

一汽-大众30年：

昔日合资试验田 今朝创新主战场

中青报 中青网记者 许亚杰

如果抛去 一汽-大众 的前缀，长春市汽车产业开发区安庆路5号恐怕不为人知。事实上，这里负责连接着5座基地的上万名员工，也决定着数百万辆新车的命运。公司门口矗立着一座醒目的纪念碑：建设现代化轿车工业基地，似乎还在向人们诉说着那一段激情澎湃的岁月。

1987年7月，国务院作出了建立轿车产业的重大决策。由于刚刚踏上改革开放之路的中国汽车工业既缺少技术，也缺乏资金，与外国公司合资合作成了顺理成章的选择。1987年10月，时任大众汽车集团董事长哈恩博士应时任一汽厂长耿昭忠之邀访问长春，得知一汽已经征地8000亩，准备上马15万辆的国家级轿车项目。

经过几轮商讨后，一汽和大众集团子公司奥迪决定组建3万辆奥迪轿车，作为先导工程；同时引进奥迪100技术生产新红旗轿车；并在1991年正式成立合资公司 一汽-大众。作为我国首个按经济规模起步建设的现代化乘用车企业，它在当时如荒漠一般的安庆路5号拔地而起。

如今，安庆路5号再无荒芜。30年间，一汽-大众累计产销整车超过2200万辆，实现工业总产值3.5万亿元，上缴税金超过5600亿元。从最初的一个品牌一款车型，到如今经营3大品牌、布局5大基地、在销30余款车型、年销200多万辆新车，一汽-大众讲述了一个动人的故事。

质量并进，从试验田变成高产田

一汽-大众为中国汽车工业、东北全面全方位振兴和地方经济社会发展作出了重要贡献，为中德股东双方事业发展作出了突出成绩，创造了中德两国产业长期合作的一段佳话，也树立了全球汽车产业合资合作的成功典范。5月21日，在一汽-大众成立30周年庆典现场，中国第一汽车集团有限公司党委书记、董事长徐留平直言，不论是销量规模，还是经营质量、发展能力，一汽-大众都已位居中国乘用车企业第一位。



30年来，一汽-大众累计产销整车超过2200万辆，实现工业总产值3.5万亿元，上缴税金超过5600亿元，带动产业上下游创造近50万个工作岗位。它不仅见证了中德车市由小到大的腾飞，也试图成为中国汽车工业构建高质量发展新格局的缩影。

罗马不是一天建成的。事实上，安庆路5号不仅见证了中国汽车业的腾飞，也诉说了一段充满勇气、果敢和魄力的创业故事。

一汽-大众今天的成就，离不开历代开拓者、建设者的辛苦付出和无私奉献，是他们用青春、智慧和汗水铸就了一汽-大众的丰碑。一汽-大众党委书记、董事、总经理潘占福向公司前辈深情致敬。

在他看来，经过全体中外员工的奋力拼搏，一汽-大众从一株幼苗长成参天大树，赢得了超过2200万名用户的信赖，是他们用青春、智慧和汗水铸就了一汽-大众的丰碑。一汽-大众党委书记、董事、总经理潘占福向公司前辈深情致敬。

在汽车行业一直有一个形象的比喻：卡车是小学水平，轿车是大学水平。一起起步便拿出年产15万辆规模大手笔的一汽-大众曾遭遇不少困难。

改革开放伊始，从国家经济体制改革到成立合资公司引进国外资金、先进技术，中国汽车业发展进入了最为精彩、也最为惊心动魄的阶段。建设年产15万辆的轿车合资企业，这在新中国工业史上尚无先例，因此一汽-大众被视为 合资试验田，也曾遇到不少困难和阻力，有些人对其怀疑观望态度。

刚开始，由于种种原因，国内汽车合资企业处境并不理想，吉普风波 标致撤资 接连发生。穷相争，饿相嚷，从上海大众到一汽-大众再到神龙汽车，没有一家合资企业不是在坎坷中坚持着。

合资企业被认为是世界上最难经营的企业。难就难在如何统一合资双方的意见，拧成一股绳去争取企业的最大成功。作为一汽-大众首任总经理，林敢为回忆说，从1995年国内市场逐渐升温后，一汽-大众按经济规模建设的决策得到了回报。仅仅9年后，一汽-大众就收回了投资。

回望过去，大众汽车集团当年作出了最明智的决定，找到绝佳的合作伙伴中国一汽。5月21日晚，在一汽-大众成立30周年庆典上，95岁的哈恩以视频方式遥寄祝福。

创业期的一汽-大众就像蹒跚学步的婴孩，又像是一步入大学校园的小学生。当时大家都有同样的感受，那就是要学习的东西太多了，从体系到管理，从质量到技术。有一汽-大众老员工向记者回忆说，那时候的青年就像铆足了劲儿的运动员，总是想着如何克服一切向前冲。

30年来，追随中国改革开放的步伐，分享中国汽车市场高速发展的历史机遇，中德双方同心同向全面加强合作，全力服务中国市场和中国消费者，致力于打造领先产品、领先技术和领先品质，携手将一汽-大众建设成为中国最优秀的合资合作汽车企业。徐留平表示，面对产业变革，一汽-大众要顺应时代趋势，积极启动电动化、数字化领域的探索。



在一汽-大众成立30周年庆典现场，中国第一汽车集团有限公司党委书记、董事长徐留平直言，不论是销量规模，还是经营质量、发展能力，一汽-大众都已位居中国乘用车企业第一位。



在一汽-大众成立30周年庆典现场，一汽-大众党委书记、董事、总经理潘占福(左)与一汽-大众第一(财务)副总经理施安德共同致主礼词。

向创新要潜能，跑出高质量发展加速度

除了吉林省、长春市政府领导的现场道贺，大众汽车集团管理董事会主席迪斯博士、奥迪汽车股份公司管理董事会主席杜思曼的视频致辞，在通往一汽-大众成立30周年庆典会场的路上，一字排开的功勋车型和新车型仿佛正面对面说着什么。人们很容易在它们中间找到那些像军功章一样的拳头产品。

从屡创纪录、把皮实耐用刻在脸上的捷达，到打响中国豪华车市场 第一枪的奥迪200；从创下 神车 传说的速腾、高尔夫家族，到志在引领电动车新浪潮的ID.4 CROZZ……30年来，一汽-大众为广大用户奉上了一款款经典车型，经得起市场和时间的检阅。

回望30年来路，这块昔日中国合资企业的 试验田 已结出了累累硕果。

2020年，一汽-大众成为国内唯一一家产销均突破200万辆的乘用车企业。而如今，中国在新能源、智能互联技术领域走在了全球前列，被视为 最新研发成果的陈列室，一汽-大众也有志于成为中国汽车工业构建高质量发展新格局的一个缩影。

徐留平表示，当前，中国已开启全面建设社会主义现代化国家新征程，作为全球容量最大、增量最大和潜力最大的汽车市场，中国的发展前景更加灿烂，汽车产业作为中国支柱产业中的地位作用更加重要，一汽-大众作为中德双方股东最重要的事业板块之一，其战略地位更加凸显。我们坚信，拥有时代之势、产业之势、合作之势的一汽-大众必将乘势而上，再展宏图。

当前，汽车产业正处于百年未有之大变局，机遇与挑战并存。潘占福坦言，面对新时代发展态势和竞争格局，一汽-大众将积极响应国家十四五规划与2035年远景目标的号召，承接双方股东战略，主动拥抱产业变革浪潮。

在他看来，所谓 坚持以用户为中心，就是要以质量为前提，创新求变，推动绿色高效益转型增长，力求将电动化、数字化打造成我们真正的核心竞争力，不断为用户打造超越期待的高品质出行体验。他同时强调说，一汽-大众将持续与员工共创共享，提升员工幸福感，服务中国汽车产业未来发展。

一汽-大众第一(财务)副总经理施安德介绍说，在节能减排的时代背景下，一汽-大众将加速新能源产品布局，构建企业新的竞争优势，为用户创造超越期待的绿色出行生活。

据透露，一汽-大众正不断完善绿色工厂的建设。2020年，一汽-大众二氧化碳碳排放同比2015年下降36%，佛山华南基地实现了MEB车型生产100%使用绿色电力。

1980年，林敢为带队去美国接受培训。下飞机后，他们看到了当地川流不息的车流，再看到工厂自动化生产线上鱼贯而出的新车，不少人自言自语，怎么会有这么多汽车？汽车生产怎么能这样先进？

如今，汽车早已飞进寻常百姓家，中国的一些汽车厂也被评为 全世界最先进的工厂。这样的对比既让人觉得不可思议，也让人备感自豪。

历史因铭记而永恒，精神因传承而不灭。我们将继承前辈们的开拓与奋斗精神。潘占福说，面向崭新未来，一汽-大众将加速推动高效益转型增长，在电动化、数字化的浪潮中，在时代发展的高速路上加速前行，持续领航。

毫无疑问，这将是一个更富想象力的故事。

中青报 中青网记者 许亚杰

打开任意一个导航软件你就会发现，由高速公路、国道、省道等构成的公路网犹如一根根大动脉和毛细血管，织成了一张绵密的交通、物流网络。

据统计，截至2020年年底，我国公路总里程519.81万公里，其中高速公路里程16.1万公里。2020年全国公路完成营业性货运量342.64亿吨，货物周转量60171.85亿吨公里。

而在一辆辆商用车顺利抵达目的地的背后，可能是一座工厂解决了原材料短缺的燃眉之急，也可能是万家庭如期收到快递包裹的喜悦。某电子商务平台负责人就曾总结说：安全、通畅的物流是走向数字经济时代的基础设施，也是社会的血管。

《中国商用汽车产业发展报告(2020)》分析称，我国商用车年产销规模超过400万辆，商用车产业正处在从高速增长向高质量发展转变的重要阶段，未来十年将呈现出市场集中度不断提升，产品升级、专业化和多元化发展等趋势。

如何走好这一趟又一趟的颠簸货运路，既是3000多万卡车司机和他们家庭日夜牵挂的事，也是中国商用车企业的终极考题。

在史上最严排放法规面前挑起重任

按照规定，从今年7月1日起，国内所有生产、进口、销售和登记注册的重型柴油车将全部实行国六排放标准。这意味着公路上常见的重型半挂牵引车、载货车、自卸车都将迎接 史上最严排放法规 的考验。

然而，离这个最后交卷的日子越近，杨鹏越感到如释重负。作为东风商用车动力总成事业部总经理，他肩上的担子可想而知。

从负责发动机、变速箱供应商质量管理及制造环节质量控制，到发动机生产许可以及新项目的成本收益管控，他已经数不清自己和同事为国六排放标准奋战了多少个日夜。

与国五排放标准相比，国六要严格得多，两者几乎是质的差异。当然，国六所考核到技术指标也更符合实际情况。杨鹏笑着告诉记者，团队内大家都说，为打造满足国六排放标准的商用车动力总成而奋斗，既是履行东风作为央企的社会责任，同时也能让产品的竞争力进一步提升。

目前，国内不少城市的市内物流车、环卫车已经完成电动化，但由于行驶距离长、使用环境更复杂等原因，从事长途运输的商用车还是以传统燃油车为主。杨鹏分析说，正因如此，满足国六排放标准对于节能减排，早日实现 碳达峰、碳中和 而意义重大。

商用车创新接力赛打通物流血管



有分析显示，我国商用车年产销规模超过400万辆，商用车产业正处在从高速增长向高质量发展转变的重要阶段。图为东风商用车新车下线。

技术升级。但令人欣慰的是，中国车企均顶着巨大的研发和成本压力积极推进技术升级，很多整车企业都选择跨过国六a标准，直接升级到国六b。

在今年上海国际车展前夜的发布会上，东风商用车动力总成品牌 龙擎 推出了4款发动机和两款变速箱，排量涵盖5L-13L，均可直接满足国六b排放标准。在致力于成为 最可靠的动力解决方案提供者 目标背后，是一支平均年龄仅30岁左右的工程技术团队。在东风商用车技术中心和动力总成事业部，他们包揽了几乎所有满足国六排放标准的技术难题。

在大变局中擦亮 自主这块金字招牌

人们总说，在鄂西北的崇山峻岭之中诞生的东风，有着一股特殊的精神。上世纪60年代，国家汽车工业谋划者出于战备需要，想要寻找 靠山、分散、隐蔽 之地，筹备 第二汽车制造厂，也就是东风汽车厂的前身。山地占国土面积92%的十堰成功入选。二汽创业之初，新中国的第一代汽车创业者挂上马灯，在芦席棚里制造汽车。

随着东风汽车产业链条不断延伸，数百万辆挂着 双飞燕 标识的汽车从这里驶向全国。当年，我们这儿年轻人的理想就是，先读汽车学校，再到东风公司工作。有年长的十堰本地人回忆说。后来，由于市场竞争不断加剧以及地处山区的众多制约因素，东风汽车公司总部和一批配套企业相继撤离。而作为东风的长子，东风商用车便成了东风事业发展

和十堰基地的 压舱石。如今，组织 两代汽车制造业工人对话 是东风商用车党委工作部部长贾向华的重要工作之一。

他感慨说：汽车已经大变样，新一代汽车人会更有用武之地。当然，老同志也有发光、发热，值得年轻人学习的地方。

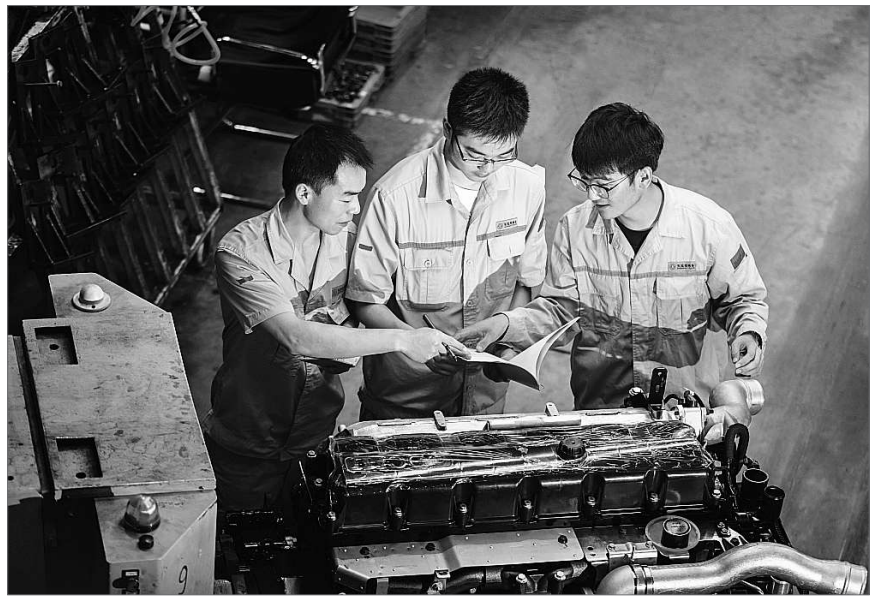
在与青年员工交流的过程中贾向华发现，现在的95后、00后新员工不仅关心个人前途，更关注汽车产业转型升级的发展蓝图。

现在的孩子眼界更开阔，同时也更加自信，更乐于表达自己的意见。一个明显的对比是，以前贾向华完成培训后提问者寥寥，但现在培训会结束后还有不少年轻人跑来找他追问。

尽管制造业的发展牵涉到方方面面的要素，但人的要素无疑起到关键的决定性作用。当中国开启从制造大国迈向制造强国的新征程，让 中国制造 实现高质量发展的接力棒自然交到了这代青年手中。要让制造业变得有魅力，既要有薪酬保障，也要为员工建设好精神家园。贾向华分析说，归根到底，只有企业竞争力强、经营状况好，才能对青年人产生吸引力。

实际上，个人价值与集体价值完全可以实现良性循环。以安全生产为例，从去年开始，东风商用车党员带头践行 安全零违章。

做可靠人，造可靠车 是我们的企业文化。从戴好安全帽、正确使用劳保用品这样的小事做起，党员在各个车间发挥了模范带头作用。接下来我们要实现党



在致力于成为 最可靠的动力解决方案提供者 目标背后，是一支平均年龄仅30岁左右的工程技术团队。在东风商用车技术中心和动力总成事业部，他们包揽了几乎所有满足国六排放标准的技术难题。

员、团员积极分子零违章，到2022年实现全员零违章。他说，发挥党建优势、落实党建责任、抓党建促落实，推动党建工作与生产经营深度融合，是建设一流商用车企业的一大法宝。

让人感到欣慰的是，在2020年新冠肺炎疫情带来的巨大挑战中，公司党员也做到了 关键时刻顶得上、立得住。据介绍，由于新冠肺炎疫情，去年2月东风商用车曾停摆40多天，但全年销量却达到22.1万辆，创历史新高。

在贾向华看来，公司之所以能从史无前例的新冠肺炎疫情大考中挺过来，54支跨支部党员先锋队 功不可没。最开始复工复产的时候，只有59%的员工复工，但他们却完成了96%的生产任务，其中绝大部分是党员和青年员工。

无论外部环境如何变迁，东风商用车始终坚持着 一切源于可靠 的品牌承诺，把可靠的商品和服务送达给天南地北的卡友。东风商用车品牌与传播部部长李露坦言，一代代东风人对品质的坚守，让东风商用车赢得了超过600万卡车司机的信赖。

对于商用车用户来说，一辆车的好坏、油耗高低，不仅直接影响经营质量，更与每一次出车的安全息息相关。

我刚入行就从老一辈卡车人口中得知，东风车是军工品质，可靠！于是，当我要买第一辆属于自己的卡车时，毫不犹豫地选了东风天龙。宁夏90后东风卡友海宗鹏告诉记者，重型卡车对车辆的动力性能、经济性能、售后服务和安全环保都有着非常高的要求，东风天龙满足了我的这些要求，而且它的驾驶室也十分宽

敞、舒适。

在漫漫货运路上，他希望汽车不再是台冷冰冰的机器，而是可以通过越来越智能化的技术，让驾驶更安全，让人车互动 更亲密、更有趣。

在百年未有之大变局中，中国自主品牌商用车亟须开辟新的市场增长点。尤其是随着中国进入以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，自主品牌商用车如何持续提高产品品质，擦亮品牌价值 成为各界关注的话题。

过去，超过600万辆搭载双飞燕的东风品牌商用车行驶在大江南北，帮助千家万户实现了脱贫致富的梦想。如今，面对复杂的市场形势，我们更要擦亮自主这块金字招牌，并通过不断的技术创新为用户打造更可靠、更智能、更节能的产品，端出更多面向未来的技术品牌。李露如是说。

从开门造车到智慧物流 自主品牌要继续唱主角

事实上，由于创新资源掌控得较好、较早市场上完成了品牌传播，我国商用车市场已经形成了 自主品牌唱主角儿 的创新竞争结构。有数据显示，在国内商用车市场，自主品牌已多年占据90%以上的市场份额。

然而，主角儿 也意味着更多的责任和担当。中国贸促会汽车行业分会副会长杨琳曾表示，新一轮商用车技术创新热潮已经出现，智能化技术将是未来高端商用车市场竞争的关键赛道，这甚至关系到商用车企业在未来的新环境下，究竟能在产业

链条中处于何种地位。

为了打造世界领先的创新型车企，中国商用车企业无疑要扮演更重要的角色。今天，我们仍要从 马灯精神 中汲取营养，在平凡的工作中演绎新时代不平凡的奋斗色彩。东风商用车技术中心副中心长张衡感慨说，如今，汽车研发、制造的环境发生了天翻地覆的变化，但身上的那股 敢于从无到有的劲儿不能丢。

在张衡所在的部门，研发人员多达1750人，同样是30多岁的青年作为 主力军。他告诉记者，在研究智能网联、电控开发等新兴技术的部门，研发人员平均年龄还不到30岁。

90后、00后都是很能拼的一代。张衡回忆说，不久前研发团队要攻克一款发动机控制系统的技术难关，很多90后、95后工程师在台架排队进行实验，寻找和验证技术路线。

因为实验太多，有时候大家会排队到凌晨两点。但没有人有打退堂鼓。张衡还记得一位90后工程师告诉他的话，他说，如果能有这么一次机会突破 卡脖子 技术难关，打破国外多年的技术垄断，那将是一件值得骄傲很长时间的特殊记忆。

张衡发现，今天的年轻人不仅更有民族自豪感和国家认同感，也深刻理解了 把核心技术牢牢掌握在自己手中 的道理。

事实上，从无人驾驶商用车赋能无人化智慧物流，打造智慧物流、智慧港口；到通过燃料电池商用车推广助力环保 商用车已经在各项国家战略中找到了自己的角色。

今年2月，中共中央、国务院印发《国家综合立体交通网规划纲要(2021-2050年)》，预计到2035年，国家综合立体交通网实际线网总规模合计70万公里左右(不含国际陆路通道境外段、空中及海上航路、邮路里程)。

此外，为了加快发展智慧物流，相关部门和各地政府积极推进货物管理、运输服务、场站设施等数字化升级。在新兴技术和智能化设备的帮助下，仓储、运输、分拣配送等物流环节的自动化、智能化水平也将不断提高。

正如杨琳所说，商用车企业智能化技术的快速发展和应用必将催生商用车新业态，重塑新的生态环境，推动行业全面转型。

在东风商用车与中远海运、中国移动联合打造的厦门5G港口6辆无人驾驶集卡已于2020年9月完成交付，并实现编组运营。它们可实现限定区域内L4级自动驾驶，这意味着港口向更安全、效率更高、24小时不间断的智慧物流更进一步。

张衡畅想说：从集装箱卸船到送至客户手中，不同型号的无人驾驶商用车可以接力完成运送。当然，这样一只集装箱的奇妙旅程，背后是中国汽车、港口和通信运营商的接力式创新。

创新不止于实验室，而要开门造车，与商业模式创新生产协同效应。张衡总结说，做大做强自主品牌就是我们的光荣事业，大家总是很有自豪感。