

中国企业案例研究系列丛书之四

中国500强企业案例精选

(第四辑)

—— 寻求中国大企业创新转型发展的路径

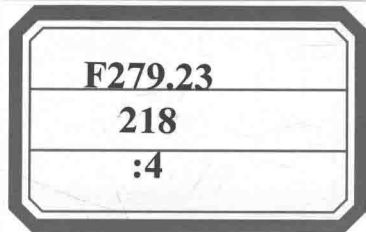
江若尘 王丹 ◎ 主 编

翟青 牛志勇 余典范 肖谦 王永智 ◎ 副主编



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

F279.23
218
:4



中国企业案例研究系列丛书之四

中国 500 强企业案例精选（第四辑）

——寻求中国大企业创新转型发展的路径

江若尘

翟青

肖谦

牛志勇

王丹 主编

余典范

王永智

副主编



02492749

中国科学技术大学

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国 500 强企业案例精选 (第四辑) / 江若尘, 王丹主编. —北京: 经济管理出版社, 2017. 1
ISBN 978 - 7 - 5096 - 4729 - 5

I. ①中… II. ①江… ②王… III. ①企业创新—案例—中国 IV. ①F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 289546 号

组稿编辑: 谭 伟
责任编辑: 张巧梅 耿 维
责任印制: 黄章平
责任校对: 雨 千

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 玉田县昊达印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 787mm × 1092mm/16

印 张: 21.75

字 数: 490 千字

版 次: 2017 年 3 月第 1 版 2017 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 4729 - 5

定 价: 80.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前 言

目前,国内外学者对企业案例的研究成果非常丰富,相关研究为我国企业发展提供了理论支撑。但是,以往的企业案例研究对象大多数是一般性的企业或者是中小企业。以“大企业”尤其是500强企业为主体的案例研究并不多见。大企业是人类技术进步的主要推动者、国民财富的主要创造者,不管是在创新决策、创新组织、创新体制等方面都有显著的特征。因此,需要针对大企业的特点,有针对性、系统性地研究大企业案例,使大企业不再是创新“诟病”的对象,而成为真正的国家创新和转型的主体。中国500强企业是中国经济的主体,代表着中国经济的发展方向,是推动中国经济可持续发展的主要动力源泉。中国500强企业创新转型发展的路径,是国家推进供给侧结构性改革的重要环节和培育国家国际竞争新优势的重要依托,关系到国家的前途命运和民族的未来。

上海财经大学500强企业研究中心从2007年以来开始建设500强企业数据库。500强企业数据库是中国第一家以500强企业为主体的数据库。数据库涵盖世界500强企业、中国500强企业、中国民营500强企业、行业100强企业和地区100强企业,共计约2000家的企业样本。

目前已经建设完成的500强数据库内容包括500强基础数据、500强竞争力指数、500强企业案例、500强深度分析数据库四个方面。500强基础数据包括自2002年以来500强企业的年度基础数据,比如,年度500强企业的排名及其营业收入、资产、利润、所有者权益、员工人数等。500强竞争力指数包括自2008年以来“上海财经大学中国500强企业竞争力”排名、成长能力及成长100强、盈利能力及盈利100强。指数已经连续发布8年,迄今为止共有2009年到2016年8年数据。500强企业案例包括中外500强企业的案例梳理。以GE为例说明,案例包括GE的发展历程、10年来在500强中的排名(滚动)、当前发展战略、组织结构、股权结构、业务组合、创新、现有布局、企业文化、掌门人、10年财务数据。

此外,上海财经大学500强企业研究中心还完成了第一期深度案例分析数据库,本书从中精选了62家典型企业案例。每篇案例的研究内容包括发展历程及排名、掌门人信息、企业发展战略研究、企业组织结构分析、股权结构和集团管控分析、企业的业务组合分析、企业的商业模式分析、企业的营销模式分析、企业的创新体系分析、企业的信息化建设分析、企业的国际化战略与成效分析、制造业服务化转型的分析、企业文化和价值的分析、企业社会责任分析、企业财务绩效分析等,并根据不同公司的特点而有



所侧重。

除了以上工作外,为更好地将理论联系实际,服务企业、密切与企业的联系,上海财经大学 500 强企业研究中心开展走进 500 强行动,近年来调研企业近百家,其中比较有代表性的企业包括:上海电器集团总公司、宝钢集团、中国医药集团、上海汽车集团、格力集团、上海家化、苏宁云商、南方航空、东软集团、三全食品、鲁泰集团、以岭药业、乐视网、老板电器、合肥三洋、金正大集团、富安娜、陕鼓动力、康芝药业、大族激光、东华软件、大北农、新华都、永辉超市、联建光电、西部证券、隆基股份、光线传媒等。

面对鲜活而又充满魅力的中国大企业运作的实际,我们这一代学人必须要有自己的历史责任感和紧迫感,必须深入到改革开放的大企业中去,立足于厚重的改革开放的土壤,筚路蓝缕,探寻中国大企业发展进程中所留下的坚实的足迹。以研究 500 强企业为己任的专门研究机构——上海财经大学 500 强企业研究中心,数年来如一日,不忘初衷地耕耘在探寻的路途中,倾听中国本土大企业的声音,梳理中国本土大企业运作的实际。中国 500 强企业案例的研究,从理论上说:鲜活的企业案例研究方法能够解决其他方法所不能解决的问题,有利于充实中国企业的学术研究内容和理论拓展。从实践上说:鲜活的企业案例研究成果能够传播 500 强企业成功经验,为其他企业提供有益的借鉴。不可否认企业案例研究是个舶来品,在引进消化吸收的过程中,我们许多研究者往往食洋不化,导致许多充满活力的研究对象,往往都被研究者概要化和抽象化掉了企业完整复杂系统的其他方面,失去了企业研究中原汁原味的东西,导致了企业研究价值的丧失。我们认为许多西方理论在解读中国改革开放过程中的企业发展事实时,都往往显得力不从心。如以偏向于实证主义的研究为例,运用复杂的因果变量的数字符号、一系列的数学工具、模型和大量的数据,经过复杂的处理,结果往往是苍白无力的,发现企业发展进程中的许多重大问题没有办法去用量化的方法来发现和解释。事实上,同一个“因”却可以导致许许多多截然不同的“果”,问题的关键是,许多研究者也是一厢情愿地推断两个变量之间的因果关系,进而经过辛苦的分析,找到影响两个变量之间所谓的关键因素,得到了“科学的结论”,用于解决企业实际问题时,才发现企业的问题不是线性思维能够解决的。

中国企业伟大的实践为中国式的企业理论的诞生提供了坚实的基础。我们认为必须老老实实地根植于中国企业发展的大地,经年累月地到企业中观察、调查和参与到他们的实践进程中去,才能够获取有用的资料,才能够积累形成撰写企业案例的基本素材,“将丰富的感觉材料加以去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里的改造制作工夫”。^①上海财经大学投入大量人财物,形成了有血有肉、脉络分明的企业案例,具有鲜明的个性、企业生命体的成长性和起起落落的故事性,弥漫在特定企业的案例情景

^① 毛泽东:《毛泽东选集》(第一卷)。北京:人民出版社,解放军出版社(重印),1991.6, http://www.gstheory.cn/zl/1lzz/mzdxjd1j/200906/t20090630_4036.htm。



中。我们期待中国企业的经营者能够从中国企业已经走过的历史中获得实践上的启迪，把企业家精神和工匠精神结合起来，更是特别期待中国企业的理论研究者能够从中获得启发，产生电光般的灵感，进而建构具有特色的中国企业理论^①，引导中国企业进入更好的发展时期。

我们祈祷，我们期待：中国企业的明天会更美好！

江若尘

2016年12月于上海财经大学红瓦楼

^① 理论来源于实践，又高于实践，指导实践。企业案例研究一直是企业管理理论创建的重要研究方法之一。

目 录

中国第一汽车集团公司	1
一、发展历程及排名	1
二、掌门人信息	4
三、发展战略	6
四、组织结构	10
五、股权结构和集团管控	12
六、业务组合	14
七、商业模式	15
八、营销模式	15
九、创新体系	18
十、信息化建设	21
十一、国际化	23
十二、制造服务化	24
十三、企业布局	25
十四、企业文化	26
十五、社会责任	27
十六、财务绩效	30
上海汽车集团股份有限公司	32
一、发展历程及排名	32
二、掌门人信息	33
三、发展战略	34
四、组织结构	36
五、股权结构和集团管控	37
六、业务组合	39
七、商业模式	41
八、营销模式	42
九、创新体系	45



十、信息化建设	49
十一、国际化	50
十二、制造服务化	52
十三、企业布局	53
十四、企业文化	54
十五、社会责任	55
十六、财务绩效	58
十七、拓展阅读: 新能源汽车产业化	60
十八、自贸区元素	62

浙江吉利控股集团有限公司 63

一、发展历程及排名	63
二、掌门人信息	64
三、发展战略	66
四、组织结构	68
五、股权结构	69
六、业务组合	69
七、营销模式	70
八、创新体系	72
九、信息化建设	73
十、国际化	74
十一、制造服务化	77
十二、企业文化	78
十三、社会责任	79
十四、财务绩效	82

长城汽车股份有限公司 85

一、发展历程及排名	85
二、掌门人信息	87
三、发展战略	88
四、组织结构	89
五、股权结构	90
六、业务组合	91
七、商业模式	92
八、营销模式	93
九、创新体系	95



十、国际化	97
十一、制造服务化	99
十二、企业文化	100
十三、社会责任	102
十四、财务绩效	105
比亚迪股份有限公司	107
一、发展历程及排名	107
二、掌门人信息	108
三、发展战略	110
四、组织结构	113
五、股权结构和集团管控	114
六、业务组合	116
七、商业模式	119
八、营销模式	123
九、创新体系	126
十、信息化建设	129
十一、国际化	131
十二、企业文化	134
十三、社会责任	135
十四、财务数据	139
十五、比亚迪在自贸区的发展	141
东风汽车公司	142
一、发展历程及排名	142
二、掌门人信息	144
三、发展战略	145
四、组织结构	149
五、股权结构和集团管控	151
六、业务组合	152
七、商业模式	154
八、营销模式	156
九、创新体系	158
十、信息化建设	162
十一、制造服务化	163
十二、国际化	163



十三、企业布局	165
十四、企业文化	166
十五、社会责任	169
十六、财务绩效	171
江苏悦达集团有限公司	174
一、发展历程及排名	174
二、掌门人信息	175
三、发展战略	177
四、组织结构	181
五、股权结构和集团管控	182
六、业务组合	184
七、营销模式	188
八、创新体系	191
九、国际化	192
十、企业文化	196
十一、社会责任	198
十二、财务绩效	199
十三、自贸区	201
奇瑞汽车股份有限公司	203
一、发展历程及排名	203
二、掌门人信息	204
三、发展战略	205
四、组织结构	207
五、股权结构和集团控股	208
六、业务组合	210
七、营销模式	212
八、创新体系	214
九、国际化	219
十、制造服务化	220
十一、企业文化	221
十二、社会责任	222
十三、财务绩效	223



大连万达集团股份有限公司	225
一、发展历程及排名	225
二、掌门人信息	227
三、发展战略	230
四、组织结构	234
五、股权结构和集团掌控	236
六、业务组合	237
七、商业模式	243
八、营销模式	245
九、创新体系	246
十、信息化建设	249
十一、国际化建设	252
十二、制造业服务化转型	253
十三、企业布局	254
十四、企业文化	256
十五、社会责任	259
十六、财务绩效	264
十七、其他	268
十八、自贸区元素	269
绿地集团	270
一、发展历程及排名	270
二、掌门人信息	272
三、发展战略	274
四、组织结构	277
五、股权结构和集团管控	279
六、业务组合	280
七、商业模式	284
八、营销模式	287
九、创新体系	288
十、信息化建设	290
十一、国际化建设	291
十二、企业文化	294
十三、社会责任	295
十四、财务绩效	298



恒大地产集团有限公司	302
一、发展历程及排名	302
二、掌门人信息	304
三、发展战略	306
四、组织结构	309
五、股权结构和集团管控	311
六、业务组合	312
七、商业模式	315
八、营销模式	319
九、信息化建设	322
十、国际化	323
十一、企业布局	323
十二、企业文化	324
十三、社会责任	325
十四、财务绩效	329
十五、其他	331
后 记	334

中国第一汽车集团公司

一、发展历程及排名

（一）集团简介

中国第一汽车集团公司，简称“一汽”，企业品牌“中国一汽”，英文品牌标志为FAW，是中央直属国有特大型汽车生产企业，其总部位于吉林省长春市，前身是第一汽车制造厂，毛泽东主席题写厂名。1953年7月15日，第一汽车制造厂破土动工，新中国汽车工业从这里起步。2014年，中国第一汽车集团公司拥有4家分公司、6家全资子公司、4家控股子公司，在职员工约13.74万人，如今已是国内最大的汽车企业集团之一。

一汽集团已建立了东北、华北、华东、华南等生产基地，形成了立足东北、辐射全国、面向海外的开放式发展格局，以及中、重、轻、轿、微、客等多品种、宽系列发展的产品格局。拥有解放、红旗、奔腾、夏利等自主品牌和大众、奥迪、丰田、马自达等合资合作品牌。与100多个国家众多企业、代理商和供应商建立了广泛的商业联系，在南非、坦桑尼亚、巴基斯坦、墨西哥等国拥有海外组装生产基地。2014年，“中国一汽”品牌以1236.75亿元的品牌价值蝉联中国汽车行业品牌价值榜首位，并连续7年获得国资委经营业绩考核A级。

（二）企业发展历程

1. 工厂创建时期

从1953年7月15日破土动工起，到1956年7月15日第一辆国产解放牌汽车诞生，这是一汽的建厂时期。

在建厂之前，一汽做了三年准备工作。1950年初，毛主席和周总理在莫斯科同苏联签订的协议中，就把建设汽车厂作为第一个五年计划期间苏联援建的首批重点项目；同年4月，重工业部成立了汽车工业筹备组，开始了紧张的筹建工作；1953年6月党中央专门为力争三年建设长春汽车厂发了指示；毛主席亲自为一汽奠基题词，并把一汽生产的汽车命名为“解放”。

在建厂期间，苏联为中国提供了全套的产品设计和工厂设计图纸资料、80%以上的



生产设备和整套的工艺装备,派遣了一批专家来厂指导工厂建设和生产准备,为一汽培训了实习生。同时期,全国各地为一汽输送了优秀的干部和技术工人,培训了大批的青工;每天都有大量物资源源不断运到汽车厂;以建筑五师、机电安装公司为代表的两万多建设队伍,成为一汽建设工地的主力军。一汽的建设,只用了三年的时间,其速度之快,工程质量之好,被人们称之为奇迹。一汽凝结着全国人民的心血和汗水,开创了中国汽车工业的历史。

2. 成长发展时期

从 1956 年开工生产到 1978 年末,是一汽的成长和发展时期。

在这个时期,一汽有过乘“东风”、展“红旗”,制造国产轿车等创举。也遇到两次大的干扰和挫折:第一次是 1958~1960 年的三年“大跃进”期间,由于急于求成、忽视科学态度所犯的 error,造成设备失修、质量下降,企业管理严重削弱;经过 1960 年冬季开始的三年整顿,企业的生产秩序和管理逐步恢复正常。1965 年和 1966 年,是开工生产以来最兴旺的时期,被国家表扬为全国大庆式先进企业。第二次干扰是 1966 年下半年开始的“十年动乱”。1977 年、1978 年两年,进行了平反冤假错案、落实党的政策、恢复性整顿、重建大庆式企业等工作,使各项经济指标又恢复到“文革”前的最好水平。

这个阶段,尽管遇到许多干扰和挫折,但各方面的工作仍有一定的发展。在汽车品种上从一个基本型增加到三个。在生产能力上,从 3 万辆设计能力,提高到 6 万辆的水平。在这个时期里,一汽出汽车,出人才,为全国汽车工业和机械工业的发展培养输送了一大批干部和技术骨干;完成了包建二汽的任务;还承担了一些援外项目。

3. 换型调整时期

从 1979~1988 年末,是一汽“解放”汽车的换型改造时期,又称第二次创业时期。

从 1980 年末到 1983 年 7 月,用了近三年的时间,完成了“解放”第二代产品 CA141 汽车的设计、试制、实验和定型。从 1983 年 7 月开始生产准备,又用了三年时间,到 1987 年 1 月 1 日胜利转产,转产当年就实现了质量、产量双达标,通过了国家的工程验收。在这个时期,还开展了学习日本先进技术和方式、建设性企业整顿等活动,为换型改造打下了良好的基础。

在换型改造中,一汽充分利用国家给予的利润递增包干政策,采取以老养新的办法,自筹换型改造资金;抓住对外开放的有利时机,坚持开放型的自主技术改造;用同时工程、网络技术的方法组织庞大的换型改造工作,完成了不亚于建设一个新厂的工程量。不仅甩掉了“解放”车“三十年一贯制”的帽子,使老企业焕发出青春的活力,而且培育了职工奋勇拼搏、开拓进取的创业意识,闯出了一条老企业自主换型改造的路子。

在换型改造的同时,1984 年与 1987 年,在企业改革与发展上,先后两次得到中央领导同志的支持,延长利润递增包干期限,扩大了产品自销权、外贸外经权和规划自主

权；抓住了上轻型车、上中重型卡车以及上轿车的机遇，并同步进行了大量的扩建、新建的前期工作。

在这个时期，成立了解放汽车工业联营公司。汽车研究所、第九设计院的加盟，增强了一汽技术后方的能力；吉林、长春四厂紧密联营模式，为一汽加快建设轻型车和轿车生产基地创造了有利条件。

4. 结构调整时期

从 1988 ~ 2001 年末，是一汽结构调整时期，又称为以发展轿车、轻型车为主要标志的第三次创业时期。

在这个时期，通过建设一汽轿车、一汽—大众两个现代化轿车生产基地，以及兼并、重组、改造轻型车生产企业，产品结构调整取得重大突破，中、重、轻、轿并举的局面已经形成，轿车和轻型车产销量的比重已经接近 50%，重型车已经超过了中型车的产销量。通过不断深化企业改革，基本实现了由传统的工厂向集团公司体制的转变，以及由单一的国有资产向多元化资产结构的转变。通过对外合作和开拓国外市场，建立了一汽—大众等一批中外合资企业，产品出口到 70 多个国家和地区，初步实现了从单一的国内市场向国内、国外两个市场转变。

在这个时期，开展了持续多年的质量总体战、整顿内部经济秩序、推行精益生产方式、集中采购、强化营销管理等活动，有序地解决了一些国家宏观调控期间困扰企业发展的经济难题，并为 1999 年下半年全国汽车市场复苏，做了充分准备。还通过“801”、“901”人才工程，培养了一大批优秀的年轻干部，为一汽赢得未来奠定了人才基础。

这个时期也是生产大发展的一个时期，2001 年与 1988 年相比产量增长 5.1 倍，销售收入增长 22.8 倍，职工收入也有很大提高。在全国 500 家最大企业的排名中，一汽始终处于前 10 位。

5. 建设“三化”时期

2001 年 12 月，一汽召开的第十一次党代会，宣布一汽第三次创业的历史使命已经完成；提出了“十五”计划时期实现汽车产销量、销售收入、利润、员工收入“四个翻一番”的目标；2002 年，一汽把“四个翻一番”目标进一步延伸和发展，提出了适应入世要求“建设新一汽”的构想，确立了要在五年或更长的一段时间内，实现“规模百万化、管理数字化、经营国际化”的“三化”目标。从此，一汽进入了建设“三化”新的发展时期，实际上这个时期的许多工作在 20 世纪末就开始了。2008 年 12 月 30 日，世界权威的品牌价值研究机构——世界品牌价值实验室举办的“2008 世界品牌价值实验室年度大奖”评选活动中，中国第一汽车集团公司凭借良好的品牌印象和品牌活力，荣登“中国最具竞争力品牌榜单”大奖，赢得广大消费者普遍赞誉。

6. “十二五”大发展时期

2010 年 4 月，一汽发布“品质 技术 创新”品牌战略，以此打造中国最优、世界知名的汽车品牌。同年，自主 100 万辆下线，这成为中国汽车工业自主之路上新的里

程碑。

2011 年 4 月，一汽发布“蓝途战略”，详细阐述了中国一汽在节能减排和新能源技术方面的思路、布局与目标，并通过具体的量化指标向社会做出减排承诺。

2012 年 4 月，一汽发布红旗品牌战略；发布“TQC”全品质关爱服务品牌战略，以标准化、专业化的高品质服务，细致入微的个性化关爱满足客户的需求，践行品牌承诺。

2013 年 5 月，中国第一汽车集团公司隆重举行了以“让理想飞扬”为主题的红旗 H7 上市发布会，备受瞩目的全新红旗成功上市。

2014 年 3 月，中国一汽发布“蓝途”公益计划。蓝途，与集团“蓝途战略”中“蓝途”同音同字，具有社会责任的继承性。集团公司团委将依托青年志愿者协会，通过策划支撑、项目支撑、资金支撑、宣传支撑、荣誉支撑五个支柱，撑起中国一汽“蓝途”公益计划，未来还将同营销系统共同打造“蓝途”品牌。

(三) 企业排名

根据《财富》杂志评定的世界 500 强企业以及中国企业家联合会统计评定的中国 500 强企业，中国第一汽车集团公司从 2009 ~ 2015 年历年排名情况如表 1 所示。

表 1 2009 ~ 2015 年中国第一汽车集团的排名情况

	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
营业收入 (万元)	16446614	20655087	29401552	36852527	40938423	46116614	49411547
中国 500 强企业排名	28	21	18	18	17	16	17
世界 500 强企业排名	385	258	197	165	141	111	107

资料来源：《财富》杂志，中国企业联合会。

一汽集团在中国 500 强企业排名中较为稳定，基本处于 20 名上下的状态；而在世界 500 强企业的排名中总体处于不断上升的态势，说明其发展趋势良好。

二、掌门人信息



(一) 基本信息

徐平，安徽巢湖人，1987 年 10 月加入中国共产党，1982 年 2 月参加工作，合肥工业大学电气工程系发电及电力系统专业毕业，大学学历，工学学士，清华大学工商管理硕士，研究员级高级工程师。现任中国第一汽车集团公司党委书记、董事长。



（二）工作经历

1982年2月至1992年7月，第二汽车制造厂（1992年9月正式更名为东风汽车公司）热电厂技术科科长、生产办副主任、生产技术科科长、副总工程师、值班主任；

1992年7月至1992年11月，中国第二汽车制造厂热电厂副厂长；

1992年11月至1995年3月，东风汽车公司热电厂副厂长（1994年5月评为高级工程师）；

1995年3月至1997年7月，东风汽车公司热电厂厂长；

1997年7月至1997年11月，东风汽车公司工会负责人；

1997年11月至1998年9月，东风汽车公司工会主席；

1997年12月增补为中国机械冶金工会第三届全国委员会委员，1998年10月当选为中华总工会第十三届委员会执委；

1998年9月至1999年6月，湖北省总工会副主席、东风汽车公司工会主席；

1999年6月至2001年7月，湖北省总工会副主席、东风汽车公司工会主席兼东风汽车公司载重车公司党委书记（2000年6月评为研究员级高级工程师）；

2001年7月至2001年12月，东风汽车公司党委书记、副总经理，湖北省总工会副主席、东风汽车公司工会主席兼东风汽车公司载重车公司党委书记；

2001年12月至2003年7月，东风汽车公司党委书记、副总经理；

2003年7月至2005年6月，东风汽车公司党委书记、副总经理，东风汽车有限公司董事、党委书记兼副总裁（2005年5月在原总经理苗圩因工作调动离开公司后，全面主持东风汽车公司的工作）；

2005年6月至2010年6月，东风汽车公司总经理、党委书记，东风汽车有限公司董事长、党委书记，神龙汽车有限公司董事长；

2010年6月至2015年5月，东风汽车公司董事长、党委书记；

2015年5月至今，中国第一汽车集团公司董事长、党委书记；

中共十七大代表，第十一届全国人大代表（湖北）；

东风本田汽车有限公司董事长；

中国汽车人才研究会副理事长；

全球汽车精英组织顾问。

（三）掌门人的精彩语录

“一汽集团的合资伙伴——大众、丰田——都足够强势”。两大合资公司业绩突出，一汽集团很难从合资公司中获得技术支持。要解决自主品牌的发展，一汽集团只能依靠自己，好在“它的优势在于自身实力强大，在商用车开发方面，一汽积累了非常丰富的经验，甚至东风商用车的制造基础都是来自一汽，其次一汽还在新型发动机研发方面走在了前列，而且一汽在科技人才储备方面优于国内其他汽车企业”。