■長安混合動力汽車下線儀式（圖右為長安集團董事長、總裁徐留平）

長安「做強做大」踐行第三次抉擇和承諾

在大與強之間，有一句頗富哲理的話：「做大不一定就能做強，但做強了就一定可以做大。」長安集團，這個歷經145年中國近現代史上風霜雪雨的百年企業，2007年，實現銷售收入581.18億，產值、收入雙超500億元，成為重慶市第一家500億元級企業集團，此舉標誌着百年長安正順利實施和實現第三次抉擇和承諾，那就是「做強、做大」。

本報記者 王長富、徐家強

對於百年長安的過往歲月，曾有媒體概括為「橫跨三個世紀，歷經百年滄桑」。在這其間，我們不知道長安面臨過多少抉擇，又作出過多少抉擇。而決定長安生死的歷史抉擇有三個：一個是抗日戰爭爆發後，在民族生死存亡的危難之際，長安由南京向重慶的大搬遷；另一個是改革開放後，上世紀80年代初期，在軍工企業「保軍轉民」的國家整體部署中，長安上馬微型汽車。這兩個抉擇，一個決定了長安作為企業實體的繼續，一個決定了長安終將興旺發達。尤其是這後一個抉擇，決定了長安集團的今天，正是這樣一種抉擇，才使長安集團在做強做大的道路上一路飛奔而來，有了最為堅實的基礎和最為牢固的保障。從此，我們在祖國的大江南北，城市鄉村都能夠看到長安汽車那矯健秀麗的身影；從此，我們也才能在行駛着的長安汽車上感受到長安集團對「造百姓車」的承諾的份量；從此，長安集團也才在滾動着的車輪上，抓住了歷史所賜予的難得的發展機遇，並通過長安人的不懈追求和努力拚搏，獲得了難以細數的種種榮譽和獎賞……

2007年，為了推動重慶成為長江上游的經濟中心，長安集團公司領導分別在不同的公開場合，多次向社會承諾，長安集團將集全公司之力，在2007年年底率先實現500億元級企業集團。做強做大，這就是長安集團面臨的第三次抉擇和承諾。

2007年，長安集團實現銷售收入581.18億，產值、收入雙超500億元，成為重慶市第一家500億元級企業集團。全年銷售汽車85.77萬輛，同比增長23%；其中，出口3.8萬輛，同比增長67.3%；在中國汽車業中繼續保持第四。

500億，不僅僅只是一個數字，它代表着一個企業在「做大」與「做強」上的標杆意義；代表着一個企業「鐵肩擔道義」的一種姿態，更代表着一個企業對於使命的抉擇以及對社會責任的一份鄭鉅承諾。面對抉擇，長安實現了自己的承諾。

三次生死攸關的抉擇，長安一路走來，由弱到強，從小至大，已不再是以前單一的特種機器製造企業，而是集傳統特種機器製造和在汽車主業發展的基礎上，集房地產、酒店、物流、IT、汽車電子等板塊在內的特大型企業集團：總資產420億元；員工總數逾4萬；擁有重慶本部、江蘇南京、河北保定、江西南昌四大汽車生產基地，10個汽車製造廠，兩個汽車發動機製造公司和兩個特種機器製造廠以及眾多控股公司；「長安」品牌價值200.26億元，名列全球最有價值品牌中國榜第9位，中國汽車工業自主品牌含金量最高……

■長安汽車海外商務大會

速度決定發展

「在把握規律的前提下，保持適當速度的高增長，正是我們提升競爭能力，應對外來挑戰的重要保證。」這是黨的十七大代表，長安集團董事長、總裁徐留平對於長安集團今後的發展經過深思熟慮，謀定而動，在集團內部和回答媒體採訪等多種場合所表述的「速度理論」。這種理論，其實也為長安集團之所以能實現產值收入突破500億元的規模作出了最好的註釋，更可以把它看做

■新裝版長安奔奔

是長安集團立志於「做國際化的優秀企業」，在今後向更高目標突飛猛進的一種理性的抉擇。

1997年前後，長安發展徘徊不前，市場佔有率從第一位降至微車行業第4位，跌出汽車行業前10名，面臨着生死存亡的嚴峻考驗。1998年9月，隨着「一個動力，五大工程」戰略思路的確定，生產經營呈現出良好態勢，使長安汽車真正走上了規模化、規範化、系列化的健康發展道路。1999年，長安汽車年產銷量突破15萬輛。2000年，長安汽車年產銷量突破20萬輛。2001年，長安汽車累計投放市場突破100萬輛，成為中國微車行業產銷量率先突破百萬輛的企業。同年底，長安產值、銷售收入雙雙突破百億元大關，成為重慶市第一家「雙百億」企業。2002年，長安建廠140周年。當年，長安產銷汽車雙雙突破30萬輛，較3年前的產銷15萬輛翻了一番，成為國內僅有的四家年產銷量超過30萬輛的汽車企業之一。2004年，「三年再造一個長安」提前1年成功實現，長安汽車規模再次翻番。2005年11月11日長安汽車第300萬輛汽車下線，書寫了中國汽車工業的新篇章。第300萬輛是長安汽車發展壯大的一個重要里程碑，宣告長安進入了一個新時代。

正當長安一帆風順的時候，06年2月26日，長安集團新舊掌門人在全國數十家媒體前首次公開亮相並成功交接。42歲的徐留平出任長安「新掌門」。

站在「巨人」的肩膀上，徐留平和長安集團的決策者們思路非常清晰。「在長安的發展中最大的競爭對手是我們自己，最大的危機就是我們感受不到危機。」面對中國汽車工業發展的新形勢，徐留平在長安集團提出了「T35事業領先計劃」，旨在通過實施該項計劃，迅速提升盈利能力、成長能力和創新能力，實現長安的全面領先，躋身中國汽車集團第一陣營，做國際化優秀企業。事業領先是長安變革與發展的長期計劃。T——時間（Time）+提升（Tisheng）：3——提升盈利能力、成長能力、創新能力3大能力。5——實現市場、產品、成本、體系、文化3大板塊領先。

在T35事業領先計劃的指引下，2006年長安集團實現工業總產值451.8億元，實現銷售收入432.4億元，產銷汽車突破70萬輛。2007年，長安奔奔轎車和微車略略升級換代產品長安之星2、長安星光35等先後上市，產品競爭力較之2006年大大提高。事實證明長安微車的戰略調整是極富成效的，長安集團的各項事業正在全面提升。

T35事業領先計劃無疑更增添了長安集團「做強做大」的底氣。

創新科技 踐行抉擇

2007年11月8日，南陲珠海，全新福特蒙迪歐-致勝實現了真正意義上的全球同步上市。致勝的上市對長安福特馬自達汽車既是一個考驗，更是一種證明，讓中國消費者站在了全球市場潮流的最頂峰，率先親身感受到代表歐洲最新設計理念的全新車型。

這僅僅只是長安集團在產品方面的一個縮影而已。產品是企業一切活動的載體，也是企業實力、性格、終極追求等的最直觀的外在表現。所以，長期以來，長安集團在產品的開發生產上積累了極大的心血和能量。他們始終高舉自主創新、自主開發的旗幟，一路前行。

為了建立汽車自主研發體系。長安搭建了重慶、上海、海外「三點一線」研發體系，是中國首家設有海外研發中心的汽車企業。2005年，長安汽車工程研究院在國家認定評價中位居行業第二位。2006年，被國務院發展研究中心定為「長安模式」。長安汽車日本研發中心正在籌建中。

在注重知識產權管理方面。近五年長安累計申請專利數千件，比「九五」期間增長了90倍。2007年，長安申請專利700餘件，居中國汽車行業第一。同時，長安制定了產品開發流程，完善研發規範近1000多項。

合資合作與自主創新並舉也取得了重大突破。一方面長安積極加強與美國福特、日本鈴木、日本馬自達、瑞典沃爾沃等的合資合作，提高自身技術實力；另一方面，不斷加強自主創新的速度和力度。「十五」期間，長安汽車研發投入45億元，完成整車整機開發8款，改進37款，新品實現量產84萬輛，直接創造經濟效益310億元。成功推出第一款自主知識產權汽車CM8，第一款自主品牌轎車「奔奔」；完善了F、G兩大系列發動機平台產品，新開發CA、CB、CC三大系列平台，產品涵蓋0.8L-2.2L排量的高水平寬系列產品。

長安集團以創新科技的實踐，忠誠地踐行着自己的抉擇。

■優秀的長安汽車海外經銷商

■位於意大利都靈的長安汽車歐洲設計中心

■長安混合動力汽車下線

長安目標：國際領先

所有企業的成功之路，「管理」和「企業文化」可謂「重中之重」。「長安模式」在管理上的「體系領先」及企業文化上的「雙關心」是長安現實成功和未來發展的致勝法寶。2007年11月27日，在長安汽車海外商務大會上，徐留平向來自世界各地的長安汽車海外經銷商表示，發展海外市場是長安汽車走向國際化的必然選擇，長安集團將繼續加大海外市場拓展力度，不斷向優秀的國際化汽車企業邁進

2004-2006年，長安汽車出口分別為4404輛、15164輛、22988輛；2007年出口近4萬輛。三年時間，長安汽車出口實現了近10倍增長。目前，長安汽車出口產品已涵蓋自主品牌轎車、商用車等多種車型。長安之星2、長安奔奔、長安傑勳等自主品牌汽車相繼走出國門，走向世界，特別是2007年長安首款自主品牌轎車奔奔成功出口海外，全年海外銷量突破5000輛，並在海外市場保持熱銷勢頭，成為中國同級別轎車中出口最多的車型，更加增添了長安汽車開拓海外市場的信心與決心。

經過多年努力，長安汽車已進入美國、南非、敘利亞、阿爾及利亞、巴基斯坦、埃及、哥倫比亞等100多個國家和地區。形成了南非、敘利亞、阿爾及利亞等核心市場，並在美國、馬來西亞、巴基斯坦等國建立了生產線。同時，在俄羅斯、烏克蘭以及墨西哥等市場開拓工作取得重大突破，正在建立營銷網絡，有望成為新的萬輛級市場。

■長安重慶工廠生產的奔奔

■長安奔奔在上海港口裝船出港

重慶交通旅遊投資集團有限公司

■重慶市副市長譚棣偉（左二）為南天湖項目開工奠基

■重慶晾東大橋勝利通車。

展國企雄風 塑渝州美景

重慶交通旅遊投資集團有限公司（以下簡稱交旅集團）是重慶市政府獨資的八大投融資集團之一，肩負着重慶市高等級公路和旅遊景點的投資、建設、開發、經營和管理的歷史使命。公司成立5年來，高舉中國特色社會主義偉大旗幟，堅持科學發展觀，發揚「苦幹、實幹、奮進、拚搏」的企業精神，資產從成立之初的13.7億元，增至234億元；年主營業務收入由2000多萬元，增至8.7億元，為重慶經濟社會發展和國有資產的增值保值作出了突出的貢獻。本報記者 張蕊

■董事長李健表示：交旅集團已站在新的歷史起點，開始新的征程。

決戰「八小時重慶」工程 展國有企業雄風

「8小時重慶」的交通建設目標，是時任重慶市委書記賀國強提出的，意即在2004年以前，重慶要建成一個以高速公路為主骨架，由高速公路、高等級公路和一般公路構成，橫貫東西、溝通南北的快速公路網，保證從重慶管轄的任何一個區縣政府所在地，驅車能夠在8小時之內到達重慶主城區。

據交旅集團董事長李健介紹，「8小時重慶」工程總投資近百億元，其中高等級公路佔40%，總共約40億元的高等級公路建設資金，由中央及重慶市承擔2/3，區縣自籌1/3；而重慶大部分區縣都屬「老、少、邊、貧、庫（區）」，財力薄弱，根本無法負擔修路的十幾億建設資金。到2002年底，「8小時重慶」工程因資金問題，幾乎擱淺停工。

「沒有缺錢的政府，只有辦法不多的政府。」這是從上海空降到重慶，素有「資本市長」之稱的重慶市常務副市長黃奇帆的經典名言。為解決建設難題，重慶市委、市政府本着「發展要有新思路，改革要有新突破，開放要有新局面，工作要有新舉措」的精神，決定將分散在各區縣的高等級公路建設資金集中起來作為資本金，迅速組建交旅集團，及時挑起「8小時重慶」工程的建設重任。

憑着國有大型投融資集團的良好信譽，交旅集團（原名重慶高等級公路建設投資有限公司）在成立揭牌的當日，就獲得國家開發銀行、工商銀行、建設銀行等授信貸款118億元。

由於資金到位，組織得力，交旅集團只用了9個月的時間，就完成了區縣兩年的工程量。2003年12月26日，「八小時重慶」工程順利通車，實現了這一凝聚兩屆重慶市委、市政府領導心血和3000多萬重慶人民期盼的「民心工程」。

編織縣際聯網公路 解公路建設難題

「8小時重慶」工程是連接重慶各區縣與主城的交通幹線，而重慶下轄的40個區縣之間，則要靠縣際聯網公路來連接。總投資100多億元，建成36條共2300多公里的縣際聯網公路，是重慶市委、市政府賦予交旅集團的又一光榮而艱巨的歷史使命。

但龐大的建設資金從何而來？

根據有關政策，除中央和重慶市政府負責解決30%－40%外，其餘資金均得由重慶交旅集團通過銀行貸款和其他融資渠道自行解決。談及此，李健董事長最為滿意的是交旅集團以「項目換土地」的公路建設融資新模式。

李健解釋說，在道路、橋樑、隧道等交通設施未完善前，當地的土地價格相對較低。在重慶市政府賦予交旅集團土地儲備功能的前提下，交旅集團先用修路或建橋等建設項目，把當地的土地置換過來，待路橋建成後，土地就會急劇升值，這時再把置換過來的土地賣了，將升值的資金用於項目建設和後期還貸。這樣一來，就有效地解決了交通建設的資金難題。

重慶市北碚區嘉陵江碚東大橋的快速建設就得益於此。作為連接重慶兩條高速公路、兩條國道、省道的重要交通樞紐，當地政府對此座大橋的建設規劃已久，但近3億元的建設資金卻讓當地政府束手無策。通過以「土地換項目」的方式，當地政府在2004年拿出4000畝土地給交旅集團進行大橋建設項目置換後，交旅集團隨即投資啟動了大橋建設工作。如今，該大橋已於2007年12月12日順利通車。

截止2007年底，交旅集團承擔的縣際聯網公路建設已實現初通，建成特大橋、大橋5934米/17座；中長隧道12833米/8座；處置滑坡150多處，優化線路約125公里，打破了千百年來制約山區人民走出大山，奔向富裕生活的交通屏障。

啟動旅遊大項目 塑渝州自然美景

按照重慶市「十一五」規劃，重慶既要建成長江上游的交通樞紐，又要建成長江上游的旅遊中心。這兩項建設的重任，都壓史性地落在交旅集團的肩上。

李健董事長表示，作為重慶市政府的投融資平台，交旅集團將充分發揮投融資渠道暢通的優勢，加大對重慶旅遊業的投入，解決重慶景區景點投入不夠的老大難問題。目前，交旅集團已先後與國家開發銀行、農業銀行成功簽訂63億元的旅遊開發資金授信協議。

重慶市分管旅遊工作的副市長譚棣偉強調，旅遊開發的關鍵點和落腳點在大項目建設，一定要高水平規劃、高起點建設、高效率管理和高要求營銷。

■交旅集團下屬重慶野生動物世界裡威嚴的非洲獅。

按照譚副市長「不埋怨，不爭論，大聲幹，幹起來再說」和「開工不停工」的指示精神，交旅集團已全面展開了長江三峽、山水都市、烏江畫廊三大旅遊精品的整合和規劃。2007年9月，南川金佛山、豐都南天湖旅遊項目開工建設，拉開了旅遊大項目建設帷幕。

目前，南川金佛山索道設備正由法國波馬公司抓緊製作；全長10.47公里的金佛山西坡旅遊公路已建成；溫泉已開始鑽探；連接渝湘高速公路和金佛山景區的快速通道正在勘察設計；豐都南天湖成功蓄水，水質良好；連接豐武路的5.3公里景區公路正加快建設，已完成工程量20%；連接南天湖和仙女山的12.5公里道路已完成勘察設計；巫山旅遊機場前期工作快速推進，已編制完成項目建議書，向民航管理部門進行了匯報；「建設重慶長江三峽百里紅葉長廊基地」項目已經啟動，可研報告、項目用地、選種育苗等工作正強力推進。2007年，交旅集團旅遊項目總投資2.1億元，實現了旅遊開發的良好開局。

重慶交通旅遊投資集團大事記

2002年12月12日	重慶高等級公路建設投資有限公司（重慶交通旅遊投資集團的前身）掛牌成立，重慶市委常委、常務副市長黃奇帆作了重要講話；國家開發銀行、中國建設銀行、工商銀行等為公司授信貸款118億元。
2003年7月21日	原重慶市委書記黃鎮東在李健董事長的陪同下，視察了「8小時重慶」的控制性工程——通渝隧道。
2003年12月26日	「8小時重慶」通車典禮在涪陵白鶴梁行，公司圓滿完成了市委、市政府交辦的任務。
2004年9月24日	市交委主任丁純、副書記余昌平、副主任籐宏偉等領導列公司調研工作。
2004年10月10日	公司在全市高等級公路安裝防撞護攔1600多公里，使重、特大傷亡安全事故降低了75%，死亡人數減少了98%，損失降低了97%，被民眾譽為「生命工程」。
2004年10月18日	公司投入22億元回購公路1590公里，用10億元解決歷年來區縣拖欠民工工資的問題。
2005年5月1日	公司董事長李健榮獲「全國勞模」稱號，並在北京人民大禮堂接受表彰。
2005年8月24日	市長王鴻舉、副市長吳家農視察渝南大道B段施工現場，王市長讚譽渝南大道工程建設進展順利。
2005年9月17日	市委常委、常務副市長黃奇帆向公司頒發了國資委2004年度特別獎勵的一等獎獎狀。
2005年9月28日	原市委書記黃鎮東出席長壽長江大橋開工儀式。
2006年8月18日	公司積極響應市委、市政府抗旱救災的號召，捐贈了200萬元的愛心款。
2006年9月29日	公司更名為重慶交通旅遊投資集團有限公司，市政府副市長譚棣偉出席掛牌儀式並作了重要講話。
2006年10月9日、11月14日、12月20日	副市長譚棣偉到公司就旅遊工作進行專題調研。
2006年10月26日	公司被市總工會授予「市級模範職工之家」榮譽稱號。
2006年11月3日	公司順利通過了「市級文明單位」驗收；
2006年12月28日	黔江到石柱二級公路開工建設。
2006年12月31日	集團圓滿完成市委、市政府下達的2006年15條575公里「民心工程」建設任務，縣際聯網公路總里程達1388公里；完成通行費收入3.8億元。
2007年3月25日	集團獲「重慶最佳誠信企業」獎。
2007年4月5日	重慶長江三峽旅遊開發公司、重慶山水都市旅遊開發公司、重慶烏江畫廊旅遊開發公司成立。
2007年6月18日	李健董事長榮獲「重慶直轄十年建設功臣」稱號。
2007年9月26日-27日	豐都南天湖旅遊項目、南川金佛山旅遊項目相繼開工。
2007年11月29日	「長江三峽百里紅葉長廊工程」在巫山建設啟動。
2007年12月12日	北碚碚東大橋實現通車。
2007年12月31日	集團總資產達234億元。

■交旅集團5年建成特大橋、大橋17座。

■交旅集團建設的高等級公路潔淨暢美。

■美麗的小三峽是三峽庫區唯一的5A風景區。