

# 向着行业领先目标飞奔

——2018年东风公司自主事业发展回眸

通讯员石芬

没有自主,就没有话语权;没有自主,就没有未来。

过去一年,基于东风公司第九次党代会确立的“自主事业行业领先”的战略目标,东风公司自主事业加快布局和发展,全年自主品牌合计销售121万辆,是行业内过百万辆自主品牌集团TOP3(排名第三),销量占比接近总销量的三分之一。

时间的刻度,清晰记录走过的路。回望过去一年,东风自主事业发展道路上留下的是铿锵有力的步伐和愈发坚实的基础。

商用车事业持续保持行业领先——统筹发展中重卡、轻卡、微卡、专用车、客车等车型,加快产品升级换代。东风天龙 KL、天锦 KR 下线并实现交付。至此,东风商用车全系列车型完成了换代升级,实现五大平台共网销售。东风汽车股份国六轻卡东风途逸批量下线,开始抢占国内小卡市场。坚持掌控关键技术和资源。东风商用车13升大马力发动机成功点火。新一代高性能柴油发动机东风DDi11下线,核心能力进一步提升,改善弱势市场,深耕细分市场,抢占市场份额,重塑并打造商用车核心能力加快构建——产品平台、技术、动力总成、电子架构能力得到提升。东风风神“三年振兴计划”有序实施,聚焦国六技术,多款自主发动机实现 SOP

(标准作业程序),推出全新一代东风风神AX7,市场表现良好,智能化水平行业领先。全新AX3与超能纯电动中级车E70 500上市,新一代产品布局全面提速。东风创新设计中心(上海)揭牌投用,开启东风公司技术中心武汉、襄阳、上海、瑞典的事业新布局。东风风行 T5、东风风光 ix5、东风启辰 T60 先后上市。

深入贯彻军民融合发展战略,东风猛士甲获得“中国外观设计金奖”,履行央企政治使命,参与2018上合组织青岛峰会等国家重大活动车辆服务保障工作,完成“和平使命-2018”上合组织联合反恐军事演习车辆保障任务,积极参加第十二届珠海航展,充分展示东风军品最新成果,彰显军车第一品牌形象。

这是东风公司坚持发展自主事业的必然结果,也是东风公司“自主事业行业领先”的演进历程。东风公司正以咬定青山不放松的韧劲和决心,加速推进自主事业发展。围绕东风公司第九次党代会的战略目标,东风公司自主事业发展有了更清晰的时间表和路线图。商用车事业,到2023年为国内卓越商用车企业。总的目标是商用车总销量70万辆以上,国内市场占有率达到第一,其中中重卡市场占有率国内第一、轻卡市场占有率国内第二;商用车收益行业领先,营业利润率5%以上。



东风商用车部分车型展(资料图片)

乘用车事业,加快实施“规划计划”。具体的行动是“2344”,即未来五年实现自主乘用车销量超过200万辆,全价值链经营利润率超过3%,树立东风风神、东风风行、东风风光和东风启辰4大支柱品牌,推进品牌、平台、前瞻技术和新业务

4大协同。军事事业着力对军车生产、研发、营销组织机构进行调整,进一步巩固拓展领先地位。

在时光中前进,在奋进中图强。以建设卓越东风为引领,东风朝着“自主事业行业领先”阔步前行。

## 去年东风品牌商用车销量位居行业首位

本报讯 通讯员邓金龙报道:1月20日,东风公司召开2019年工作会议,2018年,东风公司销售汽车383.1万辆,稳居行业第二位。其中,中国品牌商用车销售56.2万辆,位居行业第一位。

东风公司深耕商用车业务市场,赢得了上千客户信赖,形成了涵盖重、中、轻、微、客全系列、多品种、宽型谱的产品格局。东风商用车事业拥有“一主两副、三箭齐发”的品牌格局。“一主”是东风商用车有限公司和东风汽车股份有限公司采用的东风品牌,“两副”指东风柳州汽车采用的乘龙品牌、东风特种商用车公司的华神品牌。

2018年,东风公司各商用车事业单元积极进攻,市场表现较好,总体销量56.2万辆,占比约15%。东风商用车有限公司销量达17.2万辆,中重卡市场份额13%,跑赢大市。东风汽车股份有限公司本部销量15.4万辆,同比增长8.7%,其中轻卡销量突破10.5万辆,新能源整车销量突破3.2万辆。东风柳州汽车销量5.5万辆,再创历史新高。

在竞争日益激烈的市场环境下,东风公司不断推出商用车新品,提升服务品质,推动商用车品牌向上。2018年,东风商用车公司加快对产品结构优化的布局,最近推出全新中重卡车型——东风天龙 KL 和东风天锦 KR,产品线得到进一步完善。东风汽车股份有限公司深耕细分市场,实现高端、中高端、经济型轻卡市场的全面覆盖,小轻卡东风途逸上市不到一年销量突破7000辆,东风柳州商用车在“平台化”战略的指导下,完成了重、中、轻、微、客全系列车型全面布局,新平台产品销量占比达到94%。

2019年,东风公司依然坚持高质量发展,销量目标为400万辆,增速跑赢大市。商用车业务将围绕打造领先优势不动摇,持续提升全价值链体系能力,加快构建整车及发动机、变速箱、车桥等核心技术资源领域的领先优势,力争在“五化”领域走在前列。

### 新年新目标

## 东风公司:400万辆



东风品牌车辆装配线

本报讯 通讯员吴杨报道:1月20日,东风公司党委九届三次全体(扩大)会议暨公司2019年工作会议在武汉召开。会议确定的2019年工作目标是:经营利润突破400亿元,汽车销量必达400万辆,挑战410万辆。会议指出,2019年要立足于严峻的市场环境,增强危机紧迫感,坚持稳中求进工作总基调,坚持推动高质量发展,以强调整、固长期、促转型为主线,鼓足干劲,砥砺前行,统筹推进稳增长、提效益、练内功、防风险、深改革、增活力、强自主、求突破、筑党建、促发展,确保经营质量更加稳固,核心能力构建取得新的进展,以优异成绩庆祝新中国成立70周年和东风建设50周年。会议强调,2019年要大力推动转型升级,坚定不移走高质量发展之路。要千方百计促进销量持续增长,增强经营素质;要加快企业数字化、信息化进程,推进管理数字化转型。

## 东风商用车中重卡:20.8万辆

本报讯 通讯员孙彦豪报道:1月16日,东风商用车有限公司召开2019年工作会议,明确了该公司2019年经营目标:中重卡销量20.8万辆,市场占有率将提升至18%。

2018年,东风商用车有限公司累计销售中重卡17.2万辆,同比增长1%,销量增幅跑赢大市。这一年,东风商用车有限公司在商品、技术方面,制定了清晰的技术发展战略,完成了“生产一代、开发一代、准备一代”正向循环的产品开发模式。2018年东风商用车有限公司总体目标为:中重卡销量20.8万辆,市场占有率提升至18%。为确保全面完目标,东风商用车有限公司将协同商品、研发、制造、营销、采购、子公司等全领域,聚焦商品竞争力持续提升,持续提升客户满意度;落实“五化”技术战略,强化技术对商品提升的支持能力,提高自主产品竞争力;培养营销特种部队“狼性”,构建精准营销体系。

## 东风乘用车 AX7:12万辆

本报讯 通讯员周惠明报道:1月16日,东风乘用车有限公司召开2019年商务大会,会议明确2019年自主乘用车AX7挑战12万辆销售目标。

过去一年,东风风神全新新一代AX7搭载Windlink3.0人工智能系统,创新智慧出行体验,实现高质量投放,智能业务快速发展;以交付为导向的商务政策和订单生产机制初见成效,终端和厂内库存同比降幅达71%,渠道健康度发展态势。2019年,东风风神将协同集团内一切优质资源,着力打造“五化”技术长板,集中力量把全公司AX7打造成月销过万辆的明星车型;同时推出最新运营车E70中改车型,以及重点投放的精品轿车D53车型。2019年将把十堰的超级市场作为营销工作的重中之重。

### 影·东·风

## 暖心餐 送一线

►1月15日晚,东风专用汽车有限公司总经理蔡玲新带领慰问生产一线作业人员,将“暖心餐”送到岗位上,送去关怀和温暖。

入冬以来,该公司积极提倡节约用电,夜班集中生产,错开用电高峰。为进一步做好夜班安全生产、防寒防冻等服务保障工作,该公司鼓励大家发扬吃苦耐劳、勇于担当的精神,全力做好安全生产、供电保障、应急处置等各项工作,确保生产工作有序进行。

通讯员 刘鸿飞 王龙 摄



## 保生产 动起来

►1月21日,东风汽车有限公司刃量具厂员工们正在利用休息间隙进行热身运动,以响应东风公司节约电力、保障生产的号召。

寒冬时节,东风汽车有限公司刃量具厂积极响应调度指令,成立错峰用电临时领导小组,做到全厂办公用电、取暖用电、电炉等电力设备节约用电。刃量具厂工会还特地准备了一批毽球和跳绳,分发到各个分会、班组,让员工在工作间隙、休息时间运动健身。

通讯员 陈敬建 摄

# 年味变化,见证东风50年发展

文/图 通讯员 宋晓欣



贾淑琴(左二)一家三代合影

农历猪年新春就要到了。

从1969年到2019年,东风公司从建设、改革、发展,到走向辉煌,50年奋斗史,半个世纪记忆。当年的不少东风建设者如今已子孙满堂,更有许多家庭50年来三代人都在东风工作。在东风生活,东风情代代传承。

1969年7月,贾淑琴与丈夫黄宗汉为响应国家号召,带着年仅5岁的儿子黄宗炯,从一汽支援二汽建设,来到偏僻的山

区十堰,在当年的43厂分别从事绘图和设计工作。

初期的那几年,贾淑琴一家和其他工人们住的都是打干灰、芦席棚和老百姓的磨房,条件艰苦,各种不适也接踵而来。“那个年代到了春节,厂里还号召大家上山种树,晚上房间里都是点煤油灯,屋子黑乎乎的什么看不清。物资供应都是靠发票,买肉用肉票,一个月只有半斤肉,就算是过年,肉也不够吃。”贾淑琴回忆。

在那个物资匮乏的年代,黄宗汉每临近春节总是走一段小路,再翻两座山到十堰老街,买半斤肉回家,来回2个小时的路程,只为了让一家人过年时能吃上肉馅饺子。山区的土路留下了黄宗汉的足迹,也记录下了那个时代的味道。

“1978年开始,伴随着二汽的发展,有了东风140、25V两款车型,物资也没有那么紧缺了,慢慢的,我们的生活也就好了起来,过年就盼着有糖吃,有新衣服穿,不过我印象最深刻的就是那甜又脆的青苹果。”儿子黄宗炯和父亲在一个单位,只是最初的43厂后改名“总装厂”(现东风商用车车桥厂)。

“那时候厂里开始分东西,一到过年我们一家人分到的青苹果足有一大筐。你别说颜色像青萝卜,吃起来特别甜。也就那几年能吃到,再后来就没吃过这么好的苹果了。”记忆深处的味道,总是最好的,那是黄宗炯心中的年味。

1993年,黄宗炯的女儿出生,取名黄点。黄点的到来给这个家庭带来了无限的欢乐和喜悦。自从有了女儿,黄宗炯夫妇每年临近新春就会买来气球,把房间装扮起来,营造出浓郁的新年氛围。黄淑琴也将小孙女视为掌上明珠,宠爱有加。这时候,年味又有新的变化。

“自从记事开始,我奶奶每年过年都会做生肉馒头给我吃,今年该吃到小馒头喽!我记忆中的过年就是放鞭炮,小伙伴们一起,别提多开心了。”如今,黄点早长成了大姑娘,进入东风商用车车身厂工作,但年还是和幼时一样幸福。

“每年腊月三十这一天都特别忙碌,早上起床就要赶着去姥姥家吃饭,到了下

午又赶着去奶奶家吃饭,一天都在忙着做饭这件事。”黄点说,“从匆忙的气氛中,能够感觉到过年的气氛特别浓重。年夜饭12点,当跨年的钟声响起,热腾腾的饺子上桌,我们一家人围坐在一起比赛吃饺子,可开心了。”

“比赛吃饺子?为什么要比?年夜饭12点还要吃一顿饺子?”面对大家的不解,黄点的奶奶贾淑琴娓娓道来。“我是吉林长春人,地地道道的北方人,老传统就是晚饭不吃饺子,年夜饭一家人一起吃饺子。”贾淑琴抿嘴笑笑说,“这些孩子比赛吃饺子,可是有原因的,跨年夜一个比一个吃得多。”说到这里,贾淑琴、黄宗汉、黄安炯、黄点不约而同地心一笑。原来,每年过年包饺子时,贾淑琴会专门将两三个硬币洗干净,放进饺子馅里。谁能吃到硬币馅儿饺子,意味着谁来年就会有好运,所以大家都比着吃。

“现在不比刚来二汽物资匮乏的时代,现在过年就想着怎么把年夜饭做得丰盛,看着孩子们吃得香喷喷的模样,别提我心里多开心了。”贾淑琴一边说一边把饺子带着全家准备好的年货,冰柜里塞满,扇贝各种美味应有尽有。

从贾淑琴脸上的笑容,笔者看到了她身为母亲、身为奶奶的无比幸福,也仿佛看到了今年过年团聚上,各式美味佳肴和比赛吃饺子的热闹场景。

“随着年龄的增长,就更加希望我们的东风公司越来越好、欣欣向荣。只有企业发展更进一步,我们个人的荣誉感、幸福感才会提升,我们的小家庭生活才会蒸蒸日上。”黄安炯说。