



珠海航空產業園：打造中國最大世界一流通用航空產業基地

走進珠江口西部第一大島——珠海金灣區三灶島上，珠江兩大入海口——磨刀門和雞啼門之間，坐落着廣東省唯一一個國家級航空產業園——珠海航空產業園，這裡依山傍海，山青水秀，風光旖旎，宛若一個天然大花園；這裡承載着珠海人的航空產業夢，也肩負着填補廣東省產業空白，落實國家戰略的重要使命；這裡項目建設如火如荼，產業發展蓄勢待飛，跨越在即，一個「中國最大世界一流的通用航空產業基地」將在這裡崛起。

■香港文匯報記者 李芳



四年實現「三級跳」 躋身國家級航空園

2007年底，廣東省政府批准設立珠海航空產業園。2008年11月4日，珠海航空產業園正式開園，國務院副總理張德江，全國政協副主席李金華，中共中央政治局委員、廣東省委書記汪洋等領導出席了開園儀式。

經過短短4年開發建設，珠海航空產業園成功實現「三級跳」，從市屬經濟功能區晉升為廣東省唯一的民用航空製造業基地和省市共建重點園區。2009年12月，又獲國家發改委批准為「航空產業國家高技術產業基地」，升格為國家級航空產業園。2010年底，榮獲國家工信部批覆的「國家新型工業化產業示範基地」稱號。

如今，珠海航空產業園已躋身9個國家級航空產業園之列，與西安、瀋陽、成都、哈爾濱、貴州安順、天津、上海、南昌等老牌航空工業基地齊名，在國內外尤其是航空業界的影響力日益擴大。

司已成為亞洲最大的民用航空飛行訓練中心，珠海摩天宇發動機維修中心已成為國內維修等級最高的民用航空發動機維修基地，逢雙年在珠海機場舉行的中國國際航空航博覽會是國內外航空航企企業開拓中外市場的最佳平台。

珠海航空產業園規劃總面積99平方公里（含規劃填海區），其中建設用地面積65平方公里，山體面積34平方公里，目前可用建設用地約4.3平方公里，規劃填海約12.5平方公里。

園區內分三大區域，機場周邊地區為核心區，金海大道以南、機場東路以北為加工區，湖濱路與金海大道之



■中航通飛總裝試飛基地鳥瞰圖(在建)

間為配套區。珠海航空產業園核心区，充分依托珠海機場及跑道周邊豐富的土地資源、良好的淨空資源、暢順的海陸空交通資源，大力發展航空製造、航空維修、航空物流、飛行培訓及展示等龍頭項目，並以此帶動其他配套項目產業鏈的落戶，形成航空產業集聚。

航空項目紛至沓來 產業集聚呈現雛形

就在開園同年的2008年底，中航工業集團通用飛機有限公司作為產業園區的龍頭企業落戶珠海航空產業園，着力打造中航通用飛機公司「一個總部、兩個中心、三個基地」，即運營總部、通用飛機研發中心、通用飛機銷售中心、飛機總裝試飛基地、飛機交付及客服基地、航空運營服務基地。由此，涵蓋了航空製造業、服務業和臨空產業的通用航空產業在珠海正式發端。

之後，一批航空產業項目相繼落戶。據統計，珠海航空產業園自開園以來，共引進航空要素項目21個，投資總額約108億元，其中已落戶投資項目9個，在建項目2個，簽約待建項目10個。今年新引進重點項目7個，實際利用內資18億元。

一個通用航空產業鏈正在珠海航空產業園呈現雛形。2010年，園區重點項目中航通飛完成總裝基地一期建設並迎來溫家寶總理、張德江副總理視察，得到高度讚揚。中航通飛在一期工程完成基礎上，基本完成了部裝

廠房、複合材料廠房建設。啟動了西銳輕型飛機總裝生產線建設工作，計劃今年推出西銳SR20/22輕型飛機。今年7月，中航通飛與美國賽斯納公司簽訂戰略合作框架協議，開展翼狀系列公務機合作，預計2013年年底實現首架交付目標。設立了中航通飛華南飛機工業有限公司，總投資8億元，首期投資5000萬元，承擔通飛生產任務。

珠海商用航空中心已獲得民航中南局頒發的運營許可證，並於7月完成二期公務機庫主體結構施工，建成後將具備公務機維修服務功能；中信海直公司直升機基地服務項目投資約1000萬元，2000平方米機庫已於去年開工建設，目前已接近完工。

目前在談招商項目中，龐巴迪公務機維修基地項目已於今年4月與航空產業園簽訂了《合作備忘錄》，擬落戶設立亞太區公務機維修基地；利捷公務航空公司首期註冊資本2億元，將面向亞太地區開展公務機運營業務，該項目正在辦理民航行業初審手續。

今後，珠海航空產業園將通過落實與中航工業集團的全方位合作，發揮中航通飛龍頭項目效應，借助珠海發展國際化交流合作平台，依托現代化的珠海機場，加快引進航空運輸、航空製造、航空航博覽與航空服務等產業項目，打造全產業鏈，把珠海航空產業園建設成為「中國最大世界一流的通用航空產業基地」。



再造「中國式」汽車文化

縱觀中國汽車發展史，從「用合資換技術」到今天「合資自主同台競技」，中國汽車工業取得長足進步並躍身全球第一汽車大國，然而，自主品牌汽車發展道路卻始終步履維艱。這其間有種種原因，但從根本上說，中國自主品牌汽車造出來了，但中國汽車文化卻沒有建立起來。

從崇尚洋品牌的汽車消費文化，轉變為公平公正對待甚至支持自主品牌的「中國化」、再到中國品牌的「國際化」，中國汽車要贏得世界的尊重，中國汽車文化亟待歷史性變革！

■文：廣州汽車集團乘用車有限公司 吳松

從追洋崇外到文化自信 中國汽車文化積蓄變革能量

品牌是什麼？簡言之，就是這個品牌的產品在公眾心目中留下的印象。現在眾多的中國消費者已經被外資品牌養成了思維定勢，即使出現了好的自主品牌，卻連試都不願意試。

然而，中國汽車目前已經發展到了一個關鍵時期。經過多年艱難的發展，生產、研發、營銷，國內自主品牌汽車廠商都已經在做了，有些做的還不錯，取得了一些成績。然而，始終欠缺的是中國自主汽車文化。一個偉大民族的復興，如果沒有文化從根本上發揮作用，這個復興必然是難以實現且難以持久的。中國人在物質富裕的同時，更迫切地追尋尊嚴與自豪。中國汽車文化亟待順應這種變遷而實現變革，從崇尚洋品牌的汽車消費洋文化，轉變為公平公正對待甚至支持自主品牌的「中國化」、再到中國品牌的「國際化」，在汽車產業上實現一種文化自信。

從井噴發展到微增時代 中國汽車文化逆勢艱難前行

中國自主品牌汽車經歷了多年艱難前行，開始積蓄建立自主文化的力量，然而它不僅面對着一個競爭異常激烈的市場，而且還遭遇着汽車市場從井噴發展到

微增時代的拐點期。在未來中國汽車市場發展趨勢中，中國汽車文化謀求變革存在着有利與不利的因素。目前車市逐漸呈現出以下幾個趨勢：一是車市進入「微增長」時代，將長期緩慢增長，但發展空間廣闊。二是線城市限購限牌，三四線市場的重要性日益顯現。三是汽車價格下降，消費理性升級，更注重品質，中級車市場競爭成為關鍵，SUV已成為乘用車市場新的「藍海」。四是政府在公務車採購方面偏向自主品牌，自主品牌短期痛苦，但前景廣闊。

綜上所述，一方面，中國汽車市場由井噴發展轉入微增時代，另一方面中國自主品牌汽車卻出現全面下滑，中國汽車文化變革勢必將在逆勢艱難前行。

從產品自主到文化自主 中國理應有自己的汽車文化

文化並不是一種空洞的事物。一種具有說服力的產業文化的發展軌跡一定是建立在雄厚的產業基礎上，這種產業文化由弱到強的變革也迫切需要國家政策的配套支持，從而孕育產生先進榜樣帶動促進產業文化的創建提升，最終以一種開放自信的姿態向世界亮相。從產品自主到文化自主，作為全球第一的汽車大國，中國理應有自己的汽車文化。

其一，在技術產品的支撐上實現文化變革。

未來自主品牌將面臨更加激烈的競爭，國內自主品牌企業需要尋求更多的突破點，比如品質取勝、集成創新、國際化開拓、加強研發合作等。只有不斷創新，才能增強核心競爭力，才能在嚴峻的市場形勢下打破外資合圍，實現品牌的全面突圍，這將是創建中國汽車文化最重要的基石。

——品質取勝

早期自主品牌都是從低價起步，以較低的價格滿足了中國消費者對汽車消費的需求。隨着國民經濟的迅速發展、消費觀念的轉變升級，越來越多的人對品質追求逐漸增高，人們越來越關注汽車的品質、安全性、舒適性和性價比。所以，自主品牌務必要調整戰略，追求品質，以質取勝。

——整合資源

中國自主品牌車要造好，就要用全球化的眼光和縱深的思想最大化地應用好資源。中國目前是世界最大的汽車市場，全球產業資源都在積極開拓中國市場。在激烈的市場競爭下，自主品牌要想取得突破，必須做到「整合」+「聯合」。一是整合，必須整合所有可以調動可以培育的資源，追求高端製造業轉型、突破核心技術。二是聯合，聯合起來追求關鍵技術的突破。汽車的核心技術關鍵在於核心零部件技術、整車集成、電子電器、供應配套等方面，單憑一家企業很難在這些領域取得突破。因而，汽車廠商應以開放的心態，聯合起來展開技術攻關，突破核心技術。2012年11月6日，廣汽與奇瑞在北京釣魚台國賓館簽署戰略合作協議，表明兩家企業也在進行中國汽車業界首次嘗試。

——強化積累

強大的品牌都是百年積累的結果。百年積累的不僅是時間，更是細節以及對細節的持續改進。國內發展自主品牌汽車的時間非常短暫，目前最為缺乏的是具有豐富經驗的管理、技術人才以及行業的領軍人物。一方面，應加強積累，加強人才培育，為後續發展進行充分的積澱。另一方面，也建議國家出政策，加大對戰略人才的引進力度，並對在自主研發和自主品牌上做出重大貢獻的領軍人才實施特殊的政策，為技術的進步提供充分的資源保障。

其二，中國自主品牌汽車需要榜樣的力量。

榜樣的力量是無窮的，榜樣能形成星星之火燎原之勢。中國自主品牌發展到今天，已經具備了相當的實力，它所缺少的就是一個旗幟，一個榜樣。榜樣的產生不是突出地宣傳一個品牌，而是表明這個品牌已經達到了這樣的高度，跟它類似的品牌也有這樣的高度，與它有差距的品牌，應該用這個高度來勉勵和鞭策自己。

其三，文化變革亟待國家堅定不移地扶持。

一種文化的形成是一個長期的過程，因為它面臨着要打破顛覆原來固有的甚至是根深蒂固

的文化體系。中國汽車文化的形成也絕不是一朝一夕的輕鬆事，要建立自主的汽車文化，國家政府是最大的推動者。

首先，國家應該從產業政策層面堅定信心支持自主品牌。我們顯然不能依賴於跨國品牌幫助我們實現汽車強國的戰略。跨國品牌來中國不是扶貧的，他是來賺錢的。本來我們當初引進合資企業的時候，是希望能夠市場換技術，可現在合資已經30餘年，自主卻一直在夾縫中求生存。所以希望國家應該從產業政策層面堅定信心支持自主品牌。

其次，政府對自主品牌的扶持要落到實處。現在，各級政府在宏觀上對自主品牌支持很大，然而文件口號上支持得多，政策落實上體現得少，具體在微觀上，各地卻又紛紛實施限牌和拍賣牌照政策，客觀上促進汽車消費高端化，宏觀政策與微觀政策「不統一」，極大地阻礙了自主品牌汽車的發展。

再次，在公務用車層面應更多強制使用自主品牌。世界各汽車強國都鼓勵政府、公務員以及精英人士、演藝明星選用本國生產的汽車，因此呼籲在新的環境下，以政府官員、公務員、名人明星、企業家等為代表的人群，帶頭乘坐中國自主品牌的汽車，這是一個國家應有的健康的消費文化。這種消費文化的形成不僅彰顯着一種民族氣節，還代表着一種文化的回歸，使政府更關心車的使用本身，它是勤政和廉潔的象徵，是政府降低行政費用的具體表現，更將樹立起政府官員良好的社會形象。

