

## 赵福全对话李庆文：“老社长”的回眸与畅想

本文来源：凤凰汽车 2015-04-23

第三季《赵福全研究院》力邀一汽技术中心主任、长春汽车研究所所长、中国工程院院士李骏、中国汽车报社社长李庆文、国家信息中心信息资源开发部主任徐长明做客凤凰汽车展台，与赵福全院长一道指点江山，把脉行业。以下是赵福全院长对话中国汽车报社社长李庆文先生的对话实录。

主持人 赵福全：凤凰汽车的各位网友，我们下面开始上海车展凤凰汽车《赵福全研究院高端访谈栏目》。我们非常荣幸地请到了《中国汽车报》社社长李庆文社长。请李社长跟大家打个招呼。

李庆文：我受赵福全院长到这里来，和各位网友来讨论一些汽车方面的问题，非常荣幸，特别是赵院长邀请我跟他一起讨论问题，我感觉是一个向他学习的机会。

主持人 赵福全：李社长做《汽车报》社社长 17 年了，如果我没记错的话，从《汽车报》基本上从弱到强，现在又大了，也见证了中国汽车产业的发展，应该说基本是从弱到大，现在还没有到强。这个过程中您应该对汽车产业是最了解的一个人，我认为都不为过。因为《汽车报》有它独特的特点，上对着政府，产业政策，下对着企业，甚至包括具体的技术战略、营销，包括我们的工程师，大家都已经，我认为从事汽车产业的人，如果不看《汽车报》都觉得对汽车产业被边缘化的感觉。从我个人的了解，国外的很多杂志包括企业也都在订《汽车报》，甚至他们做自己英文版的《中国汽车报》的版本，可见《汽车报》的影响力。您是整个《汽车报》成长过程中最核心的见证人，应该为《汽车报》做到今天，做到顶层的设计也做了很多具体的操盘。《汽车报》不仅仅是自己报纸做大了，也为行业培养了很多优秀的媒体记者，应该说遍布方方面面，角角落落，你也是布了很多的棋子。今天有幸邀请您来，和大家交流中国汽车产业的现状。泛泛地谈一谈，这么多年下来，您对汽车产业的感觉、感受和感悟？

李庆文：赵院长介绍我在《汽车报》做社长，时间比较长，确实比较长。中国产业报有一百来家，可能在目前产业报社社长里我是时间最长的。我从 1998 年到《中国汽车报》做社长，到今年为止，应当说 18 个年头，17 年整了。18 年时间过程中，我作为汽车行业的观察者、

记录者、评论者、见证了在这 18 年的过程中，中国汽车产业，从小到大，从弱正在走向强的这么一个过程，也见证了中国汽车在这 18 年的过程中一些大事小情，风风雨雨，喜怒哀乐。

我记得很清楚在 1998 年我刚到《汽车报》当社长，第一次出差到一汽解放公司去采访，我到了一汽当年的老的工厂，那个老的工厂 1953 年建厂的那个工厂，我记得非常清楚在 1998 年的时候，我们中国汽车消费，汽车市场处在一种低迷的状态。当时我去采访，一汽解放的很多职工就围上来上我发问，他们问这么好的车在过去买都买不到，为什么现在销售不出去。

那一年一汽解放的车销售非常不好，1998 年正是我们的经济处在低估的时候，我应该说那个时候的起点中国汽车和今天是不一样的。今天的汽车是蒸蒸日上，每年销售都是保持在一个比较高的增长速度上，即使今年这样的情况，和别的行业比起来，我们汽车仍然是一个比较高的增长。我的感悟或者我的体会谈汽车这些年的变化。我在新世纪，我们 20 世纪结束，迈进新世纪的阶段，那个历史时期里，其实是中国汽车的一个历史的转折点，也是中国汽车我们人类社会迈进新世纪的那个时间节点，恰好是中国汽车历史的转折点，这个历史的转折点，关键的一个历史性的事件，就是我们中国的经济，我们中国加入世贸组织。那个时候的议论讨论的焦点就是中国汽车向哪里去，中国汽车有没有未来。

中国汽车能不能够在跨国公司在没有了贸易壁垒，贸易相对比较自由的情况下，还能生存下去，所以说那时候也有一个中国汽车怎么样与狼共舞的一个话题。中国汽车在对外开放中应该怎么发展。这个焦点的过程中，又有一个核心的问题，就是中国的自主创新还能不能走下去，所以在那个历史阶段里面，现在回头想起来，围绕着中国汽车的命运、前途和未来，是一个讨论的焦点。但是历史给我们中国汽车一个意外的，大家没有预料到的一个惊喜。我们加入世贸组织之后，中国汽车井喷式增长，而且是连续井喷式增长。2000 年开始一直涨到 2004 年，当然了这个时候那时候中国汽车一下子把潜在的多少年压抑的汽车消费和汽车需求被加入世贸的这样一把烈火点燃起来了，启动起来了，到 2004 年有一个大幅度的回落。

在 2004 年的时候，也应该说是这个迈进新世纪之后中国汽车的一次调整。我记得很清楚 2004 年左右的时候，当时东风汽车公司的总经理，现在咱们工信部的部长苗圩部长，曾经当着我说，说李社长为什么我们的潜在需求不能变成需求。也就说汽车最有潜在的巨大需求，为什么变不了现实的需求。那时候在 2004 年左右的时候，也围绕着我们潜在需求怎么样变成现实的需求，影响潜在需求变成现实需求的因素是什么？

我记得那时候我还曾经写了一篇专门讨论这样问题的一篇文章。结论就是我们一些消费政策抑制压制了汽车消费。时间证明也是对的，我们那个时候的汽车消费是在消费政策很多不是鼓励汽车消费，社会的氛围也不是鼓励汽车消费，消费的汽车文化也没有形成，大家对于车的认识，车的感觉，车的理解是处在一个原始阶段。所以在 2004 年一下子出了一个拐点，但是消费需求的这种存在，或者巨大的消费需求的存在，很快我们就从 2004 年爬上来。在这个阶段里面，我们汽车行业还发生过一个巨大的争论，什么争论？也就说我们第一轮的汽车技术进步有一个大事，就是我们燃油系统，由过去化油器系统变成电喷系统，可以说当时产业里面有一批化油器企业倒掉了，一批整车厂生产制造销售受到了巨大挑战。

在那样的一次严格法规下，那也是当时重大的事件。在这个过程中，应当说我们汽车有了一个阵痛，但是转过来了。今天我们讨论治理雾霾问题，排放问题，燃油标准问题，其实中国汽车这些关都要过的，能不能过去肯定很困难，有的能过去，有的过不去，其实我们在过去已经有了一个历史的经验。还有就是在北京提高排放标准问题，也引起了巨大的争论。

提高标准之后很多方方面面都不适应，媒体也不适应，企业也不适应，消费者也不适应，政府管理部门也不适应，在不适应的过程中，不熟悉的过程中，有些争论今天看起来是没必要的。比如说北京应不应该有柴油车？包括一些运输车辆也想没有柴油车，时间证明这个争论不同意北京有柴油车的，现在证明看来是不正确的，我们不能说是错误的，但是不正确的。

回想这些事情，它其实是很有价值。这个阶段可能我们中国汽车还产生了一件事情，就是出台了第二版的产业政策。2004 年的产业政策就是在这个阶段里出台了，这个产业政策也是一个标志性的，今天我们多数人批评指责产业政策比较多，当时的历史条件下，这个产业政策对推动中国汽车的发展还是起到了一些非常重要的作用。

今天，我们现在十多年过去了，现在又有讨论修不修改产业政策，今天的争论就是历史过去的争论，今天的难题也是过去历史难题在今天的延续或者新的情况。汽车产业不可能不遇到难题，不遇到问题，到了今天为止或者到了 2010 年以后这个左右的时间为止，或者说在 2000 年的时候，十多年的时间还有一个我们汽车行业大家争论的焦点就是电动汽车问题。

从 2000 年到现在为止，我是始终见证了关于电动汽车的争论，到我认为到现在为止，也没有完全统一思想认识，究竟电动汽车的技术路线怎么去走，电动汽车在汽车产业里应该发挥什么样的作用，电动汽车的战略到如今应该怎么去加以完善或者更加明确，现在我觉得还在争论中。当时电动汽车的首席科学家是现在我们的万钢部长，那时候他回来之后也跟我有

多次的交流，万钢在中央找他当科技部长的前一天，我专访了万钢部长，他那时候是同济大学的校长，国家新能源汽车 861 计划的首席科学家。我还不知道，第二天新闻播出了万钢当了部长。他们说是不是李社长知道万钢当部长，我确实不知道万钢教授要当科技部的部长，我只是专门约会好了在上海，我要跟他讨论关于新能源汽车问题，应该说万部长在中国的新能源汽车，电动汽车的发展战略的确定，发展战略的落实，发展战略的推动过程中，发挥了非常重要的作用。

但是，也伴随着战略的实施，争论也没有休止，今天也一样。现在我认为，汽车产业我说感悟，可能到了一个新的关键时期，我们现在争论的不仅仅是新能源汽车，不仅仅争论产业政策，不仅仅争论的是汽车的技术进步会给企业带来什么。今天要讨论的问题恐怕是中国汽车产业面临着一个新的战略选择的关键时刻，这是我最近时期也是反复思考的一个问题。我觉得这个时刻和以往任何时候都不一样，感悟非常多我这些感悟也应该说都是作为一个新闻记者，作为一个新闻媒体的负责人，身在其中，和企业接触的比较，行业接触的比较，这是大致我接触到的线索。

主持人 赵福全：你这么一讲，我都不知道下一步怎么跟你继续访谈了。改革开放主要阶段中国汽车史发展的见证人，从一开始的迷茫到 2002 年的井喷，又到了我们导入新的排放法规，包括技术升级，化油器，化油器我感觉好像是很遥远的词，我在大学学内燃机原理要花一章来讲的东西。包括北京的排放法规的导入，甚至柴油机去留的问题。更谈到电动车从万钢部长回来，包括推动电动车的发展，人们对电动车的认识，以及充电问题的纠结，最后又讲到了今天，今天又到了一个关键的历史时期，用了很简短的时间把历史梳理的比较清楚。中国汽车产业也跟世界汽车产业一样，伴随着科技进步在发展，同时也伴随着很多制约因素在纠结，在纠结中前行，在前行中纠结。

又带来了一个话题，您觉得现在我们汽车产业是一个关键期，这个关键体现在哪？有的人说互联网来了，要颠覆汽车产业，汽车产业认为你们懂什么，汽车复杂着，上万个零部件，哪是一个简简单单的控制系统解决的问题，反过来科技革命，互联网、云计算，3D 又要打印汽车了，也打印出来一个简单的汽车。大家又觉得这些对于传统的汽车又有一个很大的挑战。大家又对未来的汽车由于环保、节能、社会的压力又期待这种产业必须要发生巨大的变化，又不知道朝着哪个方向去变化。这就是您讲的关键的一个历史转折点，这个转折期可能不是简简单单对中国企业的挑战，也是对整个传统制造业的挑战。尤其经历了一百年发展的汽车

产业，是不是还按照原来的业态发展，如果不，会发生什么样的变化，对国际的汽车企业是什么样的影响，对中国的自主品牌是机遇还是灾难，如何把挑战变成机遇，你能不能把它拓展一下？

李庆文：这方面赵院长是专家，前不久我听他做了一个讲座，关于德国工业 4.0 与中国工业 4.0 的讲座，我听了你的讲座给我很多启发。你也给我做了专题的辅导，由此我也想了些问题，我想的问题是這樣的。中国汽车在今天是一个历史选择的关键时刻，这句话，这是我的观点。为什么说中国汽车在这个时候是一个历史选择的关键时刻呢？我认为中国汽车今天的选择，和过去的选择都不同。如果说过去的选择，它是一个在演变过程的选择，第一个概念，我们过去中国汽车所有的选择，所有的战略制定都是在演变过程中的一个战略的确定和选择，但是今天的汽车不是了，而是在世界汽车要发生根本性变革时期做出的一个决定未来我们是不是能够在世界汽车领域里，有我们生存发展的地位的一个选择。

我们回顾历史的话，中华民族在近一百多年来，应该说我们近 60 年，我们中华民族崛起了，但是在当现代的过程，特别是 1840 年上下历史阶段中，中华民族是处在屈辱、落后、挨打这样的状态。中华民族处在一种处处被人欺负的状态，什么原因造成的，我们除了研究一些意识形态，政治原因以外，有一个核心的问题，中华民族在工业革命过程中落伍了。

如果说我们最根本的，如果从我们做产业经济的角度分析问题，中华民族在过去的半封建半殖民地，或者在过去的屈辱历史过程中，落后是落后在工业革命我们没有参与其中。我们还封闭着自己，封锁着自己，把我们变成一个信息的孤岛，把我们和世界的工业革命隔离开来。特别是欧洲、北美正在进行着翻天覆地的工业革命的变化，和我们没关系，我们闭关锁国；我们盲目自大；我们自我欣赏盲目骄傲，天朝大国沉醉在自己的井中之蛙甜蜜傻瓜的睡梦之中。

当工业革命洪水猛兽来的时候，当工业革命把殖民主义者，把资本主义者要开放市场，开拓疆土的人武装起来，经过我们的时候，由于我们没有工业革命的历程，我们丧失了工业革命的机遇，我们在人类历史长河中，如果是中华民族在当现代最惨重的失误和失败，就是在那个工业革命中我们是局外者，我们连旁观者都不够，因为我们封闭的，我们封闭，人怎么革命的都不知道。正因为如此在一百多年前当德国、美国，他们发明创造汽车的时候，中国人连汽车的概念都没有。我们是牛车、马车，我们是什么车，反正是中国人不知道有汽车，人家是洋枪洋炮开始造汽车。当福特创造了福特生产方式的时候，我们还是手工业，甚至是

低级手工业，在汽车革命的过程中，我回顾这个历史一百多年的汽车工业产业的历史，产业的成长，产业的诞生、成长、发达、兴旺，走到一个高峰的时候，我们基本没有抓到过那个机会。我们是落后的，改革开放或者 1953 年中国诞生了汽车工业。

诞生了汽车工业，我们回顾一下我们是简单地学习者。我们怎么叫学习者？我们学习的是人家的一些简单的工厂制造，简单的工厂设计，简单的工厂建设，我们只会造一个汽车。我们是跟着人后面在学习，这还不说，又有了文化大革命十年我们又封闭起来自己，本来应该在那一轮产业演进的过程中跟他们再跑起来，但是我们又落后了。改革开放以来大门打开了，我们进来，我们回想一下我们对汽车是什么呢？仍然是学习西方跨国公司现成的研发、制造、营销、品牌管理，我们现在学到了什么，如果说汽车工业我们现在改革开放成绩很大，我们的研发水平也很好，标准什么，一般情况下我们说我们学会了西方人，或者学会了跨国公司造车的理念，造车的流程，造车的一些价值观，这就是我们优秀的。

但是今天，我说这些都算适应性的选择，不是战略的根本性改变，因为我们没有处在工业革命，或者技术革命中，这次我说关键时期就是说中国汽车到了一个面对技术革命的关键时期。我们这次面临的给我们中这代的汽车人一个新的最大的历史机遇就是产业革命到来了，在这个产业革命，工业革命的过程中，汽车也要革命，我们中国汽车又是世界规模最大的汽车产业。我们能够参与到这次汽车革命的过程中，这是我们中国汽车的最大机遇。但是它最大的机遇，也是最大的条渣，传统汽车在今天过去那一套东西我们刚学会，新的东西到来了，我们还得学，我们这个学的过程中，还要把过去做的好，这样的话对我们是双重的压力。可是如果中国汽车抓住这一次历史性的机遇，历史性的选择，就能够真正跟上世界产业革命的浪潮，一浪一浪往今后未来非常令人鼓舞的前景去奔跑。如果你选不上，又被漏掉了，关键时期我是指这样历史性，从工业革命和产业革命，这个角度来分析它的。

主持人 赵福全：你站在的这个高度已经不是简简单单的技术进步，是一个产业技术革命带来的一个千载难逢的机会。这个时候恰恰中国经济的崛起，培育了一个超大的市场，既是群雄逐鹿，对我们来说又有无限的商机。您就要帮着分析一下，绝对不是一个简单我们有市场，我们就能抓住这个机会，也不是简简单单有一个企业家就可以做的到，也不是国家有政策就可以做的到，一定是国家、企业、百姓互动，因为这涉及到中华民族，这个民族在未来制造业里能不能做大做强，尤其汽车产业是一个支柱性产业。企业、国家如何抓住这个机会

来应对挑战，到底做什么？我认为国家得有国家的战略，企业在这个大环境下要有自己的企业战略？最终把这个产业能够带向一个新高度？

李庆文：我刚才回顾历史，我们过去的失败是由于我们没有参与到或者没有跟上工业革命的浪潮。或者在工业革命的过程中，我们游离之外，我们是一个孤岛，所以我们中华民族落后了，也就挨打了。在今天我们来看，当时为什么会出现这个问题，当然和当时封建政府的闭关锁国，和它对工业革命和产业革命的认识，以及对国家对这个民族产生的影响，他们没有提高到一个足够的高度有直接关系。作为一个国家来说，在今天这个产业革命到来，国家的使命，我认为要大于企业的使命。只有整个国家，整个民族，我们这个中华民族，我们这个国家都能够认识到，我们这个国家和民族要跟上，要参与，要积极地产业革命的浪潮中，在产业革命的变革中有所作为，要仅仅抓住，不是说退缩，也不是说不积极地去参与它，那才行，现在好在条件是我们改革开放，大的基本国策决定了我们中华民族这一轮的工业革命，特别是汽车的革命，我们能够走进去，特别是汽车，中国汽车已经是国际化。

我们说我们走出去步伐慢，走出去步伐慢，但是人家走进来的步伐很快，我们走出去的深度、广度不够，但是跨国公司走进中国的深度和广度是全世界最高的。那也使我们中国汽车具有了这种开放的思维，开放的条件，和我们能够切实的融入到全球的汽车产业变革的浪潮中的前提条件。

有了这一点，所以说我认为国家在顺应大潮上，一定会制定出能够在顶层设计这个战略上引导、推动、促进汽车企业、汽车产业和方方面面投入到汽车的变革中。现在讨论这个问题，大家觉得有点虚，有点空，现在没有到这么近。我认为可能是乐观的估计，五到十年我们今天讨论的话题就能变成我们眼前的场景。如果说再慢一点，十到二十年我们今天讨论的话题就会到我们眼前的场景。其实我们今年的车展变化也是很大的，变化很大就是过去车展这些要素，不突出的要素现在突出了。

比如说新能源汽车，智能的问题，互联互通的问题，在我们车展上，每一个企业每一个展台，都要在这方面进行有所展示，企业已经认识到这一点，而且我认为现在看，国家制定2025，因为赵院长也是《2025 规划》重要的参与者。2025 国家是制定了，但是企业的行动可能比 2025 做的更迅速，做的更扎实。2025 是《规划》，但是很多企业已经行动起来了，我也接触有一些企业力度大一些，这样看来，我对这一轮的汽车产业的变革，中国扮演什么角色，我持非常乐观的态度。中华民族和过去不一样了，中国汽车已经变成了世界最大的汽车规模

的国家，中国汽车的规模大，不仅仅是销量大，不仅仅是收入达，更重要的是汽车的人才队伍，汽车的相关机构都大了。质量提升的也很快，不能说中国汽车人才结构科研组织，各种力量比国际汽车说差还很远，是有差距但是这十多年来进步很大。

赵院长讲我们《中国汽车报》，我 1998 年来到《中国汽车报》，我们的记者跟我说，社长什么时候《中国汽车报》能变成像美国汽车新闻那样，我们就感到引以为自豪。赵院长在底特律生活那么多年，我们可以自豪地说，今天的《中国汽车报》从页面比美国汽车新闻多，从印刷质量比美国汽车新闻好，从我们的销售收入，我们也可以说超过了美国汽车新闻。我也和美国汽车新闻的社长直接做过对话，他叫科岚(音)先生，是一个家族企业。说我们《汽车报》成长了，我觉得并不是借机推广我们，《汽车报》的成长是伴随着企业的成长，产业的成长，没有中国汽车产业和企业的成长，就没有《汽车报》的成长。更重要的我们今天在凤凰汽车做访谈，十年前还没有凤凰汽车，今年凤凰汽车在汽车新媒体传播里有很大的影响力。还有一些我们新的媒体来传播汽车，我们十多年前汽车记者请十个二十个都算多的，现在得一千两千，变化这么巨大，这都是基础。这也是汽车产业未来在世界汽车产业变革中，我们由过去被抛弃者，第一次诞生的时候被抛弃者，我们不知道变成主导者，变成一个重要的主体的一些条件，我们真是充满信心。特别是像赵院长，在海外学习回来，又一腔热血回到中国来，为国家的自主品牌、中国品牌贡献聪明才智，在外面积累的经验和学识的有识之士，这样的科学家，中国汽车真是我想任何力量也挡不住，中国汽车在这次变革中凤凰涅槃，变成世界汽车里面的主角，这样一个历史性的变化。

主持人 赵福全：社长这番话，我认为既传达了信心，也给现在的汽车人赋予了历史使命，如何抓住千载难逢的产业革命和科技革命的历史关键时期，把原来曾经的东西总结好，同时面对一个未来，让中国汽车产业，实际上汽车产业是一个拉动性产业，是制造业的皇冠，把整个中国制造业在新一轮科技革命大形势下占领世界的制高点。不管怎么说我们可以对未来有很大的期待，有一点不争的事实，过去的 30 年，我们中国汽车产业做到今天这种规模，本土的企业是弱小的，有很多东西可以总结，实际上这种总结就是对未来一个很好的沉淀，也给未来指明了一个方向。您作为参与者、见证这，您觉得过去这 20 年中国的汽车产业得与失到底在哪？如果人生再重来 20 年，您觉得中国的汽车产业怎么来做，才能抓住你刚才讲的产业革命、科技革命的关键历史时期，来迎接新一轮制高点的到来？

李庆文：现在我们汽车产业里面大家最不满意或者最寄予厚望的，也最认为需要解决的一个问题就是自主创新，自主品牌比较薄弱的问题。其实别的方面说提供给消费者非常多样化、品质比较高的汽车产品不成问题，我们是全世界汽车新产品投放最大的一个市场，也是全世界汽车品牌最丰富的一个市场。汽车消费者的选择余地在中国是最大，这是没问题的，但是核心问题是本土品牌或者中国品牌在这里面太薄弱了，这是一个核心问题。

说教训和得与失，可能大家都离不开这个问题。这个问题首先从得来看，我们要研究两个企业的案例。现在有“两长”，我现在说讨论中国汽车创新要看“两长”，一个就是长安，一个是长城。有人说国有企业搞不好自主创新，但是长安就是央企。有人说民营企业可能在自主创新上有动力，有积极性，有内在次序的改进能力，但是也不一定都好，但是长城又做好了。

我观察汽车产业，我们研究中国汽车自主创新的模式，研究中国汽车自主创新的方向，或者是找到一些成功的东西要认真研究和总结长安汽车和长城汽车。两个汽车“两长”现象，“两长”现象说明了什么？“两长”现象说明了如果我们的战略正确，如果我们的战略措施正确，如果我们选择的路径正确，我们的中国汽车是能够做好的。

今天长安汽车新上任的总裁朱华荣，我也参加了他们一个发布会，他做了一个非常精彩的演讲。他把2014年长安汽车所取得的成绩做了一个归纳，归纳我听了一个核心问题，长安汽车在2014年最大的进步是长安汽车的自主品牌有了一个非常重大的转变，产生了一个质的飞跃。

第二方面是长城汽车，长城汽车在2014年经受住了一个巨大的市场考验。围绕着H8的问题要上市再推迟要上市再推迟，以至于当时长城的股票，现在股票热，在那个时候跌到30块钱以下，今天长城股票到了50多块钱，仅仅用了不到一年的时间。长城在去年这种争论中，在这种波过程中，他们能够以自己的定力，以自己坚持不懈的精神，按照自己聚焦的战略，把哈弗品牌做到今天的水平，我在展场里一看哈弗品牌参观的不仅中国人多，更重要的是外国人多，这告诉我们一个现象，外国的汽车公司和外国的人士开始关注我们这个品牌，这两个案例告诉我们，如果我们的政府部门，如果我们相关的组织，能够把“两长”的经验和他们有益的探索，抽象、归纳、整理出一些政策措施，归纳整理出一些成功的做法，在我们这个行业里，当然不能够一个药方解决所有的问题，规律性的东西，我觉得对中国汽车有用。

现在我认为中国汽车要想解决这个问题，要尊重企业的创造精神。尊重了企业的创造精神就有产业的希望，尊重企业的战略选择，那么这个产业就有希望。尊重企业的个性，我们的产业有希望，我们最怕的是不尊重企业的创新精神，不尊重企业的个性，让企业都变成一样的企业，这样就没有希望，汽车就要有个性才能成为汽车。汽车它是艺术品，企业有个性才能有产品个性，我认为像长城和长安是有个性的企业，是有自己独创精神的企业，所以才能今天这样。

主持人 赵福全：非常好，实际上我们也有很多可以反思的，是一种尊重客观规律，尊重企业的个性，尊重市场的经济规律，我们是可以成功的，“两长”的成功应该给我们更多的信心，他们也可以突破体制，突破一些常规的东西在市场上形成竞争力。有一点汽车它跟普通的消费品不一样，不同于手机，尽管手机一提苹果的品牌，还是有很大的溢价能力和产品的号召力。自主品牌虽然说我们时间短，但是也干了小 15 年了，差不多 20 年了，红旗都 50 年了。为什么我们的自主品牌，塑造品牌这么难呢？你有没有认认真真分析过？同样的 15 年，我们是不是可以做的更好一点，在品牌塑造上面？您怎么看这个问题？

李庆文：品牌是一个非常复杂的问题，它和解决技术问题还不一样。我们都抱怨说我们的自主企业，我们的本土企业，对品牌不重视，或者对塑造品牌缺少战略，没有很好的手段，或者掌握不了什么自己的技术。这些抱怨也有一定的道理，企业自身做的不好，但是更重要的中国汽车品牌，没有形成或者受到了去年 13 连降还是 12 连降的一个重创，这个问题我觉得应该从宏观方面去看。

我们中国的汽车品牌在成长的过程中，有一个最最大的问题是，国家在品牌战略上一开始是缺失的。我们中国汽车产业，这个品牌究竟，或者中国汽车的市场，这个品牌以谁为主导，这个问题是缺失的。我们对于品牌的理解，不但是企业没有很好的正确的理解，我们的政府，也没有很好的正确的理解，甚至我们现在专家或者媒体，也说你品牌如何认识不足，其实回想起来，改革开放当初，我们的经济学家，我们的营销专家，我们的传媒，或者我们的新闻学院的教授，新闻就是做品牌的，也对品牌的认识非常肤浅。

决策者也没有品牌的概念，所以改革开放或者是汽车的开放，对外引进合资，我认为最大的失误是品牌战略的失误，这个失误就是在引进合资，创立合资过程中把自己的品牌放弃了，把自己的品牌尘封了。比如说北京汽车品牌，上海牌的品牌，包括很多的品牌，全都放弃了。放弃了之后那个时候把品牌没有放到它是最有价值的资产这个角度来看，认为无关紧

要，只是着急你有技术，有设备有产品是最重要的，今天看起来，其实最最宝贵的资产是品牌资产。这个品牌资产，如果一旦放弃掉之后，恢复起来第一是难，第二是时间长，但是一个产品放弃了，说我不做小型轿车了，我今天这个战略不做了，我还可以回过头再去做，很快就可以恢复出来，这个技术我觉得赵院长你是搞技术的，肯定不难。

但是你有一个小型车的品牌没了，你再重新撒上种子，长成树再长大是非常艰难的，但是遗憾的是，我们当初建立合资公司的时候，对自己品牌的认知严重的产生了历史性错误，使我们过去形成一些宝贵品牌，中间由于合资被尘封了，被抛弃了，被抹掉了，我们是损失巨大的。如果当时我们说，我们可以引进技术，有人说历史不能假设，这种假设也是超出人的想像。如果我们做一个假设，如果假设上海汽车，这种和大众的合资，说我可以来合资，我不叫桑塔纳，我叫上海汽车牌，今天的上海汽车品牌是什么样子呢？我不做回答，大家就知道了，中国的品牌就绝不是今天这个情况了。

至于一些战术问题，比如说政府不采购问题，老百姓不认的问题，这我们也不能抱怨，但是作为产业来说，品牌管理对品牌的认知我们确实犯了历史性错误，今天要觉醒，今天要行动起来，要付出百倍的代价来弥补我们过去的失误，这是最最惨痛的。

主持人 赵福全：实际上我们现在为什么这么难，因为等于是所有的强势品牌下，我们一放弃了又给别人做了嫁妆。

李庆文：完全放弃了自己的品牌，用别人的品牌，那你的品牌说我再重新做起来，而且把人的品牌在中国的消费者里面，广度和深度上可以说无孔不入，给这个品牌塑造的非常好，那你说老百姓为什么说我非得要重新买一个自主品牌呢？自主品牌的企业，自主创新企业，在品牌上的难度，是比合资公司要大很多的。尤其是汽车产品，我们这种汽车企业，要付出的努力要比合资汽车公司多出好几倍，有时候还费力不讨好，还会反复。你得摸索，形势完全变了。

主持人 赵福全：在不公平的竞争环境下，还有一个问题，现在是互联网人都要造车，造手机的也要造车，在互联网浪潮下，汽车产业作为一个传统的制造业何去何从？如何做好互联网+或者+互联网这套命题，把汽车产业做到上升一个新的台阶上，您有什么很好的想法和建议？

李庆文：互联网+或者互联网企业造汽车，这是一个现象。这个现象说明了什么？说明了这次工业革命它的主导力量不是机械产品，也不是电子产品，而是互联网，而是数字产品，或者智能产品。说这次工业革命，究竟特征是什么？我也学习了很多，到目前为止也没有明确的归纳。过去归纳几次工业革命都有一句话，一个技术，或者一个产品，一下子说清楚了，现在不是。其实现在的互联网企业造汽车，互联网企业渗透到汽车产业的所有产业链每一个环节中，正是这种工业革命或者产业革命，它在启动或者在到来之前的一个序幕，我认为是一个序幕。

我个人认为，究竟是互联网+汽车还是汽车+互联网，这个不重要，重要的是我们要理解当下工业革命到来，脚步已经走来，它的声音在我们耳边了，它的潮水已经涌进到我们脚下了，我们作为企业来说怎么面对它，但是这个潮水你怎么来驾驭它。

汽车企业有的主观认为你互联网企业造不出汽车，一百多年的积淀，产品的复杂性，机械产品的复杂性，汽车产品又是机械产品最复杂的产品，你怎么一下能给我颠覆呢？互联网企业说我造你这个车也无所谓，我听说最近有一个别的行业，到了一个汽车公司去，我们汽车企业的一些工程技术人员跟他汇报，因为他要造汽车，他说你都不用跟我说这个，你就说这个车造出来多少钱，什么时间，别的都不听。这些企业你说这是对还是不对，也不一定对，也不一定不对，我认为现在正是一个革命到来产业变革时期，用什么方式使这个产业发生革命，发生变化，大家都在探索，都在实验，实验的牺牲者，实验的先驱烈士都会有的，他们未来是英雄，还是牺牲者不知道，但是我认为有人实验比没实验好。

互联网公司在资本市场融了很多资本，投入到这里，对汽车是好事，有人实验要从互联网思维，互联网的逻辑上造汽车，这也是一种实验。它能成还是不能成？我确实现在不敢给予定论，但是汽车产业，汽车行业的人我要提醒大家，千万千万不要对这件事情抵触，漠视、冷淡，不以为然，要重视，要热情要以为然，要主动参与，主动进去，不用等着别人来互联网我们，我们应该去互联网别人，互联互通是人类社会，人类发展到今天的一个需求，是技术给人类解决了这个需求问题，过去人都想互联互通，都想眼观六路耳听八方，都想不出门便知天下事，人的欲望是无穷无尽的，但是今天信息革命，素质革命，智能革命给他们带来了这种机会，所以说人必然需求要变化。我们也不要现在的 30 岁、40 岁、50 岁的眼光来看汽车，我们用 10 岁、20 岁那个人的眼光来看汽车，那时候汽车什么样，我觉得我们这一代人可能说了不算。

主持人 赵福全：最后一个问题，您当《汽车报》社长有了 18 年。你当年一起采访的小处长 40 岁已经变成了老部长，一个小的企业家 40 岁，算年轻的企业家了，现在也变成了老企业家了。因为汽车产业太复杂，也太庞大，它是一个系统工程，既需要国家的顶层设计，也需要企业家扎扎实实的努力，更需要工程师认认真真地做科研。从您的角度反过来看未来中国要抓住产业革命，科技革命的历史时期，这是一个十字路口，做好了我们一步登高，如果做不好，我们还要重复一百年前失败的故事。您对于国家的决策者和现在的一些企业家们，没有很好的建议？希望他怎么样在他的位置上为这个产业发展壮大，尽他的责？

李庆文：我们国家的决策者们，企业家们地还有参与汽车行业的每一个从业者，特别是高端人士，首先要树立一个大的开放观，一个全球的视野。这种开放的思维，开放的观念不能变。我们一定把我们中华民族，我们中国的汽车融入到全世界，一定要使我们这个国家，我们这个民族在世界浩浩荡荡的潮流中成为主流，成为浩浩荡荡的主力军，不能把我们隔离开来，或者对潮流的东西不重视，这是第一点。你作为一个国家的决策者，如果没有这样的观念是不行的。

第二科技的观念要更加重视，我说的现在的关键期最重要是，我们现在的选择都是科技为主导的前提下选择。我们改革开放时候的选择，我们的汽车技术没有发生根本性变化。1978 年我们开始改革开放，那时候汽车技术比较成熟，到如今这个阶段里，我个人认为汽车技术没有根本性的变革，都是在过去汽车技术过程中的演变，和次序的改进或者是次序的创新，但是不是一场变革。

现在的汽车技术，要面临着一个新的变革，汽车的技术要变革，汽车的设计，汽车的概念提出，汽车的生产制造，汽车的使用，汽车企业的管理方式，都会发生变化。概括起来就是你的生产方式，你的管理方式，你的使用方式都会发生根本性变革。在变革过程中，大家一定要记住他起主导性的作用是技术，而不是别的。

改革开放的时候需要要政治勇气，我们需要开放，我们把世界先进的科学文化技术知识学过来，那是现成的，那是已经成型的东西我们照学过来，就可以，今天不是，今天到了历史的节点，我们这个国家，如果是科教兴国，就更加重要，要把科学技术放在一个足够的高度，我们的政府决策者，我们的企业家，对科学技术我认为要比改革开放当初，比邓小平提出来“科学技术是第一生产力”还要重视。如果那个时候说邓小平说的“科学技术是第一生产力”是有拨乱反正，把过去本来全世界产业界认识的普遍道理告诉我们“科学技术是第一

生产力”，把左的东西，把意识形态的东西打掉，起到这个作用以外，今天说的“科学技术第一生产力”是真正的技术要改变人类的生活方式，改变人类的价值观，改变人类未来的走向，这样来认识。

我觉得现在可能这个问题还没有这样认识，这样的高度才能够迎接工业革命和产业革命的到来。最后一个还得踏踏实实地做，实践出真知，踏踏实实地做。在不确定的前提下，或者在方向明确的前提下踏踏实实地做，勇于做实践，敢于实践，敢于探索，而且做的时候要务实，要睁开眼睛看事实，不要抽象概念，不要听风就是雨，不要随波逐流，不要跟着一些过一段时间就过去的风跑，要跟着科技革命的风跑。

我们这些年来，成功的汽车企业都是这样的，他们始终不渝地在原先汽车的框架下一直奔波，不被外界的东西干扰，所以“两长”的成功也在于这里，不被外界各种各样的风潮干扰，自主创新能不能成功，自主品牌要不要，人家没听这些，我就是一直往前奔跑，我要做中国的汽车，中国的品牌，要自主创新，所以才有“两长”今天的成就。今天迎接产业革命也是如此，这是我的三点看法。

主持人 赵福全：谢谢社长，时间过的很快。应该说社长用简短的时间把自己这么多年作为汽车产业的主要参与者，也是见证者，实际上是上边能够对产业的决策，更对企业的科学家，也包括我们的工程师，也包括我们的老总多少年来直接的接触，积累的经验，我认为社长的访谈是充满激情充满智慧，也充满很多哲理，辩证地看产业的发展，也有很多的时政，包括“两长”的成功证明可以突破体制，企业只要扎扎实实做，在市场上竞争一定能够取得成功。

现在中国汽车产业是处在一个科技革命的一个非常历史时期，抓住了我们会走向一个新的台阶，新的高度，这不仅仅是汽车产业的使命，更是中国制造业赋予的机会和使命。从您当社长看汽车产业从来没有缺少过争议，也没有缺少过纠结，但是在这个过程中，唯一一个正确就是要探索实践、敢于创新，您也谈到无论是国家的产业制定者也是企业家，最后都要在重视科学，重视知识，重视创新上下足工夫。最主要是千里之行始于足下，过分的争议徘徊远不如实实在在的去实践，在实践的过程中，你会找出正确的方向，寻找出正确的商业模式，最终成功属于努力的实践者。

谢谢社长，也谢谢网友。