销500万—600万辆，其中自主品牌车产销占比60%以上的长安发展目标。

自从鸦片战争到今天，中华民族终于抓住了一次千载难逢的发展机遇，我国历史最为悠久的工业企业长安，从改革初期极其艰难条件下开始重新创业后，已在30余年探索、变革和转型发展 中实现了昔日难以思议的巨变，成功地进行了一系列体制机制创新、科技创新、管理创新和文化创新，创造了昔日难以思议的巨大经济效益，主要经济技术指标迅猛飙升，国际化道路越走越宽广，内涵和外延扩大再生产成效显著……长安创造的特大国有企业发展史上的传奇尤其是他们进军汽车领域后在建树自主品牌方面的旗帜和引领作用，已成为我们在全面建设中国特色社会主义征程中必须重点关注的社会现象。相信走过150年风雨历程，创造了企业的同时也是民族工业辉煌的长安企业，定将持续书写发展实业报效国家和人民的崭新篇章。

2015 年长安汽车自主品牌比例将达 60%

11月29日，刚刚过完150岁生日的长安汽车，又迎来一个喜庆时刻——在距离长安汽车总部万里之遥的意大利都灵，长安欧洲设计中心成立10周年暨新基地落成典礼隆重举行。

在150岁的长安汽车面前，10岁的长安欧洲设计中心还很稚嫩。然而，熟悉长安汽车的人都知道，正是新鲜血液的不断加入，世纪长安才能坚定再出发，在自主创新 的路上不断铸造辉煌，构建中国汽车第一自主品牌。

自主创新铁三角

记者曾到访长安汽车自有轿车品牌目前在中国的唯一生产线，位于重庆市渝北区空港工业园区的长安五工厂。这条2004年投产的生产线，经过8年的发展，已达40万辆的产能。不仅如此，长安五工厂的快速发展，还带动了包括内外饰、钣金件、模具、物流等数家重庆本土或外来的零配件企业落户空港工业园。大量人员的涌入，一度导致连接渝北空港工业园与江北区最便捷的机场高速在早晚高峰拥堵不堪，使得政府不得不在3年前将高速路由双向四车道扩容为双向八车道。

国内汽车企业哪家自主研发实力最强？2011年，在国家发改委、科技部等多部门牵头的国家认定企业技术中心评比中，长安汽车以90.9的高分再次夺冠，毫无悬念地摘下国内汽车企业最强自主研发实力的桂冠。也是这一年，长安汽车自主品牌汽车以168万辆的年度销量位列全球第13位，连续6年成为中国销量最大的

汽车自主品牌。

上世纪七十年代，长安对于汽车制造算得上是门外汉。回望长安的汽车路，上世纪80年代初，几乎零起点上，长安开始搞汽车。2006年至今，长安汽车已成功研发出14款整车及11款发动机。由微车起步，目前长安产品谱系已涵盖微车、轿车、商务车、SUV、中高端乘用车等。

是什么让长安在短时间内成长为中国汽车第一自主品牌？“长安的成功，在于走自主创新之路。”长安汽车总裁张宝林回答，长安人早就认识到，仅仅依靠合资合作，没有自主核心技术，他们永远也无法掌握自己的命运，只有掌握核心技术，做强做大自主品牌，才能真正发展好中国汽车工业，才可能立于世界一流汽车企业之林。

是什么支撑长安在自主创新的路上一路狂奔？回顾长安自主创新的不难发现，持续打造自主研发核心竞争力，不断推出具有完全自主知识产权的汽车与发动机产品，把长安汽车打造成为国内领先、国际一流的汽车企业。

“自主创新虽然非常难，风险高、见效慢，但这条路必须走。未来几年，长安汽车的自主创新发展会越来越快。”张宝林透露，预计到2015年，长安汽车产销将达到400万辆，比今年翻一番，其中自主品牌汽

车比例将提高到60%；到2020年，长安汽车产销争取达到600万辆，其中自主品牌汽车比例占60%以上。

长安自有品牌轿车在近几年愈来愈良好的发展，除了赶上中国私车高增长的春风，更是五工厂背后“五国九地”涉及发动机、底盘、内饰、外观造型等各个方面的自主研发团队的巨大成功。

长安汽车的第一款自有品牌轿车下线于2006年。对于国产品牌轿车来说，这个时间其实并不算早，当时市场上已有奇瑞、吉利、华晨、比亚迪等多个国产品牌轿车。而长安集团却大胆宣称自己这款 车为中国第一辆拥有自主知识产权的汽车。这样的宣传并非有自主产权的中国产品牌轿车生产企业里，其研发环节可大致分为两类：一类为单纯模仿国外汽车的造型和内饰，购买国外制造的发动机与底盘进行组装；另一类则是将关键部件委托给国外三方汽车研究所进行开发，完成设计后回国生产，属于有产权无知识。相较而言，长安汽车在自主研发上无疑是人力、财力、物力投入最大、最早，且耕耘得最为勤奋的一个。

长安汽车在上世纪90年代末即开始做自主研发的准备。当时长安汽车把既有微车项目委托给意大利的第三方设计公司进行开发，却不仅仅是单纯地全盘委托，而是派出一批人赴意大利，与设计公司签订合作开发协议，要求各个研发环节皆要有长安集团的研发人员共同参与，且整个流程必须透明公开。通过几年的锻炼，长安集团自身的研发人员逐步成熟，从最初仅能担当20%的辅助性开发工作，变为2004年的80%。

每年销售收入 5% 投入研发

在全球各地建立研发中心、招揽英才，这两个举措都离不开资金支持。在自主创新之路上，长安用数百亿元的研发投入，为自主创新铁三角提供最雄厚的支持。

长安汽车总裁张宝林介绍，在核心研发技术上，长安在“十一五”期间累计投入120亿元，已建成涵盖振动噪声、碰撞安全、制动性能、底盘试验、驱动系统等14个领域的国际先进实验室，拥有安全碰撞与振动噪声两个国家重点实验室。而在“十二五”期间，这个数字还将翻番，将继续投入300亿元用于科技创新。

“随着销售收入的增加，这个数字还将不断上涨。”李伟透露，研发是整个汽车企业的核心，作为致力于打造自主品牌 的长安汽车来说，研发显得尤为重要，多年来，长安汽车用于研发的投入不断增加，目前的研发投入甚至占到每年销售收入的5%以上。而在业界，这个比例大多只有2-3%，一些国内车企甚至只有1%。

有付出就有收获。目前，长安汽车已拥有造型与总布置、结构设计 with 性能开发、仿真分析、试验验证与评价、样车制作与工艺核心能力 & 项目管理能力；在汽车领域286项公认的核心技术中，已掌握发动机、底盘、电装、碰撞及被动安全等262项技术，具备了自主开发全球先进整车和发动机的能力。

汽车产业号称制造业之首，也是制造业中相对高端与精密的一个产业。长安集

团的高层明白，要最终实现自有化，只能靠勤奋与稳扎稳打。即便有钱直接在海外投资涉及中心和直接聘请外方设计师，自身无过硬的技术经验，也是鸡同鸭讲。因此，长安汽车选择了一条效率相对低、难度相对大的路。

事实上，长安汽车在2006年第一款自有品牌轿车推出之后，也一直承载着设计时的经验不足，以及对供应商的管控经验不足，从而导致产品质量问题层出不穷等坎坷经历。直至2008年，相关部门的团队依然为各种质量改进忙得不可开交。为此，长安汽车提拔了一大批年轻人，并通过与长安福特、长安铃木、长安马自达的合作与交流，模仿这些合资企业先进的管理方式，逐步总结出一套适合自己的质量管理体系标准与产品质量管理标准。现存于长安汽车研究院内的相关标准就达上千份。

据2011年相关数据统计，长安汽车自有品牌的销量达到100万辆以上，居全国第一，但除去微车，产量依旧不如奇瑞、比亚迪、吉利。其中起步相对晚，车型和产能不如其他几家是主要原因。长安近几年用长安福特、长安铃木等合资品牌带来的利润进行大量研发投入的投入，也拉低了长安集团的整体利润。但奔腾、悦翔等车型的畅销，也让长安汽车在自有品牌方向开始尝到了甜头。另外，如前文所述，长安汽车已经可开发出与合资品牌媲美的发动机，而许多早年通过组装、委外开发等捷径发展的国产汽车企业，现如今自主开发才刚刚起步。长安汽车的关键部件的自主产权开发与创新能力上，在中国早已遥遥领先，稳居第一。