



## 加快建设现代汽车产业体系

# 谱写新时代国企高质量发展的一汽篇章

党的二十大报告提出“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴”的使命任务，为汽车产业转型升级和高质量发展提供了重要遵循。中国一汽以推动高质量发展为主题、以深化供给侧结构性改革为主线，坚定不移做强实体经济，奋力开创新时代中国式汽车产业发展新道路，为强大中国汽车产业、建设制造强国作出应有贡献。

### 把握质与量的辩证法 风景这边独好

中国一汽心怀“国之大者”，掌控关键核心技术、树立民族汽车品牌、打造世界一流企业，加快构建现代汽车产业体系，为发展壮大实体经济、增强综合国力、增进民生福祉展现新时代央企的产业担当。

落实高质量发展要求，以数量为基础、质量为目标。从数据看，中国一汽实现了“逆市上扬”的加速度。2020年，中国一汽“逆市上扬”，全年实现整车销量370.6万辆，同比增长7.1%，增速优于行业9个百分点，实现营业收入6960亿元。2021年，中国一汽经营效益创“十三五”以来历史新高，是自1953年建厂以来营收首次突破7000亿元，居全国制造业企业第2位。当年，一汽-大众销量为185.8万辆，继续稳居全年乘用车厂商销量排名前列；一汽丰田全年销量达到86万辆，同比增长8%，累计销量突破900万辆。同时，自主品牌也得到了进一步的发展，其中解放品牌销量达44万辆，实现中重卡销量全球“五连冠”、重卡销量全球“六连冠”；红旗品牌累计销量突破30万辆，同比增长超50%，4年增长63倍，创造了汽车产业增长新跨度。在2021年度和2019年至2021年任期中央企业负责人经营业绩考核中，中国一汽2项考核均获得A级。其中，在2019年至2021年任期中央企业负责人经营业绩考核A级企业名单中，中国一汽位列前茅。同时，在最近中国企业联合会发布的“2022中国制造业企业500强榜单”中，中国一汽排名第7位。

### 创新驱动 提升品牌形象

显赫成绩的背后，是中国一汽勇立时代潮头，以自立自强的精神对创新的坚守、以前

瞻性的眼光对未来的探索、以立足长远的意识对行业的布局，以品牌塑造提升，赢得市场主动权。中国一汽坚定实施《创新·2030中国一汽旗帜技术发展策略》，持续加大创新投入，不断深化科技体制改革，加快打造原创技术策源地，加快建设北京、大湾区等创新研发中心，投放一批引领行业发展、引领市场消费的卓越产品，牢牢掌握技术进步和产业发展主动权。2019年至2021年，中国一汽申请专利11192件，其中发明专利5587件，专利授权量排名行业前列。在新能源、智能网联、驾乘体验、安全健康和基础研发等5个领域，获得一系列国际领先的创新成果。

今年，由世界品牌实验室发布的《2022年中国500最具价值品牌》分析报告中，中国一汽、红旗、解放品牌的品牌价值较2021年均稳步增长。中国一汽2022品牌价值4075.39亿元，位列汽车行业前列；红旗品牌2022品牌价值1036.08亿元，位列乘用车品牌行业前列，成为中国首个品牌价值突破1000亿元的乘用车品牌；解放品牌2022品牌价值1077.82亿元，位列商用车品牌行业前列，成为中国首个品牌价值突破1000亿元的商用车品牌。品牌价值的提升，深度彰显了中国一汽奋勇向前的有力步伐与不凡实力。

自2018年新红旗品牌战略发布以来，以焕然一新的面貌释放出无限活力，秉承“中国式新高尚精致主义”品牌理念，开创新时代中国高端品牌汽车产业创新发展新道路，开创了“风景这边独好”的全新局面。与此同时，红旗品牌先后牵手国家体育总局，礼赠荣耀健儿高级轿车，弘扬为国争光的荣耀精神。牵手中国航天，全面树立了“独立自主、自立自强”的民族品牌形象。

### 锐意改革 激活释放动力

2021年6月4日，央企改革3年行动推进会在中国一汽召开，这是对一汽全面深化改

革的认可。改革是出路、是活路、是大路，是做优做强做大国有企业的必然之路。中国一汽深刻把握改革这一“关键一招”，坚决冲破思想观念束缚，破除各方面体制机制弊端，最大限度激发组织和个人的动力活力。

改革，首先是解决人的问题。中国一汽坚持党管人才原则，做到选有标准、育有模式、用有平台、管有方法、留有政策，大力实施人才强企战略，深入开展“百千万人才工程”，聚焦新技术和新业务领域，培养培育、招聘引进一大批战略领军人才、一流顶尖人才、卓越工程师。

构建审视模型、科学识人，对照新时代好干部标准，统筹考虑企业高质量发展需要，既注重历史贡献，又关注未来潜力，以实绩定去留。坚持目标引领，确定任期指标，匹配不同激励力度。数智识人用人，创建干部量化评价模型，围绕“经营业绩、担当作为、党建质量、班子合力”4大维度，细化绩效结果、关键事件表现、群众认可度等9项评价指标，逐人打分，量化排序。实际操作中，还做到了规范化操作和人性化竞聘的相结合。对技能人才不唯资历、不唯年龄，破除论资排辈，市场化选人用人。

红旗品牌营销中心的代理副总经理说：“过去千多千少一个样，干好干坏一个样，但‘四能’改革后，我作为‘代理上岗’的副总经理，干出业绩后才正式上岗，这对我也是一种鞭策。”这种情况是中国一汽各层干部员工“市场化选聘、契约化管理、动态化退出”的一个缩影，变“相马”为“赛马”，“上岗”不再是级别优先、论资排辈，而是市场的选择、价值的衡量。通过这种破旧立新的变化，中国一汽干部显著年轻化，通过改革提拔最年轻的高级经理31岁，入职到提拔不到8年。为技能人才搭建首席技能大师、高级技师、技师、高级技工、中级技工和技工共6层级职业发展通道，靠技能吃饭，凭本事挣钱，使技能人才通过勤奋劳动实现自身发展的机会，成为企业增进员工福祉的必然选择。在中国一汽，全员学习蔚然成风，员工在不断地学习实践锻炼中快速提高能力。

### 面向未来 前景可期

在市场上人们渐渐发现，中国人引以为傲的红旗品牌轿车“画风”变了，形象不再死板，做工已经精细，晋升高档汽车品牌之列。中国一汽坚持世界眼光，对标世界一流品牌，结合中国传统文化，秉承“中国式新高尚精致主义”品牌理念，以数字技术引领、绿色理念支撑、文化特色立身，红旗系列产品达到新境界。

推动传统汽车制造数智转型，已成为中国汽车产业加速迈向世界一流的必由之路。中国一汽坚持“数智化是通往成功彼岸的高效正确道路”理念，把数智化作为争创一流的“加速器”，狠抓传统产业与数智技术深度融合、狠抓传统制造业改造提升，创新数智研发、实施数智制造、精准数智营销、推进数智经营，加快新兴业务集群发展，建成“数字一汽”。红旗品牌采用“尚·致·意”全新中式设计语言，通过持续推出高端产品，为用户带来更强的自豪感、更多的高级感、更深的认同感以及更大的价值感，让品牌影响力、美誉度和喜爱度持续提升。作为中国传统文化的坚定执行者和前沿探索者，红旗品牌打造出一系列由中华优秀传统文化与现代工艺相结合“秒杀惊艳，极致梦幻”的卓越产品。先后推出了H5、HS5、HS7、H9、E-HS9、E-QM5、LS7、HQ9等重磅车型，引起了社会关注、引领了行业发展、引爆了市场消费，为“红旗”跃迁成长奠定了坚实基础。

面对汽车产业颠覆式转型的重大历史机遇，中国一汽坚持战略定力，将统筹发展和安全，大力实施产业链供应链布局规划，持续推进强链稳链补链延链，瞄准世界一流和产业前沿加大投资力度，加速构建新能源、智能网联、移动出行等产业发展新生态，当好现代产业链“链长”，增强战略性资源供应保障能力，提升产业基础高级化和产业链现代化水平。踔力奋发，勇毅前行，肩负起自主品牌汽车蓬勃向上的产业责任，以跃迁姿态向着“中国第一、世界著名”的发展目标阔步前行。

（数据来源：中国第一汽车集团有限公司）

