

逆势搏击创佳绩

——东风商用车有限公司致力打造行业领先新优势纪录

通讯员孙波 寇华鑫

总装线上忙碌的身影,深夜依然灯火通明的研发大楼,一线销售人员匆匆的脚步……奋斗,是东风商用车有限公司全体员工2019年前行的主题。

国内汽车市场形势严峻,市场竞争中前有“强敌”,后有“追兵”。在此背景下,东风商用车有限公司提出2019年市场份额达22%、销量挑战208万辆的高目标。2019年上半年,东风商用车在国内中重商用车市场连续3个月下滑的情况下,累计销售中重卡超97万辆,同比增长1.67%,在打造商用车领先新优势的道路上坚定前行。

深化改革清除发展顽症

6月20日,东风商用车有限公司动力总成工厂正式以动力总成事业部为名义运行,这是该厂经历了去年发动机厂、变速箱厂整合后的又一次体制、机制的变革。

在东风商用车50年发展进程中,其所属的一部分工厂、子公司存在发展困难、产品结构同质化、机关部门设立过于细化等问题,可谓新老问题叠加,新旧矛盾交织。

“世界上没有可以躲避行业风云变幻的‘避风港’。企业要想长远发展,就要审时度势,不断调整方向。”东风公司党委常委、副总经理、东风商用车有限公司总经理杨青说。

从去年开始,东风商用车有限公司全面

深化改革,先后完成了客车业务关闭、车辆工厂整合、动力总成工厂整合,东风锻造有限公司成立等改革项目。同时,各个领域深化改革的步伐也在今年得到延续与加强。在制造领域,持续加快产能布局优化。今年6月,东风商用车车辆工厂产能三车间全体职工搬迁至装配线9线,预计到9月底,车架涂装线一、二、三、四、五、六、七、八、九、十、十一、十二、十三、十四、十五、十六、十七、十八、十九、二十、二十一、二十二、二十三、二十四、二十五、二十六、二十七、二十八、二十九、三十、三十一、三十二、三十三、三十四、三十五、三十六、三十七、三十八、三十九、四十、四十一、四十二、四十三、四十四、四十五、四十六、四十七、四十八、四十九、五十、五十一、五十二、五十三、五十四、五十五、五十六、五十七、五十八、五十九、六十、六十一、六十二、六十三、六十四、六十五、六十六、六十七、六十八、六十九、七十、七十一、七十二、七十三、七十四、七十五、七十六、七十七、七十八、七十九、八十、八十一、八十二、八十三、八十四、八十五、八十六、八十七、八十八、八十九、九十、九十一、九十二、九十三、九十四、九十五、九十六、九十七、九十八、九十九、一百。

在子公司中,东风商用车有限公司倡导积极面向市场、做强主业、加速发展,全面提升子公司的价值与贡献。今年上半年,东风商用车有限公司在山西、陕西、宁夏等区域取得不俗业绩,实现销量14万辆,完成全年目标的64.34%。

五大平台商品满足用户需求

作为一家汽车企业,产品是企业发展的命脉。“改进一代,开发一代,预研一代”的技术理念是东风商用车发展进程中不变的追求。近两年,东风商用车有限公司确立研发“10大技术战略”和“13条核心技术路线”,通过聚焦商品竞争力、提升整车动力性、制动力性和通过性,顺应整车“五化”趋势协同发展。

在智能化、网联化、电动化、共享化等方面进行先行开发探索,以更加包容开放的心态适应行业,引导行业的技术变革。

今年1月6日,新一代东风天龙KL、东风天锦KR全国上市,这两款车依托东风商用车有限公司强大体系能力历时5年研发而成。在东风天龙KL身上,能看到很多“颠覆性”的设计和运用。

东风商用车技术中心第一商品开发部、商品开发工程车项目总工程师D320项目负责人严利群表示,可能是商用车最核心的要求,以往消费者对于可塑性的认识无非是车辆大一点、重一点,结构强一点,而现在则在满足可靠性的基础上提高轻量化指标。

当新一代东风天龙KL满载49吨货物,从新疆克拉玛依出发,穿越戈壁、山区、丘陵、平原各复杂地形,用5天时间行驶3468.7公里外的河南郑州时,每百公里油耗仅为28.2L,充分显示了新产品的实力。

新一代中重卡的上市,标志着东风商用车步入“五大平台商品”发展阶段。“五大平台商品”发展战略更符合当前的物流需求,东风商用车以不同定位的产品,来满足用户的差异化需求,以此开拓出更大市场。

深耕市场孕育新希望

2019年是东风商用车改革发展的深化之年,也是打造行业领先新优势的收官之年。面对新的市场形势,东风商用车有限公司提出,将进一步强化商企对市场信息的挖掘和把握

能力,将商企研发、质量管理等人员前置到大区,持续研究各地区客户需求和市场变化。

东风商用车技术中心第二商品开发部部长许杰介绍,上半年,他们的团队奔赴各区域,针对江西“鱼鲶”在“取得客户个性化需求”方面做出的贡献,取得不错的销售业绩。

在销售模式上,东风商用车有限公司也在寻求改变。今年通过构建精准营销体系,积极抢占市场。

山东省交通便捷、天然海港众多,危化品运输量大,运输业发达,成为卡卡厂家必争之地。从今年4月份起,东风商用车与营销领域山东商代处执行“炸碉堡”倍增计划,加大对潜力市场的持续投入,根据细化市场特点制订不同方案,以点带面逐一突破,上半年已实现销量3719辆。

东风商用车新疆有限公司东北区域经理王亮认为,东北市场从来不是东风商用车的强势市场,那里不仅是一汽的“大本营”,也是陕西重汽盘踞数年的“根据地”,要在此地赢得市场,难度可想而知。王亮说,没有巧妙的办法,他们

就通过“广撒网”的方式,一个客户一个客户拜访,跟一跟物流公司推介,让客户了解东风商用车产品,通过不懈努力,今年上半年东风商用车在当地销量达160辆,超过去年全年销量。

市场也许持续寒冬,但奋斗者的汗水,会让冰冷的土地孕育出新的希望。

东风400万元资助子弟学校建设

本报讯 通讯员宋晓欣报道:7月17日,东风公司向十堰基地公益助学捐赠仪式在东风第一小学举行。

东风诞生于十堰,发展于十堰。东风公司向十堰市教育局捐赠400万元,用于东风第一小学、东风五中等10所原东风子弟学校教育项目建设。此次公益助学捐赠是东风公司反哺十堰基地,向十堰市、东风建设50周年献礼的重要举措,旨在让十堰基地的职工子女共同分享企业发展成果,培养一批“有梦想,且有力量实现梦想”的东风子弟。东风公司将一如既往地加大对原东风子弟学校帮扶力度,开展力所能及的教育援助项目,推动学校优质、均衡、特色发展,为十堰基地职工子女和稳定职工队伍创造良好环境。

东风职工运动会9月在十堰举行

本报讯 通讯员熊秋琳报道:7月18日,东风公司第十一届职工运动会筹备组第一次全体会议在十堰基地举行。

为庆祝中华人民共和国成立70周年,东风公司建设50周年,东风公司第十一届职工运动会将于9月下旬在十堰市体育中心举行。第十一届职工运动会以“奋进五十载,超越创未来”为主题。会上,公司介绍了开幕式和总体的方案,要求尽快细化,完善开幕式四个篇章的策划和方案;做好排练和演出中的后勤保障工作;务必以强烈的责任感和使命感,把这次大赛的献礼活动办好,办成东风人记忆深刻的一次盛会,展现出东风五十年传承的文化和东风人的精神风貌。

东风零部件虎口夺食抢市场

本报讯 通讯员高维报道:7月17日,东风汽车零部件(集团)有限公司7月运营分析会发布消息,今年上半年,该公司实现营业收入67.02亿元,营业利润超预算目标,顺利完成“时间过半任务过半”目标。

据介绍,今年上半年,东风汽车零部件(集团)有限公司面对极其严峻的市场形势,各分公司积极开展“虎口夺食”抢市场,千方百计稳增长“市场增收活动”,聚焦目标客户,拓展市场业务,大力降低成本,有力支撑利润目标达成;全面提升APW,持续提升收益力和竞争力。与此同时,今年以来,该公司改革攻坚深入扎实推进,体制机制进一步优化;发展攻坚全面提速,战略布局加快落步。

东风车身厂科技攻关提高效率

本报讯 通讯员郭飞报道:7月16日,在东风商用车车身厂冲压车间设备保全班PLC线下检测平台前,维修工程师刘志涛与同事一起拆解2400吨压力机润滑油系统

原因。他们把实际故障还原在检测平台上,通过微机检测系统传输数据,寻找电流、电压与润滑油温度的相互波动规律,进行线故障排除。然后把故障的维修技术运用到冲压自动线上。刘志涛告诉工友:“PLC工控设备是自动化生产线核心部分,需要长期刻苦学习实践,才能掌握关键技术,提高设备维修效率。”

东风锻造打破坚冰外找市场

本报讯 通讯员鲁明星报道:7月16日,东风锻造有限公司召开年中经营工作会,该公司上半年通过苦练内功,利润总额实现3083万元,顺利完成指标。

上半年,东风锻造有限公司市场销售部部长王力打破市场坚冰,到东风外找市场,共开发新客户6家,实现钢铁销量3121吨,预计下半年新增4473吨。产品技术部部长侯人位全力协同市场,对工厂战略产品进行分期开发,紧盯新能源及工程机械市场,抢抓轻量化发展方向,推广高强度、高韧、高牌号材料技术,瞄准ADI高端材料重点研发和推广,抢占技术制高点。

东风十堰基地 加强“三供一业”维修改造安全教育

本报讯 通讯员宋晓欣报道:7月22日,东风公司十堰基地“三供一业”维修改造安全警示教育大会在十堰召开。

会上通报了近期国家、东风公司安全生产情况,东风46厂(原东风梁梁梁有限公司)岩岭岗小区物业改造过程中发生燃气泄漏安全事故以及东风公司“三供一业”维修改造施工现场安全监督检查情况,中德东风相关负责人为与会学员讲解了燃气管道安全施工有关事项。

会议强调,“三供一业”维修改造是一个庞大复杂的系统工程,目前已有32个小区进场开工,移交方、接管方、施工方、监理单位必须高度重视政治站位,将“不忘初心、牢记使命”找差距,抓落实”与东风公司“三供一业”维修改造工作结合起来,加强组织保障,高度重视施工期间的安全生产工作,各单位务必加强对重点施工阶段关键工序的检查指导,做到安全工作万无一失;与会关键要以46厂岩岭岗小区燃气管道安全事件为戒,全面开展安全大检查活动,突出责任担当,及时发现隐患,迅速予以整改。要将落实制度放在首位,注重细节管理,保证“三供一业”维修改造工作安全有序推进。

聚焦“三供一业” 推进政企共建

DDi13 试装点火

▲7月16日上午11时,东风商用车有限公司自主开发的全新二代国六重柴发动机——DDi13发动机顺利实现工业化试装点火。

DDi13发动机正式迈入从产品设计到工业化制造的重要一步,它是一款满足国六阶段排放标准的主力重柴发动机。DDi13在设计中采用了包括东风商用车新型燃烧系统技术在内的多项自主创新专利技术以及集成化、模块化轻量化设计技术,其各项核心技术指标对标国际竞争车型的先进水平设立,具有低排放、高性能、高效率的特性。 通讯员江雁峰 摄



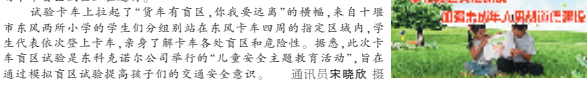
二汽在十堰建发动机



加强学生安全教育

▲7月19日,在东风克诺尔商用车制动有限公司厂区空地前,一场卡车区试验正在进行。

试验卡车上拉起了“货有盲区,你我安全”的横幅,来自十堰市东风两所小学的学生们分组别站在东风卡四周的指定区域内,学生代表依次登上卡车,亲身了解卡车盲区及危险性。据悉,此次卡车区试验是东风克诺尔公司举行的“儿童安全主题教育活动”,旨在通过模拟区试验提高孩子们的交通安全意识。 通讯员宋晓欣 摄



十堰基地开展学生安全教育

十堰:东风梦起的地方

特约记者 龙际礼



二汽在十堰建发动机



十堰基地干部参观二汽建设



现在的东风十堰基地

十堰,是东风的“延安”,也是东风梦起的地方。因为东风汽车,这座大山深处的荒凉小镇,发展成了繁华现代的现代化汽车城。

1969年9月28日,原二汽正式开始大规模建设。与二汽一起成长的,是十堰这座能城。它和二汽一起成长,是十堰这座能城。它在二汽行政合一。当年在山区建设是为了避开城市,但几十万人生活的现实又逼着我们重新建设城市。二汽创始人之一的董祖诤说,他既是二汽的总工程师,又是十堰的设计师。

多年来,二汽与十堰共同成长。1985年,二汽产销量,上国家利国和税收,均占全国汽车企业的60%以上,创造了上世纪80年代的辉煌。即便东风公司总部搬迁到武汉后,汽车仍然是十堰第一支柱产业。

目前,以东风为龙头,十堰市各类整车生产企业达到29家,汽车产业从业人员超过20万人,具有年产各类商用车90万辆以上的能力。依托独特的汽车产业优势,十堰市新能源汽车产业迅猛发展,新能源汽车整

车企业已有5家,新能源商用车产销连续3年领跑全国,曾经名不见经传的十堰小镇,2010年被中国汽车工业协会授予“中国卡车之都”称号。

襄阳是东风公司“出山”的第一站。上世纪80年代,根据当时中国汽车“缺重少轻无轿”的格局,一个高起点、大量采用新技术的轻型车基地在襄阳古城北部的油坊岗开始建设。随后,神龙公司襄阳工厂、东风日产襄阳工厂纷纷在这里落地。如今,东风公司与华为一同,襄阳市政府共同启动了“智行隆中”项目,让这座历史文化名城增添智慧新动能。

继襄阳基地后,东风人又毅然向国家请战:上轿车项目。1992年5月18日,神龙汽车有限公司正式成立,次年2月26日,神龙轿车型项目在武汉经济技术开发区破土动工。进入新世纪,东风公司的经营业绩以年均30%的速度快速增长,东风公司技术中心、东风乘用车公司、东风雷诺、东风云峰项目等

先后落户武汉,在武汉经济技术开发区形成了一条长约13公里的“千亿大道”。

至此,十堰—襄阳—武汉500公里汽车长廊横贯湖北,一条现代化的汽车产业链助推推动湖北经济腾飞。

“过去,我们在十堰,相对闭塞,是在山沟里想问题;今天,东风人书记在浩瀚世界。”东风公司董事长、党委书记竺延风说。立足湖北,面向全国,目前,东风公司产业布局不断优化,已经建成十堰、襄阳、武汉、广州四大基地,并在柳州、郑州、盐城、杭

州、重庆、常州、惠州、成都、大连等20多个城市建立起生产制造工厂,形成了“4+N”的事业布局。

2018年,东风公司销售汽车383万辆,总营业收入第二位,自主品牌销售超过120万辆,位居世界500强自主品牌前列。在2018年《财富》世界500强排行榜上,东风公司以932.94亿美元营业收入再次跻身排行榜前100名,位居65位,全球汽车企业排名第10位。

壮丽70年 奋斗新时代 ——政企共建50年