

高质量是如何“炼”成的？

——东风公司致力转型发展综述

进入下半年，各个车企纷纷发布了“期中考试”成绩单。不过和以往不同的是，今年唱衰歌的车企占比更高。这与整个车市环境密不可分。从数据来看，今年上半年累计销售汽车1232.3万辆，同比下降12.4%，其中乘用车累计销售1012.7万辆，同比下滑14.0%，商用车累计销售219.6万辆，同比下滑4.1%。上半年车市依然被寒潮笼罩，汽车产销整体处于低位运行。

在过去车市大环境高速发展时，整个行业呈现出百花齐放的热闹景象。如今车市不景气时，却呈现出愈演愈烈的马太效应，众多车企有，有表现优异的“尖子生”，当然也有“困难户”，而东风公司稳扎稳打，跑赢大市，取得了不错的成绩。

拨云见日，寒冬里的逆行者

2018年终结了车市28年的不败“金身”，车市在寒潮笼罩下由增量竞争进入存量竞争阶段，而且今年国六标准切换、新能源补贴退坡以及消费升级等因素加速了这种竞争态势。可以切实地感受到，当下的汽车市场不再是有车就有市场的普涨行情，而是进入了“强者淘汰弱者”的胶着场，不少车企被边缘化，行业洗牌已经开打，这些都更加考验着企业的定力与韧性。

对于东风公司来说，从1969年“第二汽车制造厂”开工建设，到1992年顺应市

场化大潮改名东风汽车公司，再到2017年深化改革，变更为东风汽车集团有限公司，东风公司在一次次革新中快速发展，在不到10年的时间里销量相继超越200万辆、300万辆、400万辆，成长为一家从大山里走出的“世界500强”企业。今年在车市大幅下滑之际，东风公司凭借整体经营的稳中有进，成为寒冬里的逆行者。

数据显示，东风公司上半年累计销售汽车169.8万辆，同比下降幅度低于行业1.3个百分点，综合市场占有率上升0.2个百分点，其中乘用车整体跑赢大市，销售138.4万辆，好于行业0.4个百分点；商用车总销量排名行业第一，销售31.4万辆，同比增长1.8%，高于行业5.9个百分点。上半年销售收入和利润总额超额完成预算，整车库存大幅降低，同比减少11.6%，继续保持行业的领先地位。

多维握拳，保持高质量发展

不积跬步，无以至千里。东风公司带领着能干的“东风号”舰艇保持在高质量发展快车道上。这一切所凭借的就是紧抓汽车市场的发展脉搏，坚持自主创新，为用户提供全方位优质的汽车产品和服务。

在“五位”浪潮席卷下，东风公司加快转型升级，在新能源、智能网联、出行服务等新业务领域加速布局，并且已经在技术和产品方面收获多项成果。比如“绿

能”“智能”战略得到深入推进，启动了纯电动乘用车平台开发，智能网联产品得到持续迭代开发，出行服务业务的布局也在加快，这些都成为了东风公司在未来竞争中的新晋和核心力量。

成功的企业永远不会是孤军奋战，而是善于协同内部资源和对外开放合作，以融合、创新驱动战略合作。可以看到，东风公司在积极布局国内市场的同时，也在积极牵手海外合作伙伴，开拓海外市场，目前东风旗下乘用车、商用车已经成功在海外站稳脚跟。当然东风公司也在审时度势寻找合作伙伴，比如与襄阳市人民政府、华为致力“智行隆中”项目，和腾讯联手签署战略合作协议，在复杂多变的营商环境中取得“1+1>2”的联合效果。

此外东风公司体制机制改革步伐加快，瘦身非跑起来更加轻盈。多维度的握拳运作，东风公司在品牌矩阵、科技实力、产能利用、营销服务等各方面实现稳中有进的高质量发展，所以在乘用车市场持续延续“繁荣”的大背景，东风公司上半年整体销售好于行业、跑赢大市，更像是水到渠成的结果。

风起云涌，继续砥砺前行

《左传》曰：“居安思危，思则有备，有备无患。”危机意识是个人立于不败之地的根本，也是企业不断创新的动力。今年

下半年的车市依然不够明朗，可以看到各个车企无不处在紧张备战，加大研发和新产品的投入，而从市场实际表现来看，销量远低于预期，下半年以及未来依然道路且长。

面对产业急剧变革、消费亟待升级、车市销量下滑的重重挑战，加大研发和新产品的投入，而从市场实际表现来看，销量远低于预期，下半年以及未来依然道路且长。

对于车企企业来说，面对各种各样的风险与挑战，归根结底是核心技术的考验。下半年，东风公司将按照既定战略，加快在关键领域和环节上取得新突破，比如重点推进数字化运营机构、集团网联汽车平台、“智行隆中”建设，使用集团内“三电”资源，形成规模优势等，只有核心能力领先，才能掌握创新发展主动权，企业才会赢得尊重，在开放发展中更有底气。

（据《东风汽车报》）

影像东风

我战斗 我骄傲

文/图 特约记者高雅 通讯员刘鸿飞

“军事生产的政治使命高过一切，生产一刻都不能停。”东风因军事而生，因军事而兴，“服务国防，强国强军”是东风人一直践行的承诺。

今年以来，东风特种装备事业部（东风越野车有限公司）进入高产期，月均销量同比增长近三倍，全年刚创历史新高突破历史最高产量。高温下，东风特种装备事业部（东风越野车有限公司）全体员工迎难而上，面对刚性目标，放弃高温检修假期，全力以赴保生产、保交付。

8月12日，记者走进东风特种装备事业部焊接车间，看到了火热的生产场景，体感温度却没有想象中的那么热。

“焊接作业温度高，焊接车间从这个月中旬开始为员工开了空调。”焊接车间质量员滕华介绍说，虽然车间里温度适宜，但焊接岗位上的温度则达到了50度左右。“焊点的温度最高能达到上千度，一天下来汗水能湿透工作服。”

焊工李国勇手持焊枪，钻进白车身内，对钢板接处进行焊接。军事性能及使用地域的特殊性对车身焊接质量要求极高，增加了焊接的工作难度。不一会儿，李国勇的上衣就己湿透了。钻出白车身，他摘下口罩，抬起右臂，顺势用工作服擦掉脸上的汗水，又戴上口罩，再次钻了进去。

炎天天气下，员工们兢兢业业，保质保量地完成每天的生产计划。据了解，焊接车间目前已实行双班作业，早班10小时生产。“虽然没有高温假期，但大家都能理解工厂的安排，服从军事生产的需要。”员工刘杰说。

“把好最后一道关”的质量部检查班需要进行户外作业。在夏日的阳光照射下，这里的员工无一例外皮肤黝黑。军车检验标准十分严苛，静态、动态等检验科目多达300多项，每天检查班的员工们要认真检查每辆东风猛士，全部合格才能交付军方接受军检。

虽然在户外，但员工们在检验底盘部件、车内内饰时都会带上一盏明亮的手电，检查得格外仔细。

这一项项、一条条检验，是为了确保车辆高质量交付。“检查班班长徐伟说，检查员员工责无旁贷是十堰人，在接受记者采访时，他表示，能够从事军车生产工作感到非常自豪。他说：“服务国防建设，我感到和人民子弟兵一样在为祖国战斗，我感到骄傲。”

从五千辆到十万辆的跨越

通讯员 孙波

1971年6月，二汽第一条长226米的汽车总装线开始安装。当时的总装线工艺布局完全照搬“一汽模式”——将一汽的总装线复制到了二汽的打干厂厂房里。而那时一汽总装线作为我国最早的汽车总装线，设计存在许多不够完善的地方。

1972年12月，湖北省作出决定，撤销二汽建设总指挥部，按独立工业系统建立工厂管理体制，二汽建设步入正轨，总装厂厂房改造和装配线重新设计也被列入议事日程。

在对总装一线、二线重新设计中，设计小组不仅要避免一汽总装线暴露出的问题，还要充分考虑二汽各专业厂分布分散等诸多特点——总装配线附近需要足够大的空间放置各类总成及零部件，以确保零件能及时投送到装配线上，保证生产的连续性。经过再三研究、分析，设计人员发现，要做到物流顺畅、庞大的总装设备摆放合理，总装车间厂房面积必须很大，而原来建设的打干厂厂房面积太小，天车

等起重设备对厂房承重能力要求很高，而打干厂厂房的承重能力较差。于是，改造的重点指向打干厂厂房。但拆除打干厂厂房是有政治风险的。

好在当时二汽的建设质量问题已引起李先念等领导人的关注，据国务院指示，原国家计委、一机部在北京召开“二汽工程质量和加速设计问题座谈会”，会议确定，打干厂厂房能修复加固使用的进行维修，确实需要拆掉的可以拆掉，需要新建的厂房可以新建。

座谈会后，二汽对1972年以前施工的各项工程继续进行复查，针对存在的问题确定了相关处理方案。总装配线的问题也得到有效解决——采取改造结合新建的办法，保留已建厂房19000多平方米，返修加固使用；拆除3700平方米无法使用的厂房；新建26000多平方米的全新总装车间。在此基础上，总装线在经过了数轮讨论、评议、推翻、再设计、再评议后，设计小组提出了总装一线线长200米、二线长180米的设计方案，但最终确定了一线长180

米、二线长150米的设计方案。

从1974年重新开始装配线设计到1978年建成投产，只用四年时间，二汽就建成了强大的汽车总装基地，1978年建成投产当年总装厂就实现了5000辆的产量。

“二汽速度”让同行们惊叹不已。二汽对总装配线的建设并没有因同行的惊叹而停步。

上世纪80年代，二汽的汽车产品以其好用、好修、省油的特点受到用户青睐，一年增加1-2万辆的产量仍然供不应求。在这样超负荷的运行中，总装配线暴露出物流运输不畅、调度不畅等问题。

1980年，总装配厂开始对总装一线进行改造。改造前，总装配厂专门与德国汽车咨询公司佛朗霍夫协会进行了长达四年时间的研究交流，并制订了总装配厂生产线改造的具体方案。经过改造，总装配线物流得到优化，生产效率明显提高。1985年10月总装一线完成改造，改造后的年生产能力也由5.5万辆提升为7万辆。

随后总装配厂又对总装二线进行改造，在借鉴一线改造经验的基础上，把产能由2.5万辆提升为4万辆。

在两条总装线成功改造的基础上，1987年，二汽年产汽车突破10万辆。



一周概览

东风全力为军运会保驾护航

本报讯 通讯员周惠明报道：近日，东风乘用车公司生产的近百辆东风风神AX7，由湖北省公安厅交警总队配发给全省各地市州，将与全省高速公路警察一道共同助力第七届世界军人运动会。

这是继7月21日向武汉军运会组委会交付18辆火炬传递用车后，东风公司又一次批量交付军运会相关保障用车。第七届世界军人运动会将于10月份在武汉举行，各方面保障工作正在加紧进行。作为央企，东风公司全力为军运会的顺利举办保驾护航。当日，在京港澳高速公路武汉汉阳收费站广场，近百辆军运涂装的全新新一代AX7排成方阵，警灯闪烁，场面壮观。在接交湖北省公安厅交警总队检阅后，车辆依次驶出收费站，它们将奔赴全省各地，与高速公路警察一起“并肩作战”。

东风商用车7月销车12万辆

本报讯 特约记者高雅报道：8月10日，东风商用车有限公司快报显示，7月，东风商用车销售中重卡12582辆，同比增长19.84%。

其中，重卡销售11446辆，中卡销售1136辆，1至7月，东风商用车累计销售中重卡109899辆，同比增长3.47%，完成年度目标比52.84%。7月初，国六刚进入初步实施阶段，东风商用车国六 DDi13 发动机已顺利实现工艺试装交付，正式对外公布五大平台全系商品已全面迈入国六时代，面对国六市场用户普遍展现出对运营成本的压力，先人一步的东风商用车通过调整商品自身结构设计等对产品同步进行了迭代升级，最大化发挥了用户运营价值。未来，东风商用车将继续走在行业前列，在“打好蓝天保卫战”的贯彻和追求上，始终以用户为中心，以社会进步为己任，探索前沿科技，攻克产业尖端，谋求用户所需。

东风实现自主掌控核心技术

本报讯 通讯员王亦报道：8月1日，东风公司技术中心发布了《东风振兴干部担当承诺》（DOA授权决策体系）手册，并完成了新激励制度下的首批试科技新课题签约。

今年下半年，东风公司技术中心将重点推进产品开发、质量提升、成本管控、技术研究、能力建设、信息化建设等工作，尤其要落实事业计划推进、模块化应用、军运技术展示、科技创新、DOA授权体系建设、优化激励机制等重点专项工作，作为东风研发事业的排头兵，该技术中心实现核心技术自主掌控，打造行业领先自主研发体系。在打造自主研发能力方面抢占制高点，不断为客户提供超越期待的产品和服务；持续打造领先产品，努力实现关键核心技术自主掌控。

东风华神发布新能源计划

本报讯 通讯员熊秋琳报道：近日，主题为“新时代，新起点”的东风华神汽车有限公司新能源业务合作伙伴大会暨新品推介会在武汉召开。

大会发布了东风华神新能源事业计划，展示了东风华神新能源产品和新技术。今年3月，东风华神新能源事业正式起步，基于“DV153”战略，从未来源头发展趋势和风险管控出发，东风华神新能源确立了“做新能源专用底盘领导者”的业务定位，实现环卫及教练车等细分市场有行业领先，安全、可靠、高效，产品性能行业领先，商品品牌客户信赖。东风华神结合未来新能源发展趋势，确立了“优化纯电和氢燃料，加快增程混联，跟随智能驾驶”的产品方向。2019年，东风华神新能源的目标为年销量1000辆；到2020年，也就是新能源补贴的最后一年，销量目标为3000辆；到2023年，东风华神新能源的销量要达到10000辆，商品结构以专用底盘和真正终端使用的城市物流车为主。

东风电动车打造核心产品

本报讯 通讯员刘鸿飞报道：8月13日，东风电动车公司聚焦“发爆”长板”作用，打造核心产品，引领全面发展”课题，开展年中工作研讨。

与会人员分为A、B两个小组，聚焦“长板”战略，分别就“如果集中精力打造优势”“如何用‘优势’带‘劣势’”“如何立足客户需求，超越客户期待”“如何力争行业领先”等课题进行讨论，并提出解决方案。此次研讨在客户策略、项目管理等方面共讨论出16个方面的问题，针对重要度排序最高的10个方面问题输出改善方案18条，提出了完成时间，安排了牵头单位。

东风推进“三供一业”供水职能移交

本报讯 通讯员孙波报道：8月5日，东风公司供水职能移交沟通会在十堰基地召开。

会上，东风公司十堰基地二级单位、首创东风水务公司就供水职能移交协议具体内容，执行细节进行了沟通与交流。会议明确，十堰基地二级供水职能将于8月底之前签订移交协议。东风公司区域管理中心负责人表示，移交相关单位要统筹好移交和改造工作，确保东风公司“三供一业”改革平稳顺利完成。

聚焦三供一业 推进政企共建