**“红旗”为什么高高飘扬**

今年上半年，受新冠疫情影响，汽车市场压力前所未有。根据全国乘用车市场信息联席会的数据统计，上半年整个汽车市场下滑了18%，乘用车市场下滑了23%。但是在这样的背景下，一汽“红旗”自主品牌却逆势崛起，产销两旺。请听录音评论《“红旗”为什么高高飘扬》：

【出现场声】

在第17届中国（长春）国际汽车博览会上，9号馆“红旗”展台成为最大的明星，红旗自主品牌收获了消费者热烈响应。

【出录音】

**消费者1：“现在红旗H5，红旗H7，加上HS5这几款适用于大众消费。”**

**消费者2：“红旗这个品牌现在质量做的非常好，而且外观也非常大气，咱们民族汽车产业能做出这么好的汽车，所以我来车展就看红旗。”**

**消费者3：“而且中国现在红旗我认为是在蓬勃地发展，以后我认为它肯定会更越来越好的。我认为红旗是绝对NO.1可以做到的。”**

【录音完】

一汽红旗官方公布的销售数据显示，6月份，一汽红旗的单月销量突破了15400辆，同比增长92%，1-6月累计销量更是突破了70000辆，同比增长111%。这种表现，在艰难的市场环境下，犹如黑暗中的一束亮光。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树：【出录音】

**“在去年汽车市场相对较难的情况下，今年又受到新冠疫情的影响，应该说属于一个难上加难的、相对比较艰难的一个特殊时期。几大汽车集团，应该说总体来看，处于一个极其艰难的程度。而一汽红旗销量同比是正增长的一个良好的业绩，所以在几大汽车集团中一汽表现是最为突出的。”**【录音完】

一汽集团董事长徐留平：【出录音】

**“对中国一汽来说，目前也是汽车行业里面唯一一个没有裁员、没有减薪的企业。因为总体（看），我们的指标进展的还比较好，这个过程当中，我们中国一汽的自主品牌无论是红旗、解放还是奔腾都实现了一个正增长。”**【录音完】

“红旗”为什么高高飘扬？一个重要原因是，面对疫情影响，一汽红旗主动反应、创新应对。早在2月初，中国一汽就率先在全行业实现了复工复产，发挥了龙头企业作用，通过带动上下游核心配套企业，在全链条上提高了企业的复工率、复产率。

中国一汽红旗工厂制造部H总装车间工长王闯说，从复工到现在，他们一直是满负荷生产，保质保量地完成了生产任务。【出录音】

**“今年的产量是要大的，因为有两款新车型要上市。因为我们这个9JPH要爬坡到18JPH，所以所有的人员操作岗都要翻一倍。”**【录音完】

王闯提到的9JPH的意思是工厂目前每小时生产9辆车，而按照生产计划，六月份要实现每小时生产18辆车。这就意味着产能要翻一倍。一汽集团董事长徐留平：【出录音】

**“在这个过程当中，对于中国一汽来讲，我们是叫做化危转机，这一点无论是从我们去年的一系列的准备和今年预期之间的一系列的工作来看，目前来看，还是非常有效的。一个复产，一系列的协调，每个分支公司的协调，确保整个过程中的生产，比起其他的整车企业来说要好。”**【录音完】

吉林大学教授、政治经济学博士宋冬林：【出录音】

**“面对困难，大家不能光一味的怨天尤人，一定要主动出击、下苦功。就是在经济最衰退的那个所谓的（19）29年、（19）33年大危机的时候，有1/3的银行垮掉了，1/3的企业垮掉了，但是人的需要还是存在。应该说一汽上半年他们做了大量的工作，尤其是在疫情这样特殊的情况下，这应该是非常不容易的。”**【录音完】

“红旗”为什么高高飘扬？另一个重要原因是，由“高冷”走向亲民，红旗“旗谱”的强力拓展，满足了人们日益增长的消费需求。

红旗品牌销量的提振，与其家族产品阵容的丰富和性价比高的亲民之路息息相关。如今，一汽红旗已经完成了从轿车到SUV、从传统能源车型到新能源车型的全面布局。吉林大学教授、政治经济学博士宋冬林：【出录音】

**“我觉得红旗品牌非常重要的这么一个成功的启示就是，一汽花了大量的精力，这里头你不仅讲他们品种的变化。因为原来我们印象当中，就是老红旗，比较贵，对吧？现在就不是说光它一款了，包括SUV、轿跑等等，就是一个成系列的。就是自主品牌的发展还要靠自身。红旗车卖得好，别的车为什么卖得不如红旗车？说明它的这个性价比肯定满足了这些消费者的需要。”**【录音完】

一汽红旗销售网络的稳健扩张也助力了产品的销售。一汽红旗官网显示，其服务网点已经达到了105家，覆盖全国30个省级区域，相比于2017年，其销售网络已经扩大了5倍。

随着产品线布局的完善，红旗品牌车主平均年龄也有所下降，目前购买红旗产品的80后、90后消费者占比已经提升至60%以上了。

金山红旗汽车销售服务有限公司位于长春市绿园区，这里的销售业绩领跑全国红旗店。销售总监李广宇：【出录音】

**“针对于不同的客户群体，推出了很多相应的政策。比如像援鄂的医护人员，我们除了免购置税，赠送油卡之外，我们还给提供了终身免费赠送保养的服务。进店的量也是成倍的增加。5月份长春红旗这三个店的话应该是在全国红旗店排前三，我们店这个月也做到了全国第一，一共是卖了205辆车。”【录音完】**

随着红旗的转型，老百姓接触红旗的机会越来越多。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树【出录音】

**“一汽红旗在营销体系的打造上，从过去偏重于公务车市场，逐步偏向于整体的私人消费者为重心的一个发展格局，提出了适应私人消费者适用的产品。同时在我们的经销商的体系上也建立了完善的一个经销商的一个网络体系，跟各种的店头布局的体系，推动了各地消费者对红旗的良好的一个接受度。这也使红旗的销量得到一个很好的体现。 ”**【录音完】

“红旗”为什么高高飘扬？在增长的数据背后，除了提升颜值、合理定价，最根本的是核心技术过关。红旗才真正有了“高端品牌”的底气。

在中国一汽红旗全数字化工厂采访，记者看到，从国内自动化程度最高的冲压车间，到100%焊接自动化的焊装车间……众多国内首创的先进技术，体现出柔性化、数字化、智能化、绿色化工厂的设计理念。一汽集团工程部副总经理张晓胜【出录音】

**“在这个整个车间的这个建设过程中，我们也采用了很多的先进技术。这样就可以很好的实现我们未来针对市场大规模个性化定制的一个需求，那么这样的技术我们中国一汽是全球首发和首用。”**【录音完】

现在的红旗车发动机、变速箱以及底盘，全部为自主设计、生产装配。中国一汽集团研发总院院长助理蒋文虎：【出录音】

**“我们红旗绝对的专属技术，目前在国际上也是基本是领先的。我们是整个全新的自主的智能网联化平台，无论是电池技术还是我们电机技术，还是智能网联技术，都是现在全球上数一数二的这种技术。”**【录音完】

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树：【出录音】

**“我觉得一汽红旗成功不是一个偶然因素，首先第一个是一汽集团长期以来对技术研发的一个深入的投入，奠定的长期、很深的一个技术的功底。而近期的话又强调‘红旗强中国强’。只有红旗做好，才能使一汽整体来说达到一个更高的水平，所以中国一汽把所有的资源向红旗倾斜，所有最优秀的人都在红旗去努力去工作，也为红旗奠定良好的人员跟技术的一个基础。”【录音完】**

一汽集团董事长徐留平：【出录音】

**“这个过程当中，我们的体会有两个。一个方面就是技术方面的创新。目前我们红旗产品的技术在整个全球高档豪华车里面，我们是走在前面的。第二个就是数字化的转型。你看这次疫情期间，我们所有产品的研发制造原则上不受影响，销售也是完全数字化的营销。因此，这种数字化的手段为整个产业的转型升级奠定了一个好的基础。”**【录音完】

2020年时间过半，汽车市场整体依然销量疲软。一汽红旗大幅度的同比增长，成为自主品牌冲高的风向标。

一汽红旗逆势崛起的速度不仅让合资车眼红，也为提振行业信心和经济社会发展起到了示范、推动作用。