

1952年—2022年

T73

重庆日报

CHONGQING DAILY

2022年8月5日 星期五
责编 胡东强 王萃 美编 王睿



2021年5月10日，长安系中国品牌汽车第2000万辆汽车下线

长安汽车 一次次穿越时代激流 打造世界级汽车品牌

始终怀揣“造车梦”

上世纪50年代，长安就成功生产出第一辆“长江”牌46型越野车，这也是中国的第一辆越野车。

1963年，按照中央部署，长安把研发、制造吉普车的图纸资料无偿提供给北京吉普。但在长安人心里，始终怀揣一个梦想——有机会还要生产中国人自己的汽车。

改革开放后，长安的这一梦想终于有了实施的机会。但是，当时中国到底需要什么样的汽车？长安并不清楚。

一个偶然的机会，让长安人茅塞顿开——1981年举办的中国进出口商品交易会上，长安厂派出的兰祥义和杨明凡两名技术人员，目光同时被擦身而过的一辆小“粘”住了，这是一辆日本铃木生产的微型汽车。

1981年11月，长安厂正式决定研制微型汽车。彼时，厂里技术人员连这种汽车发动机的工作原理都不懂。长安厂聘请重庆大学等高校的教授来授课。没有扫描样机的设备，他们就用尺子一毫米一毫米地量。时间紧，大家“连轴转”，甚至上厕所都要跑步前行。

1983年9月，长安厂自制的第一台汽车发动机点火成功，当年11月，第一辆样车总装完成。看到样车后，时任兵器工业部部长来金烈称赞：“硬是把车给造出来了，这是长安人的骄傲，更是中国兵器工业的自豪。”

1984年11月15日，长安第一批微型汽车剪彩出厂，标志着中国汽车微车时代的开始。此后，长安通过技术积累、滚动发展，产品谱系逐渐涵盖了微车、轿车、商务车、SUV、中高端乘用车等。2011年12月，长安汽车第1000万辆在重庆渝北工厂下线，创造中国汽车累计产销突破千万辆的最快纪录。

给行业挣回口碑和尊严

1992年，党的十四大明确了发展社会主义市场经济，并确立了汽车工业为我国国民经济支柱产业的地位，大汽车企业集团对汽车工业发展的影响越发凸显。

另一方面，随着行业发展逐渐加快，全国汽车生产厂家爆发式增长。长安汽车一位老职工回忆，那时全国汽车厂一度达到了150多家，“散、乱、低、差”现象极为严重。

1994年2月，国务院颁布了《汽车工业产业政策》，引导汽车产业获取规模效益，长安、江陵两厂合并被提上日程。

江陵厂于1984年开发试制了微型汽车发动机，产品主要供给长安厂。长安厂这段时期也在飞速发展。并被国家批准为开发生产经济型轿车生产基地之一。1993年，长安厂与日本铃木、日商岩井签订了合资协议，在重庆成立合资公司。1994年，长安、江陵两厂实施强强联合，长安汽车有限责任公司正式成立，实现了机车一体化发展，并被誉为企业强强联合典范。

1996年，重庆长安汽车股份有限公司成立，就在长安人踌躇满志，准备“让长安车开上长安街”的时候，一次剧烈的行业震动发生了。

1996年月，C-NCAP公布了部分车型的安全性等级，国内众多车型碰撞不合格，甚至有些微车碰撞获得了零星，国产微车业界颇有些“颜面扫地”。

这一“当头棒喝”下，长安在行业率先清醒过来，决定自己来“吃螃蟹”，千方百计提升产品质量，并主动让长安之星微车接受碰撞试验，展现安全性，给自己、也给行业挣回口碑和尊严。

此时外界一片嘘声，认为长安此举恐怕就是个宣传噱头，小心“吃蟹不成反被钳，砸了招牌得不偿失。”

微车经济实用环保，样样皆好，但受体积所限，在碰撞中天生处于不利地位。这是行业共识。当时，国内自主品牌微车安全碰撞几乎是无人敢试。

是骡子是马，拉出来溜溜。1999年8月13日上午，长安之星样车顺利完成了第一撞，结果让许多人目瞪口呆——样车碰撞试验后，5个门都没有脱落、没有变形，门窗玻璃没有破碎，并能成功地打开和关上各个车门。前挡风玻璃撞车后只产生了几条丝裂纹。

此外，安全气囊成功地打开，有效地保护了车中假人的面部和胸部，除脚踏板轻微变形外，其他部位情况良好。

长安成为国内微车中首例成功完成此项试验的车型，并达到国际正面碰撞的有关保护标准和我国汽车正面碰撞乘员保护要求！这一撞，宣告长安汽车的品质跃上了一个新的台阶，随之而来的就是市场上大卖。

1999年第四季度，长安之星在京津唐一带卖到了9.8万，在广州要卖11.5万。从年产数千辆到年产30万辆，长安之星系列迅速成为中国自主品牌销量最大的单一品牌车型。

作为中国微车史上最经典的产品，长安之星也引领了微车行业由化油器时代到电喷节能时代，由平头时代向凸头安全时代，由标准微车到宽体大微车时代三次技术革命，创造了中国自主品牌多项纪录。

利用全球资源构建核心竞争力

获得极大市场成功，并没有让长安冲昏头脑。进入新世纪后，长安洞察到中国汽车市场发展方向的变化，决定进军自主品牌轿车领域。

“人们对汽车消费的观念正在转变，我们当时认为，经济型小排量家用轿车将成为消费者首选。”长安汽车相关负责人表示。

在此思路下，长安历时3年开发，于2006年推出了首款自主品牌轿车奔奔。作为面向年轻人的两厢经济轿车，奔奔造型上以直线条为主，在大灯、前机舱盖、c柱以及尾灯等处有突出的棱角设计。凭借较好的动力性和低价位等优势，奔奔在市场中具备了极强竞争力。

为满足不同消费群体的需求，长安又陆续推出志翔、悦翔、CX30、金牛星、CS35等多款不同领域的车型，并开始涉足电动汽车领域。

这个时期，长安汽车坚持开放式思维，利用全球资源，先后在意大利都灵、日本横滨、英国诺丁汉、美国底特律等地建立海外研发中心，现已构建起“六国九地、各有侧重”的全球研发格局，实现24小时不间断协同研发设计，成为汲取世界先进汽车研发技术的前沿阵地。

同时，从2006年起，长安汽车开始在全球范围内引进人才，公司领导亲自带队远赴海外进行招聘，组建6000余人的研发团队，为长安汽车提供“智慧之源”，形成了强大的自主创新研发实力。

2009年1月14日，国务院公布的《汽车产业调整和振兴规划》，把长安与一汽、东风和上汽三大集团并列。

多年来，在纷杂而散乱的中国汽车行业里，大大小小数百家整车企业，有人戏称当时中国汽车工业的状况就是“三条大狗、三条小狗，外加一群野狗”（“三条大狗”即一汽集团、东风集团和上汽集团；“三条小狗”即北京汽车集团、天津汽车集团和广州汽车集团）。而自1984年进入汽车行业的长安，被一些人戏称为“计划之外”的一条“野狗”。

而《规划》中相关表述，无异于给长安正名。长安终于凭借自己的实力，跻身于中国汽车第一阵营。

随后数年，长安汽车销量快速拉升，在2014年—2016年连续夺得自主品牌销冠，成为了中国自主品牌标杆。

厚积薄发支撑多赛道并举

2018年，中国车市出现了20年来的第一次负增长，国产汽车品牌危机凸显。这个时

期，长安也遭遇销量持续下滑。有不少业内人士悲观地认为，长安汽车发展出现了严重瓶颈。

但另一些业内人士则提出不同的观点：长安汽车市场端的暂时低迷，是源自企业主要资源投入结构的变化——长安汽车正以莫大决心，主动推进前所未有的转型升级。

事实似乎与上述观点形成了呼应。2017年10月，长安公布香格里拉计划，未来将投资1000亿元布局新能源汽车，同时提出2025年全面停售传统燃油车。

2018年8月，长安汽车又提出“北斗天枢计划”，从传统的汽车制造企业向智能低碳出行科技公司转型。

一系列实质进展和成果紧锣密鼓地到来。2019年6月，长安发布蓝鲸动力NE平台，全系兼容48V轻混、HEV混动、PHEV插电混动、REEV增程式混动等设计，为产品更新提供了“核心”支撑。

3个月后，首次搭载蓝鲸发动机的CS75PUS吹响了长安的市场端“冲锋号”，拥有亮眼外观设计、自主领先动力系统和全面升级的智能科技配置，CS75PUS上市19天就实现销量过万辆，头一个月销量破2.5万辆，跻身国内SUV销量排行头部。

2020年，长安汽车销量回升趋势更加明显，当年3月销量环比增385.8%，并再次夺得自主品牌销冠。

在长安人看来，企业在关键时期做出重要抉择，都始终朝着正确的方向——顺应行业大势，满足人民群众对幸福生活的向往和需求。事实证明，这一次长安积蓄内功再发力，走得更顺，也更稳、更平衡。

如今，长安已实现在轿车、SUV、商用车市场，以及燃油、纯电、混动、增程式乃至氢燃料各类别车型的全面布局。在每一个领域，长安都有拿得出手，在市场名列前茅的主力产品。

加速汽车“新四化”

在双碳战略、科技创新、绿色发展等国家战略牵引下，汽车产业变革步入快车道。长安意识到，汽车产业正加速向“智能化、电动化、网联化、健康化”的“新四化”方向发展，软件定义汽车开始成为现实，未来汽车将真正成为大型移动智能与计算终端、多功能移动空间、数据采集载体、新型的储能单元的“新汽车”。

对此，长安正从提供交通工具向提供“出行产品+出行服务+生态服务”转变，从传统制造向科技公司转型，推动汽车产业向“高科技平台型”产业转型，呈现“研、产、销、服、用”一体的“平台型”经济特征。

“最佳‘换道超车’机遇已来临。”长安汽车一位相关负责人表示，无论是在电动化和智能化转型，还是在新兴商业模式探索上，中国汽车品牌已经不再是旁观者或者简单的

跟随者。未来10年，全球一定会诞生世界级的中国品牌。

面对重要发展机遇，长安汽车也提出了一系列发展目标：到2025年，汽车总销量达到400万辆，其中，长安品牌300万辆，新能源销量达到105万辆，占比达到35%；2030年，长安汽车销量达到550万辆，其中，长安品牌450万辆，新能源销量达到270万辆，占比达到60%，海外销量占比达到30%。

此外，长安汽车计划在2027年实现碳达峰，2045年实现碳中和。通过从设计、制造、供应链、可再生能源和材料包装等全产业链环节，全方位降低各环节碳排放，到2030年，长安供应链将较2020年降低30%。

为了顺利达成上述目标，长安汽车已采取一系列关键行动。

一方面，长安推出了全新数字纯电品牌——长安深蓝。该品牌名称象征着探索、生命、科技、未来。

另一方面，长安推出高端智能电动汽车品牌——阿维塔，聚合长安汽车、华为、宁德时代三方优势，致力打造智能电动汽车全球品牌。

目前，宁德时代已经成为了阿维塔的第二大股东，虽然华为没有投资入股，但在业内人士看来，华为对阿维塔的赋能、支持和紧密的合作程度，胜似投资入股。阿维塔也是首个全系搭载华为HI智能汽车解决方案的高端智能电动汽车品牌。

此外，长安还将进一步优化长安UNI、长安乘用车、欧尚、凯程品牌战略及定位，向电气化及电动化全面转型，同时响应用户需求，打造创新多元差异化乘用车品牌，推进长安UNI品牌化运营，实现全系产品电气化。

据介绍，在高端智能电动车领域，阿维塔目前规划有4款整车产品，分别覆盖中高端主要细分市场。

此外，在主流乘用车市场，长安未来将推出21款全新产品，其中长安深蓝品牌5款，2022年将推出C385EV、C673EV、UNI-KPHEV、UNI-V PHEV、欧尚Z6-PHEV共5款新品，国内首款量产氢燃料电池轿车也即将亮相，满足主流人群品质绿色出行需求。

在小型车市场，长安未来将推出4款全新产品，满足国民精品代步出行需求。在商用车市场，长安未来将推出6款全新产品，2025年前实现主流商用车市场全覆盖，同时推出2款全新平台皮卡产品。今年长安还将推出首款社区网格运输车辆，满足快递品质化运输需求。

从烽火岁月中走来，站在160年的新历史起点，长安将以“乘势而上开山河”的雄心壮志，顺应技术发展潮流与行业大势，以不断满足人民群众对幸福生活的向往和需求为指引，努力打造世界级的中国汽车品牌。

晓宇

图片由长安汽车提供



2022年7月7日，重庆长安两江工厂整车车间，工人在对下线车辆进行逐一检测