地包含海陆等多种要素，因此得以同时嵌入海洋秩序与大陆秩序之中，作为枢纽，将人类联为一体。这是中国作为世界秩序自变量的真实体现，也是中国作为世界历史民族的责任担当。  
　　笔者与学术小组的诸位同人共同研究已历八年之久，其间通过激烈的学术争论而发现问题的过程，为了理解问题而进行的各种思想操练，以及因各种机缘而得以参与的实践，令笔者受益极丰。本书便是在这一基础上完成的。  
　　由于所处理问题的复杂性，使得本书的叙述无法在任何单一学科的话语当中完成，必须在地理、历史、哲学、思想、经济、财政、货币、军事、人口、社会、法律、国际政治等各个学科领域的综合下，才能对中国数千年的复杂历史、百年来的成败兴衰，以及这一切与世界的关系，给出统一连贯的解释框架。  
　　笔者深知，本书的写作很可能是一个过于大胆的尝试，因此不敢期待书中建构的历史叙述框架能够说服足够多的人。唯愿其中所论或有些许价值，能够激起一定的讨论，以使我们民族对于自身的历史处境形成更清晰的自觉。  
　　（作者为外交学院世界政治研究中心主任）  
　　第一次读《心流》这本书的时候，我印象并不好。那是我在宾夕法尼亚大学念积极心理学研究生的时候，作者米哈里·契克森米哈赖是我们的授课老师，要求上课前先把这本书的前三章读了。当时学业很重，我读得很快，这样读下来，当然收获不大。  
　　更雪上加霜的是，一来此前在别的书里已经读到了对心流的介绍，因此在读这本书时，反而失去了惊艳的感觉；二来我是理科出身，一直反感文科借用量子力学、相对论等理科概念，来为他们的理论背书，《心流》里“精神熵”的这个比喻，让我觉得相当不伦不类；三来，我很快发现心理学研究的局限性，非常警惕把在特定条件下做出的科研结果，无限扩大为普适规律。米哈里把心流应用到娱乐、人际关系乃至人生意义上去，在我看来就有“手里有把锤子，看见什么都是钉子”的嫌疑。  
　　当然，对于心流的核心概念我是认同的，因为我自己在创造、学习、踢球、玩游戏时就经常经历心流。我完全认同米哈里对它的描述和研究，在生活中，我也采用书中建议，用“明确目标”“即时反馈”“匹配难度”三个原则来改造一些任务，使我能在其中产生更多心流。  
　　但是，对于《心流》这本书，我的评价仍然不高。在给别人推荐积极心理学读物的时候，这本书排得比较靠后，只是因为心流实在是积极心理学里太重要的概念，所以不得不推荐。  
　　四年后，我回国讲授积极心理学，心流自然是绕不过去的一课，我就把这本书重读了一遍。“输出是最好的输入”，为了教别人，我逼着自己必须真正理解米哈里在说什么。这一遍，我大为惊讶，对这本书的观感彻底改变了。  
　　首先，我发现，“精神熵”其实是个绝妙的比喻。熵是指一个系统的混乱程度，越混乱，熵值越高。人类大脑里的念头像分子一样，时刻万马奔腾，如果没有节制、训练，你的心就会经常处在这样的混乱状态。虽然你意识到的可能只有少数几个念头，但在潜意识里，却有多得多的念头在相互冲突，在争夺你的注意力，在试图引导、影响你往南辕北辙的方向走。这个时候，你的大脑熵值非常高。  
　　但是，进入心流状态就不同了。你所有注意力都集中在当前的任务上，那些无关的念头被完全屏蔽，甚至包括你对世界的意识、对自我的感知，更不用说对别人评价的患得患失、对物质得失的精心计算。你并不是只有一个念头，但所有这些念头都是非常有秩序的，就像一支有纪律的军队，井井有条地组织了起来，高效率地去完成一个任务。这时候，你的感觉就跟“心流（flow）”这个词的英文原意一样，心里的念头就像一条钢铁洪流，势不可挡但又从心所欲，冲荡开一切泥石沙砾。正如米哈里所总结的，这就是最优体验。米哈里用液体的水流来比喻这个过程，但在我看来，它更像熵值最低的晶体，比如冰。结构井然，同时又充满能量。  
　　如果一个人经常经历心流，他的心理就会被训练得越来越有秩序，进入心流就越来越容易，即使平时不在心流状态下，也不像一般人那样心猿意马。最典型的例子就是冥想。经过长期练习之后，你的心灵也会比常人更平静，遇到意外变故时能更快地集中注意力。  
　　所以，第二遍读《心流》时，我完全接受了米哈里的这个比喻。由此向下，后面很多本来觉得牵强的地方也都迎刃而解，不亦快哉。  
　　米哈里对人生意义复杂性的论述，更让我茅塞顿开。  
　　复杂度越高，整合的过程越有意思。为什么人们推崇围棋超过五子棋？因为围棋更复杂，能够掌握如此复杂的技艺、产生稳定输出的棋手，更让我们佩服。心流也是如此。一个小孩子兴趣盎然地算数学题，和一个大科学家沉浸于思考物理问题，他们的体验可能是相似的，但是从旁观者看来，无疑是科学家的心流更宏大、更壮丽，因为它要复杂得多。正如米哈里所说：“伟大的音乐、建筑、艺术、诗歌、戏剧、舞蹈、哲学、宗教，都是以和谐克服混沌的好榜样。”  
　　降熵过程有高下，美有高下，技艺有高下，心流也有高下。原本的混沌越多，整合进去的元素越复杂，这个心流就越伟大。  
　　那么，自然，人生意义也有高下。那些能够整合无比复杂的人生、找到人生意义，整合无比复杂的世界、形成自己的世界观，整合相对矛盾的价值观、形成自己的价值观的人，有最大的“大心流”。  
　　这是我第三遍读《心流》时，得到的最大启示。  
　　所以，我希望你能把这本书至少读两遍。第一遍是学习心流的概念、技巧，第二遍则是用心与米哈里对话，体验他的这一曲“冰与火”之歌——  
　　火对熵来说是坏消息，它会使熵值升高，但是，它也会带来能量；同样，外界纷扰并不可怕，反而是我们铸成更大心流的能量来源。你是任由外界纷杂扰乱你的内心，使它越来越烦躁，还是吸取其中的能量，改变自身结构，升级为一颗金刚冰？  
　　最后，很高兴这本书终于恢复了它本来的译名，不再叫什么《当下的幸福》或《快乐的真意》了。它的内容和立意远远高过了幸福和快乐。它所推崇的最优体验，不是这点肤浅的感受，而是包含了奋斗、挣扎、咬牙坚持。这才是心流的真意。  
　　（本文为《心流》一书序言，发表时有删改）  
　　在地球46亿年漫长的历史中，人类出现在地球上仅仅是演化史上小小的一段。距今约200万年前，真正意义上的人属的直立人在地球上正式出现了，行走于苍茫大地，诞生了人类文明，变为地球的主宰，影响了其他一切生物活动。  
　　那么人是从哪里来的，未来又将走向何处？  
　　很多人对人类演化的认识还停留在“人是黑猩猩变的”这种粗浅的认知。实际上通过现代研究，科学家们已经证实了人类与黑猩猩都是从古猿类演化出来的平行分支，和现在任何一种猩猩猴子都没有关系。再往前推，古猿是怎么演化出来的呢？古猿的祖先又是谁呢？  
　　身为人类，我们也许都没有意识到能走到今天这一步，我们现在能处在这个时代有多么幸运。人类是怎样演化而来，未来何去何从，这一切疑问，我们都能在这本《征程：从鱼到人的生命之旅》（科学普及出版社）里找到答案。  
　　如何了解人类出现以前的生命？化石给予了我们穿越的钥匙。每个阶段，特定的化石组合构成了“生物群”，帮助我们找到那个阶段的生命线索。《征程》的开篇即为读者介绍化石对于古生物研究的意义，因为接下来的旅程，就要靠化石帮我们回顾生命的记忆了。  
　　古生物学研究始于18世纪后期，已有200余年历史。从200余年前至今，不断有新的化石证据被发现，从而改写旧的研究历史。如何将这么多的研究整合筛选简化转述给普通读者，对于身处严谨知识体系的科学家来说是个难题。在《征程》一书里，科学家们放下了身段，将每位读者都当成零基础来讲述这些议题。  
　　若要从地球上出现生命开始来梳理人类演化的进程，未免过于漫长，因此《征程》选择从脊椎动物的出现作为故事的开篇。这一历史性的节点，发生在距今5.2亿年前生命大爆发的寒武纪。全书分15个章节介绍15个帮助我们理解脊椎动物演化过程的重要生物群，这些生物群都发现于中国。在章节中又包含9个大事件，这些大事件都是演化的重要节点。为了深入浅出地说明这些节点，作者起了一些妙趣横生的小标题，诸如“有颌的感觉真好”“即将离开水的鱼”，让人一看就能明白在这个节点发生了怎样的故事。  
　　全书的思路非常清晰，沿着化石故事和演化顺序娓娓道来。我们从中得知，中国云南发现的澄江生物群里包含世界已知最早的鱼类——海口鱼和昆明鱼，不仅是最古老的脊椎动物，还证实了脊椎动物的演化始于海洋。最早的完整有颌类化石又在云南的潇湘生物群中被发现。我们每天吃饭时也许并没有意识到下巴在演化上的重要性，可以开闭的上下颌让脊椎动物的捕食方式更进一步。随后，脊椎动物出现分化，有些继续留在海洋，有些从海洋登上陆地，出现了羊膜的结构。此后为了获得更多的食物和空间，脊椎动物又选择重返海洋，之后又登上陆地，甚至飞上天空，出现了人们最熟悉的脊椎动物——恐龙。恐龙灭绝后，哺乳动物迎来了多样性的黄金时代，再往后出现了古猿，最后终于出现了直立行走的人类。从鱼到人的生命之旅，长达5亿年。伴随着5次生物大灭绝，旧的生物大洗牌，新的生物粉墨登场，历经史诗般壮阔的征程，走到今天。现今，由于人类活动的直接威胁，第六次生物大灭绝也在同步发生，如何善待地球和其他生物居民，这是我们需要时刻反思和关注的问题。  
　　从书中不难看出，在研究脊椎动物起源问题上，中国丰富的古生物群起了至关重要的作用。很多人都看过《侏罗纪公园》，却不知道中国是世界上恐龙种类最多的国家。中国其他的化石资源也同样丰富，也许在你我近在咫尺的家乡，就有着改写世界历史的重要古生物群。在《征程》的附录里列举了中国各省市的化石产地和古生物博物馆，还给出了一些其他推荐的参考书籍。相信看过《征程》的读者都会有兴趣按图索骥，去亲眼看一看那些已经石化亿万年的远古生命。  
　　《征程》三位作者都是中科院古脊椎动物与古人类研究所的科学家，分别来自三个国家，且各有专长：加拿大籍的舒柯文是毕业于哈佛大学的古生物学博士，因迷恋中国丰富的古动物学资源，来到中国做研究，一待就是十年；中国籍的王原曾赴美留学，在中科院取得博士学位，长期兼任中国古动物馆馆长，擅长化石两栖动物研究，热心古动物科普，也是讲故事的高手；澳大利亚籍的楚步澜在澳大利亚国立大学取得博士学位，不仅擅长化石鱼类研究，也爱好艺术，在书中就有一些他亲自绘制的插图。这是一个极其强大和富有热情的团队，这种专业水准是《征程》科学性、准确性的保证。最初的《征程》是中英文双语版，装帧精美，在国内外广受好评，也拿了很多奖项，连《自然》杂志上都刊登了此书的书评。最近出的中文典藏版增补了大量彩色古生物复原图、化石标本图、结构示意图，还增加了最新的研究成果。  
　　2017年12月，《征程》在深圳获得第二届“大鹏自然好书奖”“华文原创作品大奖”，这个奖项评选的是在传递自然知识、传播人文价值、践行社会责任等方面具有卓越成绩的图书。在颁奖仪式上，获奖作者代表、中国古动物馆馆长王原还为现场的400余名观众做了一场精彩的古生物学讲座，现场反应热烈，笑声不断。从讲座中，我们可以看到一位科学家对古生物学的热爱，希望把古生物学知识传播给每个读者的热情。这也许就是这本书得到广泛认可的原因。  
　　天地风霜尽，乾坤气象和。  
　　2月5日，由中国汽车报主办，证券时报协办的2018中国汽车品牌发展峰会在北京隆重召开，人民日报社社长杨振武出席峰会并为获奖车企颁奖。  
　　汽车产销量连续多年稳居世界第一，去年的产销量均接近3000万辆——中国已经是名副其实的世界汽车大国。  
　　不过，在具有世界影响的汽车品牌榜单上，中国车企身影难觅。品牌，是中国从汽车大国迈向汽车强国必须闯过的“娄山关”。  
　　“我国经济发展进入了新时代，中国汽车面临前所未有的发展机遇。品牌源于品质，品质源于创新，以开放的姿态进行自主创新，用优质的产品赢得全球市场，中国汽车强国的梦想就在前方！”峰会上，来自汽车行业主管部门、知名车企、行业组织的近300位与会嘉宾各抒己见、共谋良策，观点的碰撞和思想的交流中，共识再凝聚，信心再提升。  
　　品种品质品牌“三提升”  
　　中国汽车产业经历多年的探索、实践和锤炼，综合实力日益强大，正在步入集体向上突围的关键期，成为中国实现从汽车大国向汽车强国转型的重要支撑。  
　　近年来，我国汽车产业蓬勃发展，我国已经成为全球新车产销量第一的汽车大国，汽车产业也已成为我国国民经济的重要支柱，以吉利、长城和广汽传祺等为代表的中国汽车品牌向中高端市场进军并初战告捷。  
　　“中国汽车品牌的持续向上，正在成为引领国家制造业实现转型升级的先锋队和主力军，也成为实施‘中国制造2025’，开展消费工业品增品种、提品质、创品牌‘三品’转型专项行动中的排头兵。”工业和信息化部总工程师陈因表示。  
　　中国品牌汽车企业在销量和规模增长的同时盈利能力显著提升，中国汽车品牌正在以开放的姿态进行自主创新，用优质的产品赢得全球市场的认可，逐渐成为集中展示中国制造业的闪亮名片。  
　　“吉利汽车在2017年全年累计销量突破124.7万辆，同比增长63%，不仅超额完成110万辆的销量目标，也创造了吉利汽车发展史上首次年销突破百万的里程碑式跨越。”浙江吉利控股集团董事长李书福带来了一份骄人的成绩单，对于未来他充满信心：“从吉利汽车‘iNTEC’技术品牌发布再到领克汽车上市，昭示着吉利控股集团引领中国汽车制造业走向中高端、迈入新时代的决心和勇气！”  
　　长安汽车董事长张宝林列举了中国品牌汽车企业目前拥有的五大优势：一是对产业本质理解日益深刻的优势；二是对产业政策把握日趋精准的优势；三是中国汽车市场潜力巨大的优势；四是对客户需求洞察更加深刻的优势；五是与新兴业务融合高效敏锐的优势。  
　　与会的车企老总普遍认为，中国汽车品牌正在成为一股势不可挡的力量，助力中国汽车产业体系能力和综合竞争力持续提升，参与全球化竞争的底气也越来越足。  
　　品牌建设还需加大马力  
　　不过，对于诸多的“世界第一”，中国汽车人始终保持着清醒的认知。  
　　“中国汽车品牌在提升品牌价值方面仍需进一步努力，在加强核心技术自主创新方面仍需进一步加强，在迈向价值链中高端方面还有较长的路要走。”这一观点，在峰会上多次被车企老总提及。  
　　正如李书福坦言：“在促进我国产业迈向全球价值链中高端的过程中，汽车制造业使命重大。在真正走向中高端产业链的重要时刻，中国汽车人任重道远。”  
　　“发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，因此要加大研发力度，认真研究市场，用活用好政策，开发适应各种需求的产品，使它成为一个强劲的增长点。”中国工程院院士陈清泉认为。  
　　为助力中国汽车品牌持续向上，体现汽车行业建设产业强国、品牌强国的信心和决心，彰显行业领袖媒体和领军企业的历史使命和责任担当，本次峰会上，中国汽车报联合多家主流中国品牌车企，首次发布《中国汽车品牌强国宣言》。  
　　中国汽车报社社长何伟宣读了《中国汽车品牌强国宣言》，张宝林、李书福以及人民网总裁叶蓁蓁、江淮汽车总经理项兴初、广汽集团副总经理李少、一汽集团总经理助理况锦文、北汽福田总经理巩月琼、奇瑞汽车副总经理兼营销公司总经理贾亚权、一汽解放党委副书记刘延昌、盛瑞传动董事长刘祥伍等业界和媒体代表共同许下承诺——  
　　“我们将以开放的胸怀，融合聚力；以高远的格局，谋划未来；以厚积薄发的底蕴，书绘强国蓝图；以集体向上的斗志，开启发展新篇！创新驱动、质量为先、绿色发展、人才为本，我们要以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本指针，不忘初心，砥砺奋进，绽放理想，为建设中国汽车品牌强国而努力奋斗！”  
　　与会人士表示，希望这份宣言能够成为新时代吹响汽车产业集体向上的号角，推动汽车产业百尺竿头更进一步，更好向前发展。  
　　中国汽车品牌必将持续推动中国汽车产业创造充满期待和别样精彩的新篇章，为我国从制造大国向制造强国、品牌强国迈进贡献力量。  
　　汇聚“品牌向上”的力量  
　　汽车行业是市场很大、技术含量和管理精细化程度很高的行业，打造汽车品牌，建设汽车强国，需要各方面共同努力。  
　　“这么多年来，我们就做一件事，就是对标德国、日本先进的变速器企业，让中国人自己的变速器在汽车强国中发挥价值。”刘祥伍以“专注”定义企业的成功。  
　　中国工程院院士、中国汽车工程学会理事长李骏认为，汽车强国的标志是能够引领全球汽车产业发展，能够解决全球汽车遇到的问题，能够满足消费者对最新技术应用的需求。  
　　“中国汽车自主品牌要坚持‘五心’，即雄心、信心、决心、恒心，还要上下齐心。”清华大学汽车产业与技术战略研究院院长赵福全认为。  
　　“上下齐心”，这正是举办此次峰会的初衷。  
　　作为峰会的主办方，中国汽车报始终视关注中国品牌汽车成长为己任，充分发挥媒体智力优势，助力汽车产业转型升级。  
　　2017年，中国汽车报开展大型系列深度报道——“中国品牌巡礼”，采访组先后走进10家有代表性的中国品牌汽车企业，深度采访、实地调研，分析现状、求解对策，在此基础上组织编撰了《破晓——中国汽车“品牌向上”实录（2017）》一书，并在此次峰会上发布。  
　　何伟表示，将充分发挥媒体在大数据分析和信息服务等方面的智力优势，积极为汽车产业转型升级把脉献策、鼓劲呐喊，使汽车产业在从中国制造向中国创造升级、从中国产品向中国品牌转变的征程中发挥更大作用。  
　　近年来，中国汽车企业在“走出去”上不断迈出新步伐，取得了许多令人瞩目的成绩，在世界上产生了广泛影响。  
　　与会的媒体界人士一致表示，打造国际品牌必须加强国际传播，媒体应进一步拓展渠道，当好窗口和桥梁，用海外受众乐于接受的方式、易于理解的语言，加强中国汽车产业国际传播，在海外讲好中国汽车品牌的故事，传播好中国汽车品牌的声音，提升中国汽车品牌的世界影响力。  
　　“中国汽车自主品牌和外资品牌仍然存在一定差距，但已经具备了‘品牌向上’的力量，只要坚持创新驱动、品牌引领、绿色发展和人才支撑，终会实现突破。”项兴初的话，道出了中国汽车人的心声。  
　　品牌，是市场的精灵！中国汽车品牌，是中国汽车强国建设的根基与灵魂！中国汽车品牌强国，就是新时代中国汽车产业界的中国梦！  
　　新时代，新征程，新气象！在两个百年的伟大征程中，中国汽车品牌必将强势崛起，成为中华民族复兴的一个重要标志！  
　　为此，致力于中国汽车品牌建设的优秀企业，必须携起手来，以空前的使命担当，自立自强，创新转型；  
　　为此，致力于推动汽车品牌建设的主流媒体，必须与这些优秀企业携起手来，营造氛围，引领价值；  
　　为此，致力于汽车强国建设的政、产、学、研各界，必须携起手来，协同创新，形成中国汽车品牌强国建设的强大合力！  
　　大浪淘沙，洗尽铅华；百舸争流，奋楫者先。  
　　今天，我们在此郑重承诺：  
　　我们将以开放的胸怀，融合聚力；  
　　以高远的格局，谋划未来；  
　　以厚积薄发的底蕴，书绘强国蓝图；  
　　以集体向上的斗志，开启发展新篇！  
　　创新驱动、质量为先、绿色发展、人才为本，我们要以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本指针，不忘初心，砥砺奋进，绽放理想，为建设中国汽车品牌强国而努力奋斗！  
　　本报北京2月5日电  （王璞）2月5日，在2018中国汽车品牌发展峰会现场，中国汽车报中国汽车品牌研究院发布了“2017年度中国汽车品牌综合口碑满意度TOP10排行榜”。  
　　在中国品牌轿车综合口碑满意度TOP10排行榜中，吉利博瑞排名第一，宝骏310排名第二，上汽荣威i6排名第三；在中国品牌SUV综合口碑满意度TOP10排行榜中，前三名依次为广汽传祺GS8、哈弗H6和上汽荣威RX5；长安欧尚A800、五菱宏光和长安凌轩3款车型分别获得中国品牌MPV综合口碑满意度TOP10排行榜前三名；上汽荣威eRX5、上汽荣威ei6和比亚迪唐三款车型成为中国品牌新能源车综合口碑满意度TOP10排行榜的冠、亚、季军。  
　　根据中国汽车品牌研究院的舆情监测，在2017年度中国品牌乘用车正面传播方面，吉利汽车、长城汽车和广汽传祺表现较为突出，此外，企业新能源计划及新品牌的发布成为年度传播热点。  
　　本报北京2月5日电  （朱志宇）在2月5日举办的中国汽车品牌发展峰会上，中国汽车报社作为中国汽车社会舆论领袖及行业媒体意见领袖，联合多家中国主流品牌车企，在汽车业首发《中国汽车品牌强国宣言》。此外，作为峰会的主办方，中国汽车报还重磅发布记录汽车产业变革与发展的成果性刊物：《破晓——中国汽车“品牌向上”实录（2017）》。  
　　《破晓》由中国汽车报社编著，人民日报出版社出版。该书收录集结了中国汽车报2017年所作的“中国品牌巡礼系列报道”精华内容，对10家代表性中国汽车品牌企业的成长路径进行了全面展示。既有归纳总结，也有案例剖析，还有趋势预判，更有建议意见。  
　　《破晓》一书记录了以广汽、长安为代表的国有企业，以吉利、长城为代表的民营企业，在市场风云变幻中闯出了一条适合自己的发展道路，品牌突围势头正猛，而一些老牌汽车企业，逐渐正视危机、卸下包袱、借势借力、扬帆提速。  
　　我国汽车产业的整体水平与汽车制造业发达国家依然存有差距。书中有大量篇幅，描述了对相关问题的思考与判断。  
　　本版摄影：中国汽车报记者  杜  琳  
　　图表数据来源：中国汽车品牌研究院  
　　制图：蔡华伟  张芳曼  
　　经过30多年的发展，我国已经成为名副其实的汽车大国，2017年汽车销量达到了2887.9万辆，连续9年蝉联全球第一。与此同时，中国汽车品牌抓住了发展机遇，取得了令人瞩目的成绩。2017年，中国汽车品牌的市场占有率达到42.9%，呈现出稳步上升的势头。在过去10多年的发展过程中，中国汽车品牌取得了长足的进步，并拥有以下五大发展优势：  
　　一是对产业本质理解日益深刻的优势。中国品牌车企在汽车产业精耕多年，不仅了解产业的本质、积累了丰富资源，也有着强大的实力。  
　　二是对产业政策把握日趋精准的优势。中国品牌车企在相关产业政策的制定过程中发挥着至关重要的作用，并以政策为拉动，在新能源和智能化方面取得了重大进展。  
　　三是中国汽车市场潜力巨大的优势。中国千人汽车保有量远低于发达国家，同时，消费升级超出预期催生新市场。  
　　四是对客户需求洞察更加深刻的优势。中国品牌车企长期致力于研究中国汽车市场的特征，特别是对低线城市的研究更加深入。  
　　五是与新兴业务融合高效敏锐的优势。当前，汽车产业已进入前所未有的变革期，产业价值和竞争格局将发生剧烈重构。  
　　这些优势支撑中国品牌在接下来的发展中完成创新突破。党的十九大报告明确指出，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，这既是中国汽车品牌面临的重要机遇，也是重大挑战。长安汽车深感责任重大，唯有改革、唯有创新、唯有创业，才能向更高质量阶段迈进。为此，长安汽车制定了第三次创业的创新创业计划，并提出了自主品牌汽车发展的“1143”发展规划，着力推进长安汽车自主品牌进入新一轮的高质量快速发展通道。  
　　新时代呼唤新的追求，目前中国汽车产业尽管大，但是还不强，面对汽车产业的新变革，中国汽车品牌更需要政府、企业、媒体及社会各界的合作与支持。希望能建立支持中国汽车品牌加快发展的制度，加大支持中国自主品牌的零部件产业，积极倡导中国汽车消费文化。  
　　中国自主品牌的前景如何？我想直截了当地说出我的结论：道路不平坦，任务复杂艰巨，但前景一片大好。在过去的一年里，中国汽车企业取得了很多可喜的成绩，向世人展示了清晰的战略目标、与时俱进的向上诉求。  
　　党的十九大报告明确提出，中国特色社会主义进入了新时代。中国由此开启了全面建设社会主义现代化国家的新征程。  
　　吉利控股集团自踏入汽车制造业那天起，就深深懂得，制造业是立国之本、兴国之器、强国之基。一个自主的、强大的、具有国际竞争力的制造业是现代化强国的重要标志，汽车制造业责无旁贷。  
　　新时代需要新标志。作为中国自主品牌的一面旗帜，吉利汽车不忘初心、砥砺前行。2017年我国汽车销量达2887.9万辆，再创历史新高，自主品牌乘用车市场份额提高了0.7个百分点。吉利汽车在2017年全年累计销量突破124.7万辆。  
　　新需求激发新物种。在智能化、网络化、信息化和新能源技术驱动下，新一轮科技革命和产业变革加速推进，汽车作为新物种的时代已经到来。吉利控股集团努力变革，实现不同品牌间的资源整合协同，期望成为新物种的代表。  
　　新力量担当新使命。尽管中国汽车制造业近年来取得了长足发展，但外资品牌仍然很强大，合资品牌占据着超过45%的市场份额。促进我国产业迈向全球价值链中高端，汽车制造业使命重