

# 当好大学生逐梦路上“第一座充电站” 助力青年成长 车企如何念好“人才经”

中青报·中青网记者 许亚杰

尽管临近期末，但为了备战2024赛季中国大学生方程式系列赛事，项宇和队友们仍在校内外不停忙碌着。参加这项赛事的大学生车队需要设计、制造、调试一台电动方程式赛车，用实际行动践行自己的汽车梦。在去年的比赛中，北京理工大学BITFSAE方程式车队斩获了优秀内容组织奖。

作为带领车队迎战2024赛季的新任队长，项宇需要与70多名队友通力协作，迎接工程实践、工程管理、商业营销、成本控制以及招商宣传等各个环节的挑战，让他们的赛车在明年秋天驰骋在赛道上。

尽管前路漫漫，但好在项宇和队友们并不感觉孤单。据了解，中国大学生方程式系列赛事已累计为我国汽车产业输送超过4万名专业人才，由参赛大学生独立设计的赛车累计多达1600余台，由他们撰写的技术论文累计超过1万篇。从中国大学生方程式系列赛事走出的优秀大学生车队，已出国参赛60场次，获得35项相关国际奖项。

作为现代工业皇冠上的“明珠”，汽车业被认为最能体现国家制造业的实力，创造了大量的就业机会。《2023年汽车产业人才发展报告》显示，今年1-7月，汽车行业招聘需求同比增长6%；新能源汽车业务领域的求职人数同比增长35%，高于招聘职位数18%的同比增速。

另有统计数据显示，2024届全国普通高校毕业生规模预计将达到1179万人，同比增加21万人，“稳就业”任务仍然艰巨繁重。随着各种因素交织在一起，无论是推动高校毕业生就业创业，还是提升人才培养水平、促进产业高质量发展，人们都对汽车业提出了更高要求和更新期待。

面对种种新挑战，这些拒绝在赛道上躺平的大学生加大马力。在追逐赛车梦想的道路，他们与热爱并肩，砥砺前行，这与刚刚度过“20岁生日”、正在加速新能源汽车转型的东风日产不谋而合。

## 东风日产要成为高校青年的“梦想合伙人”

作为专为青年大学生打造的顶级赛



在2023赛季中国大学生方程式系列赛事中，华南理工大学Formax方程式车队获得总分第三名的好成绩。图为比赛期间，队员们在紧张地调试赛车。

事，中国大学生方程式系列赛事培养了一批又一批行业所需的创新型人才。每一张设计图纸、每一颗被拧紧的螺丝、每一件被汗水浸湿的队服，成为一届又一届参赛大学生的共同记忆。

“作为专为青年大学生打造的顶级赛事，中国大学生方程式培养了一批又一批行业所需的创新型人才。”中国大学生方程式系列赛事联合创始人、中国汽车工程学会专务秘书长闫建来介绍说，在历年的参赛学生中，“通过比赛找到工作”的故事屡见不鲜。通过大赛培养适用型汽车人才，反哺汽车产业发展的效应还在持续放大。

“与大部分大学生社团不同，我们车队更像一支创业团队。”项宇告诉记者，从底盘调校和传动性能，到研究电气、电控，再到为了优化赛车空气动力而修改的设计细节……正向开发一台电动方程式赛车是一项极为复杂的工程。因此，无论是刚刚加入车队的实习生“菜鸟”，还是悉心提出指导建议的研究生“前辈”，每位成员都保持着强劲的自我驱动力。

如何通过迭代优化激发出赛车更强的性能？怎样在实现赛车最优性能的同时控制成本？面对愈发靠近产业前沿的竞技项

目、愈发复杂的造车流程，参赛车队无不希望得到更多支持。

记者了解到，在今年的中国大学生方程式系列赛事中，有车企拿出真金白银支持大学生“造车”，还有车企安排了实习参观活动……其中，东风日产冠名赞助了北京理工大学BITFSAE方程式车队、华南理工大学Formax方程式车队。

在不少参赛大学生看来，来自企业的帮助就像逐梦路上的“第一座充电站”，让他们得以深入了解新能源汽车行业发展脉络，朝着目标如饥似渴地学习。于是，不仅赛事技术水平显著提升，同学们的学习热情也水涨船高，干劲儿更足。

项宇介绍说，得益于东风日产的资金赞助，车队在加工重要零部件时，可以选用更高质量的材料，提高赛车的性能和可靠性。“这对我们提升比赛成绩来说十分重要。”

“在东风日产的帮助下，我们有了更多的外出测试机会。同时，在车队设备、零部件加工和购买时，大家都觉得心里更有底气了。尤其是在打造方程式赛车时，我们终于用上了性能更好的零部件进行制造。”华南理工大学Formax方程式车队的一位队员表示，除了提供资金赞助，东风



青年人才的就业选择，既能反映行业景气程度，也能反映出企业的创富能力和创新能力。图为东风日产“创造NI的热爱”走进高校系列活动的现场。



中国大学生方程式系列赛事已累计为我国汽车产业输送超过4万名专业人才。图为北京理工大学BITFSAE方程式车队在去年的比赛中获得优秀内容组织奖。

日产还在技术交流、社团宣传和招新等方面提供了实实在在的助力。

她回忆说，东风日产在华南理工大学校园内举办的“创造NI的热爱”主题活动，用实际行动为车队制造了一波流量和曝光度，显著提升了车队名气。

值得一提的是，除了连续两年冠名高校方程式车队，东风日产还携手中国青年创新创业基金会、网易新闻，再次启动走进大学校园公益IP——“创造NI的热爱”。

从2015年开始，东风日产坚持与高校青年展开对话，邀请各界杰出青年导师和社会专业机构走进校园，与大学生共话青春热门话题，当好他们逐梦路上的“第一座充电站”。

“连续多年的高校IP活动，让东风日产成为高校青年的‘梦想合伙人’。未来，东风日产将继续致力于这一事业。我们要为大学生提供从想象到动手、从设计到组装、从模拟到测试的圆梦舞台。”东风日产相关负责人表示，日产GT-R和Z系列跑车一直为人津津乐道，东风日产要以76年电驱化技术沉淀的赛道基因作为养分，发挥专业性、实操性、创造性上多维激发高校青年的赛车潜力。

据介绍，“创造NI的热爱”系列线下活动已落地武汉理工大学、华南理工大学和北京理工大学。大学教授、世界冠军、新生代赛车手等青年嘉宾现身说法，面对面讲述自己“如何面对每一个人生选择、如何让热爱找对方向”的故事，并与现场大学生坦诚交流。

在北京理工大学的那场活动中，短道速滑世界冠军韩天宇、青年科研工作者徐颖的分享引发了现场大学生的共鸣。项宇回忆说，“打开自己的视野，不被眼前的困难所吓倒”，是整场活动让他印象最深的一句话。

“对于我们这些还没走出象牙塔的大学生来说，物质保障与精神力量都是不可或缺的。”他认为，参加大学生方程式系列赛事，让车队队员们学到了不少书本以外的知识和经验；而“创造NI的热爱”系列线下活动的分享和讨论，则让不少现场观众收获了勇敢前行的能量。

## 青年创新人才是企业转型的内生动力

高校毕业生就业工作事关高质量发展、民生福祉和社会稳定。汽车行业吸引了大量的青年投身岗位，而新的就业形势也期待更多车企发挥中流砥柱的作用。值得注意的是，由于近年来全球汽车产业变革持续推进，人才需求发生显著变化，汽车人才供需存在一定的错位现象。

《智能网联汽车产业人才需求预测报告》显示，2025年，我国智能网联汽车技术人才的存量预计为7.2万人，届时该领域的人才缺口最高可达3.7万人。《制造业人才发展规划指南》则预测称，到2025年，我国新能源汽车人才缺口将达103万人。

作为造车经验和技能积累都十分丰富的合资品牌，成立20年以来，东风日产始终坚守前瞻技术研发。近年来，东风日产在智能化、电动化道路上不断前行，人才培养水平和研发实力持续提升。今年6月，在庆祝成立20周年的活动上，东风日产发布“再创业计划”，表示将立稳新能源汽车转型方向不动摇，牢牢占据核心技术的高地。

据了解，东风日产将继续保持并拓宽多赛道技术路线，在燃油、纯电、油电混

合三大动力路径齐头并进，同时推进智能驾驶、智能动力、智能互联技术的升级迭代。在体系建设上，东风日产不断增强自主研发能力，加速落地化技术落地。同时，东风日产还将持续提升智能制造能力、供应链的抗风险能力和销售服务渠道的实力。

在11月举办的2023广州国际车展上，东风汽车有限公司副总裁、东风日产乘用车公司总经理山口武表示，新能源转型是东风日产向上而行的必由之路。

“作为助力新战略目标达成的中坚力量，东风日产坚定‘在中国，为中国，向世界’的信念，锻造强大的体系能力，全力为新能源而战。”他透露说，未来3年，东风日产将投放本土开发的纯电动汽车10款，新车包括轿车和SUV小型车、MPV等多样化车型，动力涵盖纯电和混动，首款新车将在2024年投放市场。

正如东风汽车集团有限公司党委常委、副总经理，东风汽车有限公司执行副总裁陈昊所说，东风日产成立20年以来的成就历历在目，在未来，更应该努力构建“人·车·生活”智慧生态圈，在合资2.0时代走出自己的合资企业发展之路。

在不久前闭幕的“东风汽车有限公司新战略发布会”上，东风日产未来整车出口和技术创新的轨迹逐渐清晰。有业内专家分析称，合资车企的开放合作，证明了合资模式已进入2.0时代。作为合资车企优秀代表的东风日产，已具备从研发到生产到营销，逐步拓展全球的能力。

东风日产相关负责人表示，通过教育公益、乡村振兴、低碳化改造等举措，东风日产将持续巩固责任体系，践行“共创价值、共谋福祉”的企业使命，推动全行业可持续发展。

华南理工大学Formax方程式车队的一位队员告诉记者，许多从车队中成长起来的学长、学姐后来成功入职东风日产，每年比赛期间还会自发地为母校车队出谋划策。

“这或许就是车队精神传承的最好体现，也让我们明确了自己的职业规划。”她透露说，尽管竞争压力较大，但有意愿入职车企的队员仍然人数众多。

从“寻找未知的自己”到“敢为更好的自己”再到“创造NI的热爱”，东风日产走进大学校园公益IP持续迭代进化，与时代同频，与青年共振……9年来，东风日产始终坚守为青年学子提供发声、展示和实现梦想的舞台，以实际行动支持青年圆梦。

对于正在迈入“合资2.0时代”的东风日产来说，搭建青年学子与社会沟通的桥梁，既是企业初心与社会责任的体现，同时也将为汽车业技术创新、产业升级带来更多青春活力和创新动力。

# 技术、产品、市场多维快速发展，长安汽车正全面向新



长安启源A07



深蓝S7

当前，以电动化、智能化、网联化、共享化为特征的“新四化”浪潮正深刻改变着汽车行业的貌。在这种情况下，各国汽车产业都在把握新发展机遇，积极探索新技术，新四化为汽车未来的发展带来了全新机遇。

作为自主品牌中的领军企业之一，长安汽车在近年来的发展过程中，紧紧把握产业发展的脉搏，不断在核心的领域进行积累和深耕，取得了一系列行业瞩目的成果。

能够于竞争异常激烈的当下，持续在市场中保持前列，这不仅体现了长安汽车的实力，更是企业整体快速发展的最好注脚。可以说，长安汽车接连落地的一系列成果布局，全方位展示其向智能低碳出行科技型企业转型，向世界一流汽车品牌迈进的宏伟决心。

## 创新技术成为品牌护城河

回顾近两年的全球汽车市场，新能源汽车无疑是毫无争议的关键词。随着产品丰富、配套设施完善和用户接受度提升，2022年，新能源汽车全年销量同比增长了93.4%。据中国电动汽车百人会预测，到2030年，中国新能源汽车的市

场渗透率将达到50%。

基于对于汽车市场发展的研判和对中国市场的深刻洞察，早在2017年10月，长安汽车就对外发布了新能源战略——“香格里拉”计划，成为最早一批全面向新能源赛道迈进的自主品牌。

正是在“香格里拉”计划的指导下，长安汽车深耕“三电”核心技术，其核心零部件自主可控步入新的阶段。“七合一”超集电驱、“七合一”智能整车域控制器、微核高频脉冲加热等技术实现首发，处于领先水平。

如今，面对更加明晰的新能源发展浪潮，长安汽车在新产品和新技术领域再次发挥了“领头羊”的作用。在前不久刚刚落幕的广州国际车展上，针对当下用户出行场景中遭遇的里程、补能、安全等因素限制，长安汽车发布了电池品牌“金钟罩”，引来了广泛的关注。

一方面长安汽车对现有液态电池（包括磷酸铁锂、三元电池等），进行材料改性、体系优化等技术攻关，不断提升电池能量密度，充电倍率做到应用3C，普及5C，预研7C，最快可实现充电7分钟，续航400公里。

另一方面，长安力争在半固态、固态电池领域实现技术突破：深耕半固态、固态电池的全新

电解质材料开发、关键工艺开发。

此外，长安还将加大在新型电池领域的技术探索，大力度开展锂电池、金属电池等新型电池的原型电芯设计。

在长安“金钟罩”品牌发布仅一周后，“金钟罩”旗下首款标准电芯即于时代长安工厂正式下线。业内人士普遍认为，首款标准电芯的下线，代表长安汽车以创新科技为用户打造更美好出行方式的初衷，更代表着长安汽车持续探索新能源汽车高质量发展之路的决心。

事实上，除了加大企业内部的研发投入力度外，长安汽车还在积极扩大“朋友圈”，与更多走在行业前沿的企业一同为中国汽车产业不断贡献自己的力量。

11月25日，长安汽车与华为在深圳签署《投资合作备忘录》，华为拟成立一家新公司，聚焦智能网联汽车智能驾驶系统及增量部件的研发、生产、销售和服务，其智能汽车解决方案业务的核心技术和资源将整合至新公司。长安汽车及其关联方将以投资的方式获取新公司股权，持股比例不超过40%。

这将进一步加深双方的绑定关系，成为利益共同体。华为在智能驾驶解决方案、智能座舱、智能汽车数字平台等方面的诸多技术优势，也将

成为长安汽车的技术优势，助力长安在智能电动汽车领域进一步升级迭代。

无论是推出“金钟罩”这样的“内修”还是与华为、蔚来等企业之间合作的“外延”，都表明长安汽车深知“只有科技站得稳，产业转型才能走得远”的道理。如今，当汽车与高质量发展相连接时，中国汽车无疑要肩负更重大的现实任务和使命，长安汽车也正用创新技术筑牢品牌的护城河。

## 国内国外市场“两开花”

今年1-11月，长安汽车自主新能源品牌突破40万辆，销量达414679辆，同比增长85.3%，新能源车销量持续攀升。出色销量数据的背后，是长安启源、深蓝汽车、阿维塔等品牌的快速发展，更是长安汽车国内、国外市场齐发力一个缩影。

其中，长安启源作为长安汽车向数智汽车时代转型的承载，在品牌发布仅4个月的时间里，已上市A07、A05两款产品，启源Q05已开启预售，启源A06也将于年底推出。

长安汽车旗下另一王牌深蓝汽车的表现同样

突出。深蓝S7自6月份上市以来凭借卓越的产品力保持良好的销售势头，另一款产品SL03于8月底进行了改款升级。截至今年9月，深蓝汽车累计销量突破10万辆，用时仅10余个月，刷新自主新能源品牌十万辆新速度。

与此同时，助力长安汽车品牌向上的阿维塔也正在发力，阿维塔11鸿蒙版在今年8月份正式上市，7天大定订单突破5000台；阿维塔12在今年11月上市以来，仅用6天时间，大定便突破1.5万台，销量领跑国内高端新能源车市场，展现出强劲的实力。

身为一家定位于“向世界级汽车品牌迈进”的企业，长安汽车的脚步不仅停留在了国内。11月27日，在长安汽车东南亚发布会上，长安汽车清晰描绘东南亚“出海”新图景。

按照规划，长安汽车将通过“本地化”运营，快速融入泰国，实现从品牌建立，到研、产、供、销、服一体化的全体系出海，通过重新定义中国汽车品牌出海新标准，实现“产品出海”转向“品牌出海”，跃迁“中国汽车出海4.0时代”。

尤为要注意的是，目前长安汽车在全球设立了73家分子公司、22个工厂，产品远销63个国家和地区。并与1100余家全球供应商和9300余家全球经销商建立了伙伴关系，致力于成为全球一流汽车品牌。

长安汽车还在中国、美国、德国、英国、日本、意大利构建起“六国十地”全球研发布局，已成立16个技术研究、产品开发中心，17家科技公司，拥有来自全球30个国家、共计1.8万余人的工程技术团队……毫无疑问，全球化的长安汽车正在快速发展。

从1862年成立的上海洋炮局，到1984年正式进军汽车领域；从1995年产出第一款微型两厢车奥拓，到2017年启动第三次创业，再到如今密集的成果逐一落地……如今在技术、产品、市场等多维快速发展的长安汽车，正全面向新。相信长安汽车将持续开辟发展新领域、新赛道，不断塑造发展新动能、新优势，向着世界级汽车品牌目标勇毅前行。



长安新能源技术