

高质量发展天地宽

——东风公司2019年交出满意答卷

通讯员张玲 特约记者龙礼弘

“在市场竞争激烈的环境下，思路决定出路，经营理念和发展战略决定未来公司是否高质量发展。”在东风公司2019年终媒体沟通会上，东风公司党委常委、副总经理卢峰说。纵观2019年，东风公司正是在质量第一、效益优先的经营理念下，跑赢大势，实现了高质量发展。

开源节流，跑赢大势

2019年是东风公司建设50周年，站在这一历史新起点，东风公司以怎样的面貌迎接入关？

数据显示，2019年1至11月，东风公司实现销售324.8万辆，同比减少5.3%。虽然销量减少，但与行业9.1个百分点的跌幅相比，稳住了销量基盘，跑赢了大势。更难能可贵的是，在销量与收入下降的情况下，利润实现了同比增长。总体经营呈现利润好于收入、收入好于销量的态势，实现了经营的高质量。

销量下降为何利润反增？东风公司给出的答案是开源节流。

对于商用车来说，车辆的全生命周期成本中，购车成本和过路过桥费只占3成，剩下的7成，如燃油、维修保养、轮胎等，都是亟待挖掘的“金矿”。为了追求更高经营质量，获取更高效益，东风商用车有限公司千方百计拉长价值链——向前，大力发展动力总成事业；向后，成立后市场事业部，向后市场新蓝海进军。2019年上半年，东风商用车后市场销售收入突破13亿元，再创历史新高。按照事业计划，到2023年后市场销售收入将达到58亿元。后市场的开拓，不仅是当下，更是将来东风商用车开源的重要方向。

在节流方面，东风公司上半年固本培元，起

过“紧日子”“苦日子”的思想，在降本增效上下功夫。其中，“五项费用”较去年同期下降7%，并严控“两金”占用，防范应收账款的风险，加强库存管理，特别是无效库存和超期库存。

“在市场竞争激烈中，赚钱的思维非常重要，高质量经营思维反映着管理者深层次的思维方式。”卢峰表示，高质量经营思维从东风公司今年的海外出口也可以看出一些端倪。2018年，东风公司出口7万辆，东风公司不等不靠，主动出击，努力开拓南美等其它市场，搭建自主品牌统一的销售平台，协同出海，全年实现8万辆的销量。与此同时，在俄罗斯市场，东风公司借助人民币、美元、卢布的双向锁汇，解决卢布贬值带来的汇损，实现盈利。

布局智能网联与新能源，自主事业加速转型

寒冬之下，自主品牌淘汰赛已经提速，与合资品牌的较量赛也已经拉开，这是一场关乎未来的战役。

2019年，东风公司在发展自主事业中转变思路，乘用车板块，东风风神、东风风行、东风风光、东风启辰各自发挥市场竞争优势，加快转型。数据显示，东风风神2019年连续5个月正增长，全年销量达7.5万辆，国内销量逆势增长8.5%；东风风行通过对T5产品组合和定价的重新调整，单月销量突破5000辆，势头向好；东风启辰发布启辰星与VSA智能模块架构；东风小康提出“3年7成”保值计划以及“先验后购买”的全渠道创新体验营销模式，进一步提升用户用车体验。

在行业前瞻的智能网联方面，东风公司今年相继推出了Sharing-VAN、东风L4级自

动驾驶车RoboTaxi，搭载L2+级智能驾驶辅助系统的风神奕炫。值得一提的是，东风汽车网联品牌WindLink作为满足未来消费类生态和传统汽车类生态的新的汽车生态平台，目前已迭代到了4.0，并在风神奕炫上搭载。

在电动化方面，东风公司也已做好了准备。“我们今年发布了2035新能源战略，到2035年，我们新能源车会达到60%，在2030年大概是40%，我们传统车的结构和我们新能源车的结构是一个剪刀式的，传统车住下走，新能源车往上走。针对未来我们又做了一个多能源的平台，实际上我们就解决了一个纯电高成本的困境。”卢峰表示。

商用车领域，2019年1至11月东风公司商用车销售56.5万辆，以7.9%的增幅跑赢大势，重回行业第一，夺回领先优势。其中，东风商用车累计销售中重卡18.6万辆，同比增长8.31%。面对即将实施的合资股比放开政策，更加充分的市场竞争促使东风商用车将目光投向高端市场。

自动驾驶代表的是一个公司在商用车研发中的实力，东风公司正在打造一些特定场景下的L4自动驾驶，实现跨越式发展。2019年5月7日，一组东风天龙KL老车完成我国首次大规模商用车队列跟队试验。而在湖南长沙橘子洲头，东风天锦也在开展自动驾驶环卫试运营。9月17日，一款诠释东风轻型车对未来智慧物流期盼和想象的无人驾驶智慧物流平台——Sharing Box首次亮相，在自动驾驶方面，已然占领技术制高点。

推进h项目，志在中高端

当前，汽车行业正发生着深刻的变革。一方面，替换购用户正逐渐成为主流，他们对“好产品”和“好服务”有着强烈的渴望，购车

高端化日趋凸显；另一方面，产业政策引导汽车技术向新能源和智能网联转变，到2025年新能源汽车新车销量占比将会达到25%左右，智能网联汽车新车占比30%。因此，布局高端新能源汽车产品是东风在新的形势下做出的决定。

从东风公司自身发展看，高端新能源汽车项目是东风品牌战略实施的承接者，承接了东风品牌向上的重任。同时，通过该项目的实施将进一步提升东风的研发能力和体系能力，自主掌握核心技术，使得东风公司在新能源、智能网联、电子架构等方面的先进成果能及时得到应用，反哺其它整车业务单元。通过项目的实施，还将形成东风发展自主事业新的体制机制，为后续其它自主事业单元的发展提供值得参考和借鉴的范本。

按照规划，“h事业部”将隶属于东风公司上市公司——东风汽车集团股份有限公司，但该项目将不属于东风公司旗下已有的自主品牌乘用车公司，而是作为一个全新独立的高端新能源品牌自建渠道。

“通过h项目，我们要搭载更多新技术，研究新的研发模式，创造24个月在成熟平台上出一台车的传统车企下的造车新势力，同时要创造一个新的商业模式。”卢峰表示，预计今年4月份，东风公司将发布h品牌。

面对竞争更加激烈的市场，东风公司能否冲破自主品牌事业的天花板，抓住新的发展机遇？这是东风公司面向未来不得不破解的一大难题。但是，我们有理由相信，时间不会亏待每一个努力奔跑的追梦人，不久的将来，东风公司也必将给出一个满意的答卷。

30台东风天龙KC渣土车交付客户

本报讯 通讯员李霞报道：1月7日上午，在四川省达州市盛煌南城国际城市展厅，东风商用车举办东风天龙KC渣土车交车仪式暨新春客户团拜会。

据悉，两个月前，首批20台东风天龙KC渣土车交付使用，该车表现出的稳定可靠、舒适性佳、动力强劲、节油省钱等优势得到了卡友及车主的高度认可。此次交付的东风天龙KC渣土车是东风商用车经过专项改进并进行了4年市场验证，更好地提升自身品质和承载能力，在满足客户对渣土运输诉求的同时，积极响应蓝天计划号召，解决了渣运管理的难题，为渣土清运行业提供了更可靠、更高效、更舒适的解决方案。

东风特种装备事业部订单不断增加

本报讯 通讯员叶勇报道：元月以来，东风特种装备事业部（东风越野事业部）订单不断增加，呈现良好发展态势。

为确保产品质量，打造精品军车，东风特种装备事业部采取了多项措施。加强新员工培训。东风特种装备事业部在对新员工进行“厂三级”安全培训后，根据车间需求将新员工分配到相应的班组。在岗位培训中，班组指定技能熟练的老员工对新员工进行培训。从源头抓质量。为确保产品质量，东风特种装备事业部要求每一位车间员工在零件装配前，都要对供应商供货的零件进行100%目视检查。严格执行自检互检制度。所有装配作业人员完成作业后，先自己检查一遍，再由指定的工位搭挡复检。

东风无人驾驶物流车在东风日产应用

本报讯 通讯员刘安民报道：元月8日，东风日产花都工厂无人驾驶物流车队行驶在仓库通往冲压车间的柏油路上，很是壮观。

这是东风风神物流有限公司与新松机器人自动化股份有限公司合作研发的第二批户内无人驾驶牵引车。对此第一批应用在东风日产大连工厂的户内无人驾驶牵引车，此次升级为无人驾驶牵引车、大货车、室外导航、防雨等技术进行了系统集成，是国内首例针对侧围部品室外转运的自动化项目。车体由人工牵引车改造而成，同时具备自动驾驶和人工驾驶两种模式，惯导和磁导两种导航功能，整车防腐、防晒，可在室外强光或雨天环境（积水小于8cm）正常行驶。

东风公司老科协举行迎新春联欢会



本报讯 通讯员张一帆报道：1月8日，东风公司老科协武汉联合会2020年迎春联欢会在武汉举行（如图）。

2020年，东风公司老科协武汉联合会将根据中国老科协东风公司老科协的要求，把技术咨询服务作为重点工作，进一步发挥老科协组织工作上的专业优势，为社会贡献余热；拓宽思路，把咨询服务工作做得更为扎实；开展厂内外活动，丰富会员们的退休生活。活动现场，老科技工作者们带来了筷子舞《欢乐草原》、无伴奏男声小合唱《弹起我心爱的土琵琶》、舞蹈《旗袍美人》等自编自演的节目。

行业动态

全国私家车保有量首次突破2亿辆

元月12日，公安部统计数据显示，2019年全国新注册登记机动车3214万辆，机动车保有量达3.48亿辆，其中新注册登记汽车2578万辆，汽车保有量达2.6亿辆，其中私家车保有量首次突破2亿辆。数据显示，截至2019年底，全国汽车保有量达2.6亿辆，与2018年底相比，增加2122万辆，增长8.83%。截至2019年底，小型载客汽车保有量达2.2亿辆，与2018年底相比，增加1926万辆，增长9.37%。其中，私家车（私人小型载客汽车）保有量达2.07亿辆，首次突破2亿辆，近五年年均增长1966万辆。

（据《中国汽车报》）

中国企业人工智能专利领跑全世界

元月13日，国家工业信息安全发展研究中心发布《人工智能中国专利技术分析报告》。报告针对人工智能下基础技术、语音识别、图像识别、云计算、自然语言处理、智能驾驶、智能机器人七个关键技术分支作了全面的专利态势分析。《报告》显示，从中国人工智能专利价值及竞争力TOP50来看，有28个创新主体为人工智能领域相关企业，另有20所高校和两所中国科学院下属的科研机构。在这28家企业入围企业中，中国企业及外国企业分别有15家和13家，其中中国企业的整体分数更加靠前。在专利数量上，百度以5712件专利授权量位居全球第一。截至2019年11月，人工智能领域中国专利授权量为2.5431万件，中国申请人的授权量占比为81%。

（据人民网）

影像东风

严把产品质量关

►元月12日，东风商用车车身厂驾驶室产量达到820台，日均产量将达到740余台，处于持续高产状态。

该厂涂装二车间涂装组为消除生产过程中人为造成的质量缺陷，要求班组长严格执行标准作业书，统一涂胶打磨手法，保证胶平整无脱印，无脱胶，每一台驾驶室完工之后，必须进行品质确认，确保驾驶室密封胶质量合格。

通讯员郭飞摄



燃气卡车上市

►1月6日，东风商用车新疆有限公司在西安发布2020年新品——东风天龙KX燃气版牵引车、D3V/D7V驾驶室。

东风商用车新疆有限公司是东风商用车燃气产品研发和销售基地。东风天龙KX燃气版牵引车历经20个月潜心研发，搭载东风康明斯最新研发的X14N国六发动机，动力达到530马力，是目前国内天然气发动机的最高动力水平，可实现低耗和高可靠性的完美平衡。

通讯员熊秋摄 摄

行无止境 扬鞭跃马

——“东风出行”打造湖北人自己的出行平台

通讯员张玲

2019年，湖北又多了一个闪光的名字——东风出行！去年4月，在上海车展上，东风公司正式对外发布“东风出行”品牌，承载东风公司战略转型的厚重使命，东风出行拉开了“五化”落子布局的大幕，也给当地汽车产业和出行行业带来了全新的气象。短短半年多，这个湖北人自己的出行平台势如破竹，让无数湖北人“爱上这一程”，“行”出了幸福和光彩。

稳扎稳打 武汉十堰只是开始

不少围观网约车这块蛋糕的企业，为抢占市场，采取跑马圈地大肆扩张，东风出行则不然。“以‘智慧出行领航者’为愿景，东风出行绘就了‘三步走’发展蓝图。

在充分的试运营和认真准备之后，去年5月28日，东风出行正式在武汉开城，打响品牌落地的第一枪。6月，十堰蹒跚起步开城，9月，襄阳也正式开城，并在12月上线了快车业务。

经过7个月的深耕，东风出行初步实现了“大城小城智慧城市”的布局，以安全、

优质、愉悦的出行体验，赢得了湖北人民的信任与支持。仅武汉一城，东风出行的订单量就保持在每天3万单左右，而在十堰地区，更是凭借8500单上下的成绩单，稳坐当地网约车第一的位置。在襄阳，东风出行以“智行隆中”勾勒出未来智慧城市美好蓝图。

目前，东风出行已在全国58个城市取得了网约车经营牌照。在未来两年里，东风出行还会将样板城市模式快速在湖北省及东风基地城市复制，运营10万台车辆，形成区域领先，继而立足湖北，辐射全国，运营车辆50万台，达到全国领先。

顺应趋势主动谋求转型升级，提升品牌自身竞争力的同时，东风出行也携手湖北省汽车流通协会、武汉经济技术开发区政府、东风公司技术中心等数十家合作伙伴，共同发布《襄阳宣言》，相约共推出行生态联盟。从共建出行秩序，共研出行车辆，到共创出行生态，共享出行红利，东风出行正逐步构建起从车到人的出行业务生态和关联用户衣食住行的消费生态。

跨界营销 玩转“汉”文化

植根于家乡湖北，东风出行不仅以高品质的服务回馈父老乡亲，更以“情动汉”、通过本土品牌跨界合作，打造出出行领域的“狂欢节”等营销，玩转“汉”文化，带给用户耳目一新的温暖与感动。

不仅如此，东风出行还携手多个和百姓生活息息相关的优势品牌——“物外书店”“车轮APP”“组货”“OPPO”等，齐步走，共同感恩回馈用户。

在去年12月初，感恩节即将来临之际，东风出行主创并推出打车节活动，于12月1日当天，在已开城运营城市（武汉、十堰）开展全城免费打车活动，单日呼单量超过35万，单近5万，在荆楚大地掀起了“打车热”。

打车狂欢，让用户享受到便利和实惠，