

把文物展开到车轮上

红旗、故宫携手让新中式美学活起来

环球观 第54期

胡沙沙

黑客难防 9万英镑的特斯拉30秒被盗

中国青年报 中国青年网记者 许亚杰

关于过去与未来的关系,往圣先贤留下了很多至理名言,比如你能看到多远的过去,就能看到多远的未来,对未来憧憬的源动力来自对过去历史的无限追溯。

因此,故宫与红旗品牌的牵手显得顺理成章。前者是拥有近600年文化历史传承的中国文化标签,后者是拥有60余年历史的中国汽车长子。今年1月29日,新红旗品牌与故宫博物院举行了合作签约仪式,双方表示将通过战略合作共同打造中国品牌IP,在传承与创新中融合东方美学与现代创新。



在各国汽车工业发展史上,不少脍炙人口的经典车型均带有本国特色文化。当同样极具辨识度的红旗车与故宫博物院擦出火花时,中国汽车业期待着“汽车人”与艺术家、美学大师们对新时代美学的又一次探索。

到今年正月十五首次举办的紫禁城上元之夜,故宫博物院走出了一条从中国优秀传统文化中发掘新养的路子。

故宫现象非常集中地体现了国民消费升级,不仅消费趋于多样性,而且在精神文化消费方面的支出更多了。有业内专家指出,故宫很多做法都是将优秀的传统文化和现代文化创意产业的方法进行互动融合,并且用年轻人喜欢的时尚方式进行活化表达。

值得一提的是,新红旗品牌与故宫博物院的此次合作并非简单的“掏钱赞助”,而是在文化、公益、教育等多个领域展开探索,共同推广富有独特魅力的中国文化。

有分析认为,与故宫的合作有利于红旗从优秀的传统文化中汲取丰厚的营养,挖掘中国文化魅力。中国一汽红旗造型设计院副院长张铭就曾表示:红旗新高尚美学倡导在对中华优秀传统文化的理解基础上,融合现代艺术审美趋势,进而形成新的美学体系。

在各国汽车工业发展史上,不少脍炙人口的经典车型均带有本国特色文化。在中国一汽看来,新红旗品牌不仅要提升工业设计,还要促进中国文化传播,以此与故宫的合作为契机,红旗正在丰富自己的

品牌生态圈,并为品牌年轻化、活力化注入新的强劲动力。

实际上,自从2018年年初在人民大会堂发布新红旗品牌战略和全新品牌形象以来,红旗不断通过各种方式变得更加开放、年轻和包容。

从与李宁合作推出了国潮联名款衣服,到联合出品音乐剧《真爱梁祝》,从亮相央视春晚,到携创新科技登陆CES展等等,新红旗品牌正一点点地颠覆过去的刻板印象,朝着年轻化、市场化和国际化的方向不断前进。

当然,除了好的形象树立和传播,车企最后往往还是要落到扎实的产品层面。以SUV领域为例,红旗接连推出HS5、HS7两款车型,前者定位为家用的5座中型SUV,搭载2.0T发动机,售价18.38万~24.98万元,在红旗传统端庄的基础上融入了大量年轻化元素以贴合现在的消费需求。

HS7作为红旗旗下首款中大型SUV,则定位旗舰车型,搭载3.0L机械增压发动机+8AT变速箱的动力总成,指导价34.98万~45.98万元,不管是在排量还是在价格方面都达到了中国自主品牌新的高度。

值得一提的是,不久前红旗推出首款电动车E-HS3,该车提供两款动力,分别搭载最大功率114kW(155PS)和228kW(310PS)的电动机,匹配容量为52.5kWh的动力电池,续航里程分别为407km和344km,该车的上市标志着红旗正式进军新能源车市场。

新的形象立了起来,新的产品造了出来,接下来需要新的销售渠道。2017年红旗开始独立构建自己的销售服务网络。2018年随着H5的热销,红旗的销售网络在这一年迅速扩张。截至今年8月底,据红旗官网统计,红旗已建成146家体验中心,

覆盖了30个省级区域。这意味着短短两年多时间内,红旗的销售网络已经扩大了将近5倍。

市场的反应也证明了红旗这一系列行动的成功。今年1~8月,一汽红旗累计销量为5.2万辆,同比增长231%。目前,红旗H5及红旗HS5仍是红旗品牌的销量主力,其中红旗H5的月销量已接近4000辆,红旗HS5的销量也在上市4个月突破3000辆。值得一提的是,今年8月红旗销量已突破万辆,跻身月销万辆俱乐部,较去年同期增长203%,环比增长13.8%,实现连续18个月同比增长。

在即将迎来600岁生日的紫禁城,人们很容易在万紫千红展览中得到启发。蒋廷锡的《萱草图扇页》、南宋的《山水芙蓉图》、朱朗的《芝仙祝寿图》、赵孟坚的《墨兰图》等展品无不令人赞叹不已。尽管已时隔数百年,但这些代表着中国古代书画巅峰技艺的作品笔触依然鲜活,它们大多凝结着中国古人最风雅的美。

60年前,第一辆红旗轿车经过工人们一锤一斧的敲打,缓缓驶下生产线的那一瞬间,不仅成为新中国汽车工业艰难起步的历史定格,也成为那个激情燃烧的岁月的缩影。那一年,这片古老的土地上第一次出现了属于中国人自己的高级轿车。

斗转星移,红旗的“红”与故宫的“红”跨越时间的鸿沟连在了一起,这不仅是一次60年与600年的牵手,更是不同时代中国文化的一次奇妙碰撞。有人说,今天的汽车已经不再是一种简单的交通工具,而应该是设计美学、制造工程学与智慧科学的总和。当同样极具辨识度的红旗车与中国传统书画名作擦出火花时,中国汽车业期待着“汽车人”与艺术家、美学大师们对新时代美学的又一次探索。

如何将一块钢板变成一辆汽车

一汽-大众在这些细节破译高品质密码

中国青年报 中国青年网记者 张真齐

想要品尝一卷寿司的味道,其中每一粒米的口感都至关重要,想要衡量一座建筑是否坚固,其中每一片砖瓦的火候都非常关键,同样,想要生产制造出一辆高品质的汽车,那么从一块钢板开始,就要全神贯注将生产环节中的每一个细节都做好。

创享高品质源于对细节的热爱。在一汽-大众长春工厂内,随处可见这句标语。对于细节的专注,成为了一汽-大众28年来广受中国消费者认可和1700万用户信赖的最重要原因。

尽管汽车品质的高与低成为决定驾驶舒适和安全性的最重要因素,但事实上,绝大多数普通消费者无法用肉眼或短时间的驾乘判断出一辆汽车质量的好坏。

为了探寻一汽-大众在品质方面所作的努力和成果,近日,记者来到了一汽-大众长春工厂内进行了为期3天的实地采访和调查。从冲压、焊装、涂装、总装四大车间到全新的整车试验场,从神秘的AC人才选拔体系到复杂的产品质检工程,记者于细节之处领略到一汽-大众产品背后的高品质密码。

把每一块钢板、零件的细节都做好

在很多人看来,相比于汽车这样的钢铁巨兽,一块薄薄的钢板显得很不起眼。但如果将一台汽车纵向切开,就会发现无论是发动机舱、A柱、车门还是后备箱所用的钢板强度和厚度都所有区别,只有将这些高品质的钢板精确结合在一起,才能最终在整车上实现轻量化和高强度化的统一和均衡。

为了真正从源头把控和管理汽车的品质,自被运输进入一汽-大众长春工厂的那一刻开始,包括钢板在内的每一个零部件都有了专属的编号。有了编号后,工人们不仅便于管理这些零部件,还提高了装配和使用过程中的准确性。一汽-大众的车间工程师介绍,通过扫描这些编号,车辆的每个细节都可以追溯和追踪。

想要将一块铁板变成一辆高品质的汽车,进行零部件编号只是生产流程的第一步。在长春工厂的冲压车间里,一汽-大众

采用国际领先的冲压机床和模具,从原料拆垛到上料搬运均采用机器人自动化操作。全自动化的生产工艺,不仅在节约了人力成本,还能更加精准地掌控生产节拍,进一步提升生产效率。

众所周知,冲压的精度会直接决定整车的品质。为了确保冲压件的精密准确,一汽-大众创造了业内独有的6序冲压工艺,对成型、卷边等各个细节都有专业工序。一汽-大众的车间工程师自信地说:相较于其他的企业,一汽-大众的6序冲压工艺会更为复杂,但是成品在细节方面更有优势。

在火花四溅的焊装车间内,一汽-大众采用业界最高的VASS电气标准,装备大量源自国际一线供应商的机器人,实现了焊装车间100%的自动化率。得益于广泛采用激光焊、MAG焊等尖端技术,一汽-大众将钢板与钢板之间传统的“纽扣式”连接升级为“拉链式”贴合,极大提高了车身的连接强度,大幅提升行驶的安全性与舒适性。

同样专注细节的生产精神在一汽-大众长春工厂的涂装车间和总装车间也随处可见。为了兑现3年无锈蚀、12年无锈穿的“高品质承诺”,涂装车间内集成了包括360°翻转电泳工艺、PVC工艺及空腔注蜡工艺等多项高精尖工艺技术。

在总装车间内,一汽-大众采用模块化装配工艺,通过优化生产流程,最终达到64秒装备完成一辆新车的的生产节拍。在提升效率的同时,一汽-大众还对下线车辆100%严苛质检,每一天,由德方和中方工程师组成的奥迪特评审将对已检验合格的产品随机抽检,以更为严格和精确的标准对整车全方位仔细的检查。

打造覆盖全生命周期的质保体系

想要保障产品始终如一的高品质,除了高标准的生产要求和精尖科技手段外,全方位的质保体系同样非常重要。在中国市场近30年的深耕和探索中,一汽-大众建立的一套覆盖产品全生命周期的“全员全过程”质保体系。在一汽-大众质量基本技能培训基地,记者在这里接受了多项技能训练,切身体会到了这套极致严苛的质保标准。

通过转球、提沙袋、绕绳穿绳等一系列看似很简单但操作起来并不容易的热身训练后,记者真切体验到要成为一名质检工程师所需的扎实基本功绝非想象中的简单。

随后,记者在质检部工程师的指导下,挑战在15分钟内对一台刚刚下线的整车找出全部瑕疵。但是15分钟过去了,尽管体验者累得满头大汗,也只完成了对汽车侧面、正面的粗略检测。

事实上,在一汽-大众生产线,这样极具考验的整车检测每天都在上演。据了解,一汽-大众对下线新车进行100%的全方位质检。这就要求所有的质检人员必须具备极为严苛的质保保标准烂熟于胸。一汽-大众总经理办公室公共关系科经理梁梁表示:只有在这样严苛的条件下,一汽-大众才能实现产品品质的不断提升,并树立和强化“全员全过程”的质保意识。

如果说100%的全方位质检是整车品质的第一道保障的话,那么一汽-大众在整车安全、质量检测、匹配分析测量方面的深耕则在汽车出厂后,持续保障着消费者的驾乘安全。

作为第一个海外获得大众集团认证的整车安全试验室,一汽-大众车辆安全中心集先进设施、核心技术及完备试验项目于一体,不仅可进行整车碰撞实验,还能对车身、气囊、安全带等安全性能装备进行实验和分析,确保了一汽-大众各款车型均达C-NCAP五星安全标准。

随后,记者走进了一汽-大众的匹配分析测量间,在这里拥有国内领先的设备和检测,对零件的尺寸和匹配进行精密检测,确保不会出现尺寸偏差、匹配度不够等问题。这里的工作人员都养成了锱铢必较的“较真”性格。正如匹配分析测量间的工程师所言,为了确保车辆每一处的贴合和紧致,所有零部件尺寸公差不能超过0.5毫米、发动机等精密零部件尺寸精度更精确到微米、且力求确保零部件100%合格,正是于细节处始终坚守如此苛刻的标准,一汽-大众成为“高品质”的代名词。

人才培养体系为品质护航

回顾中国汽车行业的发展历史,从上世纪90年代的刚刚起步,到本世纪初的快



近日,一汽-大众汽车试验场在长春落成,它将填补中国汽车产业在整车验证测试领域的空白,并进一步推动一汽-大众产品品质的再度提升。

速发展,再到如今造车新势力和传统车企的碰撞融合,中国汽车行业在各个发展时期都有不同的发展需求和发展机遇。因此想要生产制造一台好车容易,但想要像一汽-大众一样,在28年间一直保持生产制造的高水平绝非一件易事。这不仅需要在生产工艺上的不断传承和创新,还需要在人才培养选拔方面建立持续有效的体系。

在业界,一汽-大众素有“黄浦军校”之称。一汽-大众人力资源部副部长李松梅介绍道,秉承“人人皆可成才,人人努力成才,人人尽其才”的理念,一汽-大众为员工规划了高效的职业发展通道。

李松梅回忆,为了识别员工的领导潜力,一汽-大众还在2003年从德国引进了AC测评。经过10多年本土化内化过程,AC测评成为了一汽-大众科学严谨、公开透明选拔人才的重要标尺。

值得注意的是,AC测评体系还为员工制定了H型职业发展道路,包括行政管理通道和专业技术通道,以此根据不同员工的兴趣和优势进行选择。在人才的管理培训方面,一汽-大众将4个维度的管理人员细分为21个群体,并设计了21套培训方案。技术培训方面,一汽-大众则将数十年的技术积累、工业4.0的前沿知识凝

练为体系课程,推动创新技术转化为生产力。

而行业最佳实践成果E-Lane项目展示,同样给记者留下了深刻印象。目前,一汽-大众首创的提质增效、精益管理的E-Lane模式已正式运用在成都西南基地,助力捷达品牌全新起航。

人才是企业发展的关键。正是得益于独特的人才培养体系,2018年,在多数传统汽车制造商人才流失率达到两位数时,一汽-大众却将该数字控制在2%~3%之间,保证了自身最低程度上的人才流失率。

经过在一汽-大众长春工厂3天的详尽体验和探访后,记者不仅对一块钢板如何变成一辆汽车的过程有了全方位的了解,更对一汽-大众深入细节的品质要求和标准印象深刻。

从高精度、高科技赋能的四大生产工艺到全方位、全覆盖的质检保障,再到人才多方位定制化的培养选拔,一汽-大众已经对于高品质车型的要求融入了生产培训的每一处细节之中。

在梁梁看来,一汽-大众所说的“完美”是一种追求而非状态。对于拥有上万个零部件的汽车而言,只有在每一处细节完成提升,新车品质才能离“完美”更近一步。如今,一汽-大众的故事恰好说明了这一点。

英国脱欧近了 丰田火速暂停当地工厂生产

据路透社报道,因为担心英国脱欧不利于汽车销售,丰田位于德比郡的伯纳斯顿工厂将暂停生产汽车。

英国首相鲍里斯·约翰逊发表声明称,无论最后是否与欧盟达成协议,英国都将在10月31日脱离欧盟。

据悉,丰田的这座工厂对其在英国市场的销量增长作出了不小贡献。但在该工厂生产的14.4万辆汽车中,超过一半的零部件来自欧洲大陆。过去得益于欧盟的政策,汽车零部件运输能及时抵达工厂。但英国脱欧之后,运输时的耽搁可能会对汽车装配造成不利影响。

同时,伯纳斯顿工厂所生产的汽车超过80%都出口至欧盟地区。按照世贸组织的规定,出口汽车要增加10%的关税。因此,相比欧洲其他地区,脱欧后英国生产的汽车将丧失价格优势。

作为汽车出口国,英国汽车行业是脱欧最激烈的反对者之一。曾有多位汽车行业人士警告称,由于关税、边境延误等原因,脱欧后英国的汽车工厂将遭受巨大打击。

全球轻型车测试规程更新 汽车制造商手忙脚乱

据汽车新闻网报道,由于欧盟车型审批法规的变化,汽车制造商销量遭遇打击。

欧盟规定,从9月1日起,所有在欧洲销售的新乘用车必须根据全球统一轻型车测试程序(WLTP)中所更新的参数,对汽车重新进行认证。

大众汽车的商用车部门表示,并不是所有的发动机变速箱都已经通过新的欧盟测试法规认证,本月初只有33%的发动机变速箱型号获得认证。梅赛德斯-奔驰表示,为了按时完成认证测试,该公司位于斯图加特的实验室工作量大幅增加,正在通过三班倒加班加点。(本版照片均为资料图片)

中国青年报 中国青年网记者 程鸿鹤

我们对皮卡市场的发展有很深的理解,随着我国汽车保有量增大,皮卡的普及已经开始从东部经济发达地区,逐步向西部发展。选址重庆,是长城汽车综合考虑后的决定。在长城汽车董事长魏建军看来,得益于政策利好的大背景,皮卡正迎来全新的发展机遇。

2019年6月,国家发改委、生态环境部、商务部联合发布《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案(2019-2020年)》,鼓励有条件的地级及以下城市加快取消皮卡进城限制,充分发挥皮卡客货两用功能。市场随即给出了足以令魏建军兴奋的

反馈。据中国皮卡网统计,今年1~7月皮卡终端销量累计23.05万辆,同比增长10.3%。

近日,长城汽车重庆智慧工厂于重庆竣工投产,全球化乘用车大皮卡“长城炮”随之下线。据长城汽车重庆分公司总经理孟树杰介绍,长城汽车重庆智慧工厂总投资45亿元人民币,占地面积70.8万平方米,建筑面积36.6万平方米,规划产能16万辆,从开工到投产,用时仅14个

月,创造了汽车行业的新速度。据了解,厂区主要规划为冲压、焊装、涂装、总装车间以及内外饰、座椅、底盘等零部件车间和成品库、试车跑道等附属项目,主要生产长城炮系列皮卡、哈弗SUV等车型,并将延伸至新能源领域。

长城汽车将围绕“绿色环保、精益求精”的理念,将重庆工厂打造成为国内乃至全球范围内领先的智慧工厂,为中国制造智能化升级提供值得借鉴的范本。

孟树杰如是说。基于这一理念,长城汽车重庆工厂通过研、产、供、销、人、财、物全面协同的智慧信息系统,建立智慧园区,打造真正的智慧工厂,从根本上实现了“两个智能化”——智能化生产制造和智能化运营管理。

同时,在环保方面,重庆智慧工厂采用VOC排放、COD排放、氨氮排放并行的排放方式,全方位满足排放要求,真正

实现绿色环保。据长城汽车股份有限公司皮卡品牌总经理张佳明介绍,目前,长城皮卡已提出1-2-3战略,即保持国内、出口销量第一;2020年实现年销突破20万辆;2025年全球累计销量突破300万辆。

随着长城炮的推出,长城皮卡将与国际主流皮卡品牌同场竞技,继而改写全球皮卡市场的竞争格局,最终达成“世界前三皮卡品牌”的愿望。

长城皮卡剑指世界前三



近日,长城汽车重庆智慧工厂于重庆竣工投产,全球化乘用车大皮卡“长城炮”随之下线。