

2014:东风商用车的世界之路

通讯员张凤玲



东风商用车参加德国汉诺威国际车展(资料图片)

2014年1至12月,中国重卡市场累计销量68.77万辆,同比下降1%。其中,东风中重卡销售15万辆,销量仍稳居行业首位。回首这一年,东风商用车有限公司在弱市中探寻,走出了一条多元化的发展之路。从中国的东风到世界的东风,东风商用车在国际化的道路上已经走在行业前列。

“东风号”帆船:实现国际化与远洋航船“梦”

2014年2月26日,在海南省三亚半山半岛帆船港,全新一代沃尔沃65级赛艇“东风号”亮相。

“东风号”是中国企业冠名的第一艘远洋帆船,由中外船员组成的东风队是第一支由中国船员为主体的帆船队。这是中国帆船运动史上的一大创举,结束了中国只有近海帆船队的历史。

“东风号”帆船:实现国际化与远洋航船“梦”

2014年6月,经过几个月严格选拔和训练,东风队参赛选手最终确定,陈锦浩、杨济儒、郑英杰和刘学四位中国籍队员,与外籍远洋航海高手一起参加沃尔沃2014—2015赛季环球帆船赛。

2014年10月11日,沃尔沃环球帆船赛首站开赛。

赛首站分段赛在西班牙阿利坎特开赛。同时,在港口搭建的东风馆也向观众传递着中国文化,东风商用车将诞生地——十堰武当山的太极功夫展现在国际舞台上,让国际顶尖帆船赛事更加精彩。

截至目前,东风队三段赛事均表现不凡。东风队对于东风商用车来说,开启的是一条通往全球的新航线。“东风号”不仅承载着中国帆船人征服大洋的梦想,也承载着中国人走向远洋的梦想,更承载着东风人的国际化梦想。

从中国走向世界:东风亮相汉诺威国际车展

2014年4月20日,东风商用车有限公司携旗下6款车型以及部分动力总成参加2014年北京国际车展。高效节能环保车型和动力总成的盛装亮相,展示了东风商用车有限公司强大的技术创新实力,为用户提供了全新的价值体验。从参展的车辆与动力总成可以看出,全部满足国IV法规要求,在节能环保上东风一直引领行业发展。

2014年9月,东风商用车首次参加德国汉诺威国际车展。东风天龙旗舰6x4牵引车、东风天锦快递物流运输车、东风天龙4x2牵引车亮相。东风商用车的参展车型虽然不如一些跨国公司多,但是受到的关注不比他们少,特别是新闻发布上的“中国功夫”让很多老外看了个过瘾。作为东风商用车有限公司全球战略的一部分,此举大大提升了东风卡车的全球知名度。

东风与沃尔沃建立国际战略联盟,不仅引领中国商用车市场,也带动着国际商用车市场的神气。此次东风的参展,一方面向欧洲用户了解了东风商用车,另一方面,又学习交流了技术,寻求到了更好的合作伙伴。

伴,提升了东风在国际市场的影响力,东风成为了走向世界的东风。

天龙旗舰试销:微电影《风驰》向全球播放

2014年10月19日,备受关注的东风高端重卡天龙旗舰首批车辆交付江西丰城用户。至此,天龙旗舰重卡开始接受用户限量预定。

东风天龙旗舰重卡自2013年上海车展发布后,便引起广大重卡用户的关注,但迟迟没有上市。在几次国内的展会中,天龙旗舰仅展示了不同颜色外形、底盘与驾驶室一直没能公布于世。直到汉诺威车展,天龙旗舰才首现完整形象,也让一直关注天龙旗舰的用户了解到这款车的内幕。

东风天龙旗舰重卡是东风商用车依靠40多年的卡车自主研发、制造经验,并充分整合全球领先的商用车设计和技术资源,历经5年研发,针对高效长途运输需要而量身打造。为了将天龙旗舰打造成具有国际水准的高端重卡,东风商用车有限公司做了很多努力,以实现每个细节的完美。

为打造天龙旗舰重卡的国际形象,东风商用车有限公司拍摄了首部微电影《风驰》。影片讲述了一个正能量温暖故事,成功塑造了一个勇敢、正直、热心的中国好司机的形象。并从外国人的视角看到了中国人与中国制造的新面貌,展示了东风商用车开放友好、走向国际的自信姿态。演员来自阿根廷和印尼,采用中英文字幕。为扩大东风商用车品牌在海外知名度,微电影《风驰》将在东风商用车独家冠名“东风号”参加沃尔沃2014—2015环球帆船赛所经过的十大站点,配合东风商用车品牌在经销商的推广活动,面向全球用户播放。

要 闻 概 览

东风出台惠民工程管理办法

本报讯 通讯员孙波报道:近日,东风公司十堰基地《“惠民工程”项目管理办法(试行)》出台。这是继东风公司《专项资金项目实施管理办法》、《专项资金管理流程》等管理办法出台以来,针对十堰基地“惠民工程”实施出台的又一指导性文件,标志着东风公司的“惠民工程”向常态化、科学化、规范化管理又迈出了一大步。2009年“惠民工程”启动以来,东风公司先后向十堰基地投入资金2亿元,实施了1700余个项目,惠及55个物业区域、40000多户居民。“惠民工程”是构建和谐东风、提升员工幸福指数的民生工程,“惠民工程”十件实事”已经成为构建和谐东风的一个知名品牌。本着“贴近群众、服务民生、综合评价、比较择优、科学可行、实事求是、预算合理、方案准确”等原则,“惠民工程”项目管理办法(试行)规定将建立问责制,要求项目从立项、计划下达、项目实施到竣工验收及决算,必须严格遵守项目管理制度,责任人要按职责和流程做好相应工作,对责任未落实并造成严重后果的项目责任单位和责任人将进行通报或按程序进行问责。

东风e-HR系统建设稳步推进

本报讯 通讯员高雅报道:1月15日,东风直属单位e-HR系统(电子人力资源系统)薪酬模块、人事预算模块实施启动会在十堰召开。据悉,东风直属单位e-HR系统薪酬模块和人事预算模块,将于2015年12月完成上线,实施范围为十堰管理部、襄阳管理部、东风特种商用车有限公司、东风公司技术中心等31家单位,将有助于规范各单位的人事管理,提升人事管理水平和工作效率。东风e-HR系统建设于2013年11月12日启动,将在2016年底完成。截至2014年12月,该系统已完成总部机关基础模块实施,东风有限e-HR系统迁移与升级、总部机关薪酬模块实施和东风直属单位基础模块实施四大主要工作任务,实现了东风有限、东风商用车、东风直属单位三大组织覆盖。按计划,该系统2015年将完成近12万员工的人事业务管理工作和近10万员工的新酬管理。



1月16日,东风汽车悬架簧公司十堰工业新区新工厂热处理一线机器人在淬火线生产。据悉,汽车悬架簧生产一直投入使用机器人,在全国板簧行业尚属首例。该机器人的投入使用,既减少了生产一线的工人数量,又大大降低了工人的劳动强度。以前一条热处理淬火线三个人都忙不过来,现在一个人就能轻松地应付。

特约记者叶根 摄



1月18日,东风汽车有限公司刁宴其工厂确定2015年销售收入目标为3.2亿元,工厂车间开工大吉。为完成这一目标,该厂细化工作措施,确保战略任务落地。通过组织培训、合理安排,提升效率和产品质量;通过打造优质、高效、安全的供应链,实现降低成本不低于300万元的目标。

通讯员陈敏 摄

东风汽车报评出2014年东风十大新闻

自主品牌乘用车逆势增长;自主品牌商用车持续保持行业领先,中、重卡连续11年位居行业第一。

四、2014年,东风公司强化国际运营,加快国际化发展步伐,战略性入股PSA,推动国际化迈入新阶段,开创了中国汽车企业国际化发展新模式。

五、2014年,东风医疗集团和东风特种商用车有限公司成立,东风公司推进深化改革迈出新步伐,业务集中调整取得重要进展,辅业优化盘活加快进行,大集体企业改革改制等稳步推进。

六、2014年,东风公司发布以“和”为标志

识的文化品牌战略,在充分吸收东风优秀文化基因、传承东风优秀文化传统的基础上,深刻而全面地表达了东风的核心价值和时代主张。东风公司在集团内广泛开展了“和”文化的宣传与实践,企业文化建设进入新境界。

七、2014年,东风公司协同发展进入攻坚期,企业上下以更加奋发有为的精神状态、更加高效务实的工作作风,深入贯彻协同发展战略,全面树立协同发展新思维,全面建立协同发展新机制,全面拓展协同发展新路径,努力开创协同发展新局面。

八、2014年,东风公司全面实施“润”计划,在环境保护、公益救济、公共福利等诸多方面,探索了一系列具有东风特色的履责方式。同时,持续五年扎实推进东风十堰基地年度“十件实事”建设,惠民工程惠及实处,深得人心。

九、2014年,东风公司着力巩固管理提升活动成果,不断深入开展管理提升和管理创新活动,推动管理升级进步。

十、2014年,东风公司站在建设生态文明的高度,十分重视东风十堰基地、东风襄阳基地环境保护,认真推进环保专项治理,确保一江清水送北京。在2013年完成国IV第一阶段的小批量试水和本阶段1000台整车验证后,第二阶段以1000台整车的方式,在率先执行国IV的四川、上海、北京、江苏、广东5个省市完成国IV车切换,为其它省份国IV车建立了示范效应。基于此,2014年东风商用车国IV车在国内市场占有率达到28%,遥遥领先于行业,树立了国IV车的标杆形象。

东风商用车全面跨入“国IV时代”

本报讯 通讯员孙波报道:1月13日,笔者走进东风商用车有限公司总装厂装配车间,这里和往常一样呈现一片繁忙景象。“国IV排放标准从2015年元旦起已经全面实施,我们从去年12月份开始,重新制订了装配流程,增加了安装后处理系统道工序。工艺流程的修订,意味着我们生产的新车已经全部转换为国IV绿色产品。”生产线上,总装厂装配车间工艺员李正波介绍了该厂的新变化。

近些年来,“国IV排放标准何时实施”一直是汽车行业热议的话题,去年,这个话题终于有了标准答案。国家工信部在2014

年发布的27号公告中明确要求,国III柴油车从2015年元旦起将不得销售,国内商用车行业2015年起必须全面接轨国IV排放标准。实际上,作为中国商用车行业的“领头羊”,东风商用车有限公司一直在充当主动接轨国IV排放标准的排头兵——国IV法规全面实施的第一时间,东风品牌商用车就随之全面跨入国IV时代。

对接国IV,东风商用车有限公司一直在率先实施。早在2014年5月20日,东风商用车有限公司就在关于重型柴油国IV排放标准实施行业自律的承诺中表示:“保证生产和销售的国IV重型柴油车满足国IV

排放标准,杜绝国III及以下排放标准车辆销售国IV合格证销售。”东风商用车有限公司承诺一诺九鼎,而且底气十足。其底气来源于自身领先的技术支撑。东风商用车有限公司旗下所有商用车生产企业均在三年前就启动了开展国IV技术攻关,并在2014年全力推进了国IV车型的营销、服务相关培训。

东风商用车有限公司作为国内商用车行业的“领头羊”,在2006年就掌握了高压共轨电喷技术。经过多年的道路实验和客户实践,东风商用车发动机无论是油品适应性还是性能稳定性,都得到了市场的充分认可。2013年起,东风商用车有限公司已经开始为国IV法规的实

施进行商品的各项生产准备,并开始生产和销售满足国IV法规的车型。生产方面,东风商用车有限公司选择的技术路线是高压共轨加后处理SCR装置(尿素罐),排放物在后处理装置与尿素发生化学反应排放出氨气和水,从而将污染物大幅减少。在2013年完成国IV第一阶段的小批量试水和本阶段1000台整车验证后,第二阶段以1000台整车的方式,在率先执行国IV的四川、上海、北京、江苏、广东5个省市完成国IV车切换,为其它省份国IV车建立了示范效应。基于此,2014年东风商用车国IV车在国内市场占有率达到28%,遥遥领先于行业,树立了国IV车的标杆形象。

实施生产商品的各项生产准备,并开始生产和销售满足国IV法规的车型。生产方面,东风商用车有限公司选择的技术路线是高压共轨加后处理SCR装置(尿素罐),排放物在后处理装置与尿素发生化学反应排放出氨气和水,从而将污染物大幅减少。在2013年完成国IV第一阶段的小批量试水和本阶段1000台整车验证后,第二阶段以1000台整车的方式,在率先执行国IV的四川、上海、北京、江苏、广东5个省市完成国IV车切换,为其它省份国IV车建立了示范效应。基于此,2014年东风商用车国IV车在国内市场占有率达到28%,遥遥领先于行业,树立了国IV车的标杆形象。



“东风号”参加沃尔沃环球帆船赛追踪

“我为东风号骄傲”

文/图特约记者 沈知龙

夏尔·文德赫里埃是沃尔沃环球帆船赛“东风号”上的东风队队长,来自“盛产”远洋帆船运动高手的法国,有着丰富的远洋航海经历。低调、内敛的个性,使夏尔成为大赛船长新闻发布会上说话最少的船长,船员们也没能从船长口中听到过多的夸奖。1月18日,当各参赛船队奋力驶向三亚的途中时,在东风队持续领跑并继续扩大优势的时候,夏尔似乎不再沉默了。

“过去的24小时,我们平均车速不超过3节,等待每6个小时一次的定位报告简直是煎熬。虽然我们过去24小时的速度很慢,但我们很惊奇地发现其他船队比我们还要慢。昨晚有3个小时,水面没有一点波动,我们能看见星星倒映在镜子的海面上,非常美,但我们还是希望不要见到这样安静的画面!我们很急切地想到三亚,一年前,那里是我们的训练基地,是我第一次见到中国船员的地点,是东风队故事开始的地方!”夏尔说。

“参加这样的比赛,一定要有好的团队!为了打造精良之师,我们需要优秀的船员。回想中国船员从2014年2月开始的远洋航行旅程,那时刘学甚至不能讲一句英文,也没有在海上生活过一夜的经历。后来,他在经历第一次远洋训练后直接放弃了,被残酷的天气所击败。但几个月后,他又回来了。整个下午,我一直看着他的训练,从动作上可以看出,他在很短的时间内正在非常多的东西,甚至语速。郑英杰也是一样,他正在实现着自己的梦想。晚上,郑英杰还给我上了一堂中文课。对中国水手来说,用个月的时间学习远洋航海技术,要在完全陌生的语言环境中工作,这一切都是不小的挑战。为此我为他的表现感到骄傲,也为“东风号”感到骄傲!”夏尔对“东风号”上踏实努力的船员给予了很高的评价。



“东风号”各方向“三亚”终点冲刺。(资料图片)