

践行“一带一路”倡议 加速布局海外市场

# 东风走出去战略蹄疾步稳

本报讯 通讯员金妹报道:4月25日至27日,第二届“一带一路”国际合作高峰论坛在北京举行。来自150多个国家和90多个国际组织的近5000名外交齐聚北京,共商合作大计,共建开放平台,共创美好未来。

开放合作,是时代的主题,也是东风公司建设世界一流企业的必由之路。东风公司董事长、党委书记竺延风指出:“东风要主动融入‘一带一路’建设,有序布局海外事业,形成‘走出去’体系能力。”东风公司第九次党代会也明确提出“努力提高开放合作水平”,要在更深层次的开放合作中推进世界一流企业建设。

“一带一路,与你偕行。”4月17日,东风公司和来自全球50多个国家和地区的120多名海外合作伙伴齐聚上海,共商实现更大范围、更高层次的合作。

追求梦想,离不开正确的方向;砥砺前行,

更需要清晰的路径。在这场以“Drive Your Dream”(让汽车驱动梦想)为主题的东风海外事业拓展的“家庭聚会”上,东风公司发布了新一轮海外事业中期计划,在“3+3+N”海外事业布局基础上,将现有市场按照南美、东亚经济联盟、中东、非洲、东南亚划分为五大区域,并明确了目标实现的具体对策和举措。

面对世界经济全球化的新变局,开放合作需要更多主动、勇气与智慧。“深耕海外市场,培育万辆级市场,打造千万级市场集群。”东风公司所明确的海外市场五大区域是“一带一路”沿线汽车消费市场的关键区域,贯穿亚欧非大陆。划分五大区域,引进区域营销理念,实现贸易型向战略型转变、分散的经营模式向集中运营模式转变,以及实现产品导入模式的转变,东风公司决心与合作伙伴在互惠互利的基础上,加快“走出去”步伐。

“我对东风品牌充满信心。我也坚信东风在秘鲁市场会越来越好。”来自秘鲁的东风经销商乌斯曼如是表示,过去5年,他的事业在与东风的密切合作中快速发展。

从战略选择到使命担当,近年来,东风公司向海外事业践行“一带一路”倡议,海外朋友圈越来越大,合作越来越深入,品牌影响力越来越强。

伊朗是“一带一路”沿线国家,也是中东最大的汽车市场,更是东风公司首个万辆级的海外市场。从简单的贸易出口发展到工业化软件组装,东风公司不断深化与当地企业的合作,目前已建成多个KD组装工厂,产品受到伊朗市场用户的高度评价和认可。2018年东风品牌乘用车在伊朗市场销售21744辆,截至目前,东风公司向伊朗累计出口全系列汽车产品超过70000辆,东风品牌

在当地的美誉度不断提升,影响力持续增强。

在俄罗斯,东风公司积极推进本地化销售经营,投资成立东风俄罗斯公司,并收购了俄罗斯当地品牌销售店,改造成为东风首家海外产品销售展示中心;在印尼,通过合资与当地合作伙伴建立印尼工厂,并以此为基础覆盖东南亚各国;在阿尔及利亚,累计出口汽车达10万多辆,东风品牌市场占有率在当地中国品牌中排名第一。

在沃尔沃帆船赛东风队夺冠的征程中,东风公司更是沿路开展了多场“一带一路,与你偕行”品牌推广活动。这也是中国汽车品牌首次在国际舞台上响应“一带一路”倡议,吸引了一大批全球伙伴的呼应与合作。

积极践行“一带一路”倡议,在不断深入的开放合作中,东风还将继续走向世界舞台,融入世界经济。

## 一鼓作气打赢脱贫攻坚战

本报讯 通讯员周惠明报道:5月7日,东风公司召开2019年扶贫攻坚工作领导小组(扩大)会,部署2019年扶贫攻坚工作。

时下,脱贫攻坚已进入攻城拔寨的关键时期,东风公司要求,所驻各单位及一线扶贫工作队员要保持高昂斗志,紧盯脱贫目标,准确把握脱贫标准,不懈怠、不放松,一鼓作气打赢脱贫攻坚战。会议明确了2019年公司扶贫攻坚工作目标,即按照《东风汽车集团有限公司关于全力支持打赢脱贫攻坚三年行动实施方案》要求,全力实施“赋能工程”,推进“扶贫套餐”服务,全面完成国务院下达的《中央单位定点扶贫责任书(2019年度)》各项任务,为实现“一个体系”“两个确保”“三个满意”的脱贫攻坚总目标奠定基础。

## 前4月东风销售汽车113万辆

本报讯 通讯员张玲报道:东风公司5月10日最新销量快报显示,今年前4月,该公司累计销售汽车113.23万辆,其中,销售乘用车91.73万辆,销售商用车21.50万辆,同比增长4.81%。

4月份,东风公司销售汽车27.07万辆,其中,销售乘用车20.96万辆,自主品牌乘用车2.86万辆,合资品牌乘用车18.10万辆;商用车销量6.11万辆。1-4月,公司自主品牌乘用车销量16.89万辆;合资品牌乘用车销量74.84万辆。1-4月,东风商用车有限公司销售中重卡6.49万辆,同比增长3.15%;东风汽车股份有限公司销售汽车7.48万辆,同比增长13.97%,其中,销售轻卡4.77万辆,同比增长27%。

## 推动装备事业核心战略落地

本报讯 通讯员宋晓欣报道:5月7日,东风有限装备事业论坛在十堰举行,会上发布了“5+3”业务规划,核心竞争力、提升MPR(边际利润率)水平等发展战略。

今年一季度,装备公司实现经营收入6.34亿元,超预算3.5%,其中,装备产品销售收入超预期增长8.2%,呈现良好的开局态势。今后五年,装备公司将围绕“5+3”业务规划和“3+3”组织模式全力助推装备公司ES223发展战略落地,以“目标牵引、创新驱动、稳中求进、提质增效”为整体工作思路,着力于管理提升、结构优化、市场拓展、内部协同,强化核心装备竞争力等。

## 开展专题党课学习活动



5月12日,东风有限商用车机关党支部利用休息日开展主题党日活动,组织党员和入党积极分子赴化工厂周边环境,并开展专题党课学习。

在党课学习时,该厂相关负责人分享了新修订的《中国共产党纪律处分条例》九大亮点,并希望机关党员干部要争当学习党的理论知识的排头兵,要提高党性修养,做到政治过硬;要坚定理想信念,不断提高能力;要坚决解放思想,积极改革创新;要坚持求真务实,锤炼过硬作风。

通讯员 陈敬哲 摄

## 行业动态

### 氢燃料电池“中国芯”研发获得重大突破

近日,坤元新材料科技(上海)有限公司宣布,成功研发新一代以高质子量高性能磷酸掺杂聚苯胺为核心的高温燃料电池质子交换膜,这项技术因为在研发质子交换膜燃料电池中占据核心作用,因此也被业界称为“燃料电池的心脏”。业内人士介绍,质子交换膜燃料电池具有工作温度低、启动快、比功率高、结构简单、操作方便等优点,在氢燃料电池汽车中广泛应用。(据第一财经网)

### 今年我国新能源汽车产量预计超150万辆

工信部近日表示,一季度我国的新能源汽车产销分别完成了30.4万辆和29.9万辆,产销增幅同比分别达到102.7%和109.7%。预计今年新能源汽车产量会超过150万辆。下一步将通过以下措施进一步推动新能源汽车高质量发展:一是坚持创新驱动,完善以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的协同创新体系;二是加快充电设施建设,提升用户使用体验;三是完善扶持政策,提高新能源汽车市场化发展的长效机制;四是健全体制机制,提高新能源汽车的安全运行水平。(据中国新闻网)

## 影 像 东 风

### 东风商用车一季度中重卡销量同比增长

►5月10日,在东风商用车重卡新工厂,工人正在生产线上紧张生产。据了解,一季度,东风商用车累计销售卡车45743辆,同比增长2%。

记者 金正 摄



### 第五季东风天龙卡车驾驶员大赛开赛

►5月10日上午,“出彩天龙哥 中国好司机”第五季东风天龙中国卡车驾驶员大赛在河北正定拉开帷幕。

东风天龙中国卡车驾驶员大赛从2014年正式开始举办,至今已成功举办4届,累计举办比赛场次超过1000场次,参赛人数超过10万,获得了全国卡车司机的广泛关注和一致好评。该赛事已经成为中国商用车行业参赛人数最多、涉及区域最广、社会影响力最大、考核项目最全、奖金奖品最具吸引力的赛事。

通讯员 江唯唯 摄



我国首次进行大规模商用车车队跟驰试验

## 东风天龙 KL 顺利通过测试

本报讯 通讯员 江唯唯报道:5月7日,我国首次大规模商用车车队跟驰试验在天津市西青区举行,东风天龙 KL 顺利通过全国汽车标准化技术委员会智能网联汽车分技术委员会组织的无人驾驶车队跟驰功能公开验证试验。

在“汽车+5G”趋势影响下,商用车领域新技术、新业态、新模式不断涌现,智能化商用车将是未来发展的必然趋势。2017年底,国家相关部门联合发布《智能网联汽车标准体系建设指南》,将车队跟驰相关标准作为重要组成部分。

此次活动邀请东风商用车有限公司、北汽福田、中国重汽等中国商用车骨干企业进行公开验证,标志着我国智能网联汽车标准体系建设步入高级别自动驾驶领域。

据了解,此次测试包括车队加速、车队减速及车队换道三项内容。由三辆商用车通过智能网

联技术组成车队,头车为人工驾驶模式,后方车辆需在自动驾驶模式下根据前车动作实现加速、换道和制动操作,同时全程保持合理车距。

与传统汽车封闭场地测试不同,本次车队跟驰标准公开验证试验采用公开道路,全长4公里,双向6车道,全程包含3个交叉路口,并包含有坡道、弯道等,对车辆的行驶能力均具有较大的挑战。三项测试中,东风天龙 KL 均表现优秀,顺利完成测试。

据悉,东风商用车有限公司将继续协同行业进行标准法规和测评体系的建立,进一步改善电动化和智能网联的关键基础支撑体系,扎实推进推进电动化和智能网联技术的产业化实施,并将完成L2级自动驾驶卡车量产。

图为东风天龙 KL 正在进行无人驾驶车队跟驰功能公开验证试验。

