

辉煌

东风路

DONGFENG GLORIOUS HISTORY AND BRILLIANT FUTURE



中共东风汽车有限公司商用车公司委员会编



继往开来 永续辉煌

(代序)

35年,是一个光辉的历程,是几代东风人聪明智慧和辛勤汗水的充分凝聚;35年,是一座高耸的丰碑,它记载着东风艰难奋进和开拓创新的辉煌历史。为了隆重纪念东风公司建厂35周年,东风汽车有限公司和商用车公司成立一周年,商用车公司举办了以“辉煌东风路”为主题的系列宣传文化活动。这不仅是宣传东风光荣历史、东风驰名品牌、东风辉煌成就的宣传活动,同时也是弘扬东风文化,继承东风精神,进一步鼓舞员工士气,激发员工工作热情,为实现新的发展目标而努力奋斗的宣传活动。

35年来,东风依靠商用车起步、壮大,商用车成就了东风作为中国汽车工业支柱和骄子的地位。商用车始终是东风事业成长的重要基础,也是东风长远辉煌的关键所在。与东风国际化发展进程伴生的商用车公司,在传承东风品牌优势和东风商用车资源优势的同时,也承担起了做大做强东风商用车事业的重大历史使命。

商用车公司成立一年来,导入日产先进管理理念和方法,在学习、融入、调整、发展的过程中,陆续实施和推进体制与机制的再造,建立了新的组织体系、新的营销体系、新的采购体系、新的财务分析方法、新的价值观念、新的评价标准。与此同时,事业计划稳步推进,一批对商用车未来发展具有重大战略意义的发展项目顺利展开,经营理念和管理模式等层面都在发生深刻变化,经营管理正在向着国际化的道路坚实迈进。2003年,商用车公司实现汽车销售168502辆,实现销售收入243亿元,利润10.09亿元,不仅重中型商用车产销总量重回国内行业首位,更为可喜的是,重型车销售总量进入世界十个最大重型汽车制造厂家的前三名。2004年1-8月,在内外环境发生诸多变化的情况下,商用车公司继续保持强劲发展势头,产销汽车分别为131727和131035辆,同比分别增长7.86%和11.07%,实现销售收入203亿元,实现利润7.37亿元,东风中重型车商用车继续保持行业领航者地位。可以说,合资一年来,商用车公司没有辜负全体东风人的期待和厚望,“东风”这

个有着35年历史的品牌在商用车事业上继续焕发着青春和活力。

成为具有国际竞争力的百年老店,打造具有国际知名度的汽车品牌,这是东风人新的发展观,这是东风审视国际国内汽车行业发展态势,以及基于自身在中国汽车工业中的历史责任而提出的理想与抱负。作为东风公司最大的经营板块,作为中国最大的商用车企业,在实现这一目标的过程中,商用车公司将继续发挥重要作用。为此,商用车公司提出了“中国第一,世界前三”的战略目标,并制定了详细的事业计划、实现途径、实施方略作为支撑。总的发展思路是:树立挑战和创新的理念,学习日产先进的管理方式,坚定不移地选择国际化发展战略;吸收国际汽车工业和国内轿车行业发展经验,坚定不移地实施多品牌发展战略;适应竞争升级和用户多层面的需要,坚定不移地推进产品线优化战略;适应市场对商用车产品的要求,坚定不移地推进价值链延伸战略;实现企业内部管理本质化提高,坚定不移地在公司内部推行QCD改善战略。

商用车公司成立一年来的创新实践,在东风35年的历史写下了浓墨重彩的一笔,也为东风的永续辉煌写下了继往开来的新篇章。《辉煌东风路》一书,记载了东风商用车35年发展史上的重大事件、特色活动、重要成果,记录了商用车公司成立以来探索、改革、创新的不凡业绩,展示了东风商用车良好的发展愿景。这将是东风发展史上一笔永远留传的精神财富。

前方的路只有起点,没有终点。路途会有高山丛林大海,会有无数的艰难险阻。但我坚信,以东风人的智慧和勇气,我们一定能开创一片新天地。

祝愿东风高歌猛进!

东风汽车公司副总经理
东风有限副总裁兼商用车公司总经理



目 录

领导言论

- 为东风祝福 为明天加油 苗 圩 (1)
- 积极探索党的工作创新
- 充分发挥党组织的政治核心作用 徐 平 (3)
- 创东风百年自主品牌 做中国商用车领航者 童东城 (6)
- 发展自主品牌 全面提升东风商用车国际竞争力 童东城 (9)
- 实施多品牌战略 迈向国际化道路 童东城 (13)
- 在国际合作的新平台上
- 建成自主、开放、融合的东风新文化 周 强 (17)
- 突出党建工作重点 营造党建工作优势 周 强 (22)
- 创建中国一流的营销企业与团队 周 强 (26)
- QCD改善是提升企业竞争力的重要手段 黄 刚 (31)
- 以事业计划为轴心促使子公司步入良性发展轨道 胡建国 (34)

团队篇

- 把承诺落实到严谨的行动中 董 尚 (39)
- 供应链管理是现代企业的必然选择 杨声亮 (42)
- 锻造国际竞争力 潘祖武 (44)
- 深化改革强管理 苦练内功拓市场 李卫东 (45)
- 实施QCD改善战略 持续提升企业竞争力 张祖同 (46)
- 变化从改善开始 王汉东 (49)
- 打造新专汽 钱国庆 (50)
- 大力推进第一品牌建设 陆国林 (52)
- 升华思想 创新方法 周建国 (53)
- 造中国名牌车身 毛长林 (55)

做强做大东风重型车事业	肖精华	(57)
东风客底事业生机勃勃	李道平	(59)
做“东风”大市场的“小炒部”	张凌云	(61)
看柳汽如何实施2的3次方计划	程道然	(63)
中国西北地区的“东风小巨人”	张留建	(65)
东风笑傲南粤	李建刚	(67)

营销篇

全力以赴保营销目标实现	孙振义	(69)
围绕卡车营销 加强财务管理	顾建民	(71)
深化东风阳光服务 提升用户服务满意度	贾向华	(74)
闯出中国客车市场新天地	冯 勇	(76)
青海东风商用车市场战略及实践	夏胜涛	(78)
东风商用车何以淡季热销	牛跟尚	(82)
新疆用户的东风情结	徐 刚	(83)

党建篇

打造优势党建品牌 缔造强势东风品牌	任建设	(85)
发挥政治核心作用 筑牢商用车发展根基	董 尚	(89)
加强党建工作 为营销立新功	陈受君	(92)
探索合资企业党建工作新模式	刘元和	(94)
创新工作方法 谋求主动融入	张景昕	(95)
主动融入 服务中心	王统德	(97)
深入开展“双培工程” 保障企业健康发展	殷忆宏	(98)
推进学习型组织建设 实现党建工作创新	谭先高	(101)
以人为本打造高素质员工队伍	陈福基	(103)
与时俱进 塑造商用车公司新文化	夏胜涛	(106)
行动为党旗添彩	周歧新 赵新虎	(110)
一名入党积极分子的心声	杨德彪 柳明教	(111)

百人百事

李岚清同志在发动机厂	田恒炼	(113)
------------------	-----	-------

“大帅”章荣浩	何孝芳 (116)
缸体大拿阮涛柱	邱东山 (119)
平凡岗位创佳绩	梁斌 (121)
机器人的好搭档	李维新 (123)
打破重型车产能“瓶子口”的人	霍树栋 (125)
二汽第一代女司机王群	刘汉玲 刘增辉 (127)
勤学善思巧改善	陈岳 (129)
最是无言也风流	付光 (132)
张显志和他的“示范库”	刘卫兵 (134)
平凡英雄宋海清	王丽 (136)
“金库”好卫士	罗义平 (138)
“大侠”罗明山	李刚 (140)
喷漆状元安占良	喻姣 (142)
先人后己心地宽	李道平 (143)
难忘的岁月	袁淑庄 (144)
他是二汽的孟泰	车宣 (146)
锐意柔情萃一身	徐燕萍 (148)
好学勤钻的王文明	秦郝云 (150)
物流运输专家程鹏	彭薪蓉 (151)
前梁车间的栋梁	王开贵 (152)
当过兵的人就是不一样	方钢 (154)
事业的有心人 工作的细心人	陆建隼 (156)
我们的好班长张春莲	陈山 (158)
巾帼英雄陈放平	梁斌 (160)
在改善中实践锻造誓言	陈依明 (162)
从开车人到造车人的学习历程	重宣 (164)
全面改善 持续改善	维新 (167)
从五“毒”俱全到花园式工厂	程泽敏 (169)

劳模风采

王涛新事	徐方荣 (171)
劳模的风采	李维新 刘卫兵 (173)
学习型员工杨国华	刘增辉 叶青 (175)
扎根山城 献身东风	邱东山 (177)

一片赤诚献东风	梁斌 王军 (179)
焊花伴他闪光	王大顺 (181)
用生命吟唱	祝轩 (183)
他放飞东风新希望	曹祥贵 (186)
急先锋 土专家	宗工 (189)

周年纪事

变的畅想	张春雷 (191)
满载豪情说专汽	柯美宽 (193)
从身边事看变化	霍树栋 (195)
在学习中提升素质	严平 (196)
实实在在的改变	程泽敏 (197)
改善深处是观念	曾捍华 (198)
望海潮(外一首)	田恒炼 (200)
新事业带来新变化	李维新 (201)
“东风有限”孕育春光无限	李祥虎 (203)
纵观“三变”看东风有限	赵荣琦 (204)
勤学方能成才	杜军 (206)
改善生活从改善工作开始	安子 (207)
面对新东风你准备好了吗	王梦华 (209)
变心动为行动	江竞 (210)
樱花盛开时节	王大顺 (212)
抚今追昔向未来	王瑞良 (213)
新东风我们和你一起变	谭燕 (215)

企业歌曲

东风商用车之歌	许蕪 王明华 (217)
---------------	--------------

为东风祝福 为明天加油

在纪念东风汽车公司建设三十五周年大会上的讲话

东风汽车公司总经理、东风有限公司董事长

苗 圩

同志们、朋友们：

今夜，华灯竞彩、喜雨绵绵；今夜，万众聚首、举城相约；今夜，东风之子云集故里，共祝东风三十五岁生日，分享再度辉煌的喜悦。

此时此刻，我们倍加怀念已经离开我们的饶斌、齐抗、孟少农等创业先驱，倍加感激奠基今日辉煌的历代东风领路人和建设者；此时此刻，我们不能忘怀中央、各所在地方政府给予的宝贵支持，特别是作为东风摇篮的十堰市全市人民的鱼水之情；此时此刻，我们要向为了东风的明天，正继续并肩奋斗的广大员工，表示崇高的敬意和衷心的问候！

重温三十五年的风雨历程，每一个东风人都会心潮澎湃。站在新世纪回首瞻望，一幅气势恢弘的历史画卷，栩栩展现眼前：

创业阶段，全国支援、聚宝建设，老一代建设者自力更生，艰苦奋斗，凭借近乎原始的劳动手段，用十来年的时间，在偏僻荒芜的崇山之中，完成了大规模现代化工厂的建设，开创了我国自行设计、建设汽车厂的历史。不仅奠定了东风的基业，同时留下了激励后人不断奋发前进的宝贵精神财富。

十一届三中全会后的十多年，东风敏锐地抢搭改革的早班车，几闯难关，化解一个个困局，创造了发展史上的首页辉煌。当时的“自筹资金，续建二汽”、计划单列、横向联合等创举，充分显示了东风人的智慧和胆识。

上世纪九十年代，企业内外环境多变，东风遭遇了前所未有的挑战。面对体制转轨、市场转型、需求剧变等导致的诸多困难和种种不适应，广大职工不埋怨，向前看，卧薪尝胆，主动调整，创新求变，在新世纪到来之时，又一次化险为夷，实现新的发展转机。

步入新的世纪，面对全球化不断加深、市场竞争空前激烈、汽车技术日新月异的新形势，刚刚从困境中走出的东风，志不松懈，迅速展开一系列新的战略调整，立志用10年左右的时间，实现发展的新跨越，把东风打造成为



具有国际竞争力的汽车集团。

五年来,按照“融入发展,合作竞争,做强做大”的方略,我们持续实施产品结构调整,不断促进体制、机制创新,全面深化国际合作,企业发展实现了“量”的突破和“质”的飞跃:五年间,汽车产销年均增长超过5万辆,销售收入净增500多亿元;产品品种极大丰富,产品系列显著拓宽;组织结构深刻变革,发展布局全面优化;国际化战略重组有序展开,对外合作水平大为提升;综合实力跃居中国企业18强。可以预期,再通过五年的奋斗,到东风四十华诞,我们必将创造一个更加辉煌的十年。

同志们,朋友们,三十五年的改革发展,波澜壮阔;三十五年的奋斗历程,跌宕起伏。三十五年来,东风始终在曲折中前行,在创新中成长。历史昭示我们:保持东风的航船永远向前,必须始终弘扬自力更生、艰苦奋斗的精神;必须始终保持奋发进取、不断创新的锐气;必须始终紧紧依靠全体员工的智慧和力量;必须始终坚持企业、国家、地方、社会和全体员工利益协调发展。

展望东风未来,前景光明,任重道远。我们确信前进的道路还会坎坷不平,各种困难和挑战将继续相伴。但我们对全体东风人的智慧和力量有充分的自信,也坚信各方面领导、朋友,将一如既往,给予东风以深情厚爱和有力的支持。

同志们,朋友们,辉煌属于过去,我们更重未来。我们的梦想,是要打造具有国际竞争力的百年老店。当前,满怀壮志的东风,正航行在国际航道,迎着更大的风浪,向着更高更远的目标前进。

让我们共同为东风祝福;为迈向更加美好的明天,加油!



积极探索党的工作创新 充分发挥党组织的政治核心作用

东风汽车公司党委书记、东风有限公司党委书记

徐 平

2004年是“东风有限”新事业计划展开的第一年。如何充分发挥党委政治核心作用,确保2004年目标完成,实现新事业计划良好开局,是摆在我们面前一个十分现实而重大的课题。我认为,必须积极探索合资形势下企业党组织的工作创新,进一步做好东风有限公司党建思想政治工作,推动公司改革发展和生产经营上台阶。

一、突出抓好“双培”工程

党建“双培”工程是加强党的自身建设、壮大党的组织、发挥党组织政治核心作用、体现党管人才原则的有效载体,是我们今年乃至今后几年党的建设工作的“重头戏”。“双培”工程搞好了,党员政治素质和业务技能提高了,广大党员无疑成了推动公司发展,提高参与国际竞争实力的中坚力量,这是对合资企业的贡献。同时,把推动公司发展、提高参与国际竞争实力的积极分子培养成党员,这是壮大党的基础力量,进一步加强党组织在企业中的地位 and 作用的一项根本性建设工程。各级党委必须把党建“双培”工程同企业生产经营紧密结合,建立和健全与之相配套的考核办法和体系,形成一套比较科学的目标管理和考评制度,建立和完善中外合资企业党建工作与生产经营“四同时”(同时规划、同时实施、同时检测、同时评价)的工作机制和运行机制,持续地抓,抓出特色,抓出成效,抓成品牌。

二、突出党的工作创新,探索发挥作用的新途径,创造新的政治优势

一方面,合资后,党委面临着许多亟待解决的问题;另一方面,推进落实新事业计划任务繁重,需要党委提供有力的思想政治保证。所有这些对党委工作提出了创新的客观要求。

要进一步完善、创新党组织的领导体制。按照“统一设置,集中领导,区域管理,自主创新”的原则,加强对党组织的统一领导,要探索跨部门、跨行政隶属关系(如采购部门、商用车研发部门)党委发挥党组织作用的方式方



法,探索和完善党组织区域化管理、属地化管理的新体制。

要根据合资企业的特点,按照市场经济及现代企业制度的要求,遵循东风汽车公司党委提出的“党委决定,程序表达,体现主张,依法决策”的方针,积极探索法人治理结构下党组织发挥政治核心作用、参与企业重大问题决策的途径和方法,支持股东会、董事会、监事会和经营管理者依法行使职权。通过体制、机制的创新,建设好反映和体现出党委意志的相关通道;通过党组织工作融入行政工作的有关流程,实现党的工作与企业管理的有效结合。

要加大制度创新的力度。党委工作总部要按照上述原则和党章规定,制定出东风有限各级党委工作的制度及实施细则,出台党支部工作制度,以固化我们在去年制度创新的成果,发展新成果。

要注重党的工作的有效性,重视党组织工作评价体系的创新。现已着手试点的将质量管理标准导入党建工作的做法,为创新党建的评价体系创造了条件,一旦试点成功,应及时总结经验,在全公司推介。

三、加强沟通,加速融合,加快“东风有限”的企业文化建设

现代企业的竞争,已由过去的产品竞争、技术竞争、人才竞争发展到文化竞争。企业文化已成为企业核心竞争力的重要组成部分。“东风有限”要成为一个卓越的国际知名汽车企业,就必须着手建设一个有自己特色的先进的企业文化。

一是要坚持先进性原则。东风和日产都有自己经过长期提炼的优秀企业文化。共同合作建立起来的“东风有限”应起点更高。其企业文化建设要坚持“大胆吸收,各取所长;求同存异,兼容并蓄;融合提炼,突出特色”的基本方针。

二是要坚持创新的原则。融合创新是企业文化建设的本质要求,创新是文化融合必须坚持的原则。融合中没有创新,就没有个性和特色,就没有吸引力和感召力。要在继承东风文化的基础上,在吸收和消化日产企业文化优秀成果的基础上,实现融合—创新—发展,进而形成“东风有限”特色文化。

2004年,我们要以积极的态度,走好文化融合的第一步,通过实现东风企业文化与日产企业文化的“沟通”,将日产的管理制度、改革经验、技术思想和成果以及国际经营模式的探索,和东风艰苦创业精神、长期形成的管理经验、员工与企业共命运的意识结合在一起,从而催生出更优秀的经营模式,培育出“东风有限”的价值观、制度理念和行为习惯,形成全新的企业文化。

四、党组织要为推进中期事业计划发挥作用



在推进中期事业计划进程中,各级党群组织要努力发挥自身的优势,充分调动党员和员工的积极性,给企业经营和发展提供精神和智力支持;要发挥党群组织体系的作用,组织开展推进事业计划的各项立功竞赛和技术创新活动,开展形势目标教育和宣传鼓劲活动。要围绕企业中心,充分发挥作用,在推动、促进新事业计划、04年生产经营工作方面做出贡献。

五、要在确保公司稳定中积极发挥作用

2004年,东风有限公司为控制人员总量,将实行人员结构优化,依法按劳动合同管理员工,一部分员工的岗位将会发生变动,这是一次利益调整的过程,不可避免会引起一定的思想问题和波动。各级党委要提前介入,参与方案的制订,积极做好宣传引导工作和耐心细致的思想工作,以保证结构优化计划的顺利实施和大局的稳定。

此外,东风公司今年深化主辅分离,加速推进辅业改制,所涉及到的人员可能与我们有限公司的员工有千丝万缕的联系,也可能会引起一些不稳定。离退休人员划转工作也有可能引发不稳定因素。我们要站在讲政治、讲大局的高度,对待稳定这个大事。没有全局的稳定,必定不会有“东风有限”的正常经营秩序。各级党委对稳定工作要负全责,党委书记是稳定工作的第一责任人,这一责任制仍然不能变。



创东风百年自主品牌 做中国商用车领航者

童东城

“东风”是我们拥有完全自主知识产权的优秀民族品牌，是经过几代东风人的顽强打拼，依靠自己的力量，艰苦奋斗所创造的宝贵财富。塑造百年品牌，建设百年老店，让东风品牌持续发展，永葆青春，是商用车公司的职责和使命。

根据最新发布的国家《汽车产业发展政策》精神，汽车产业要贯彻、落实科学发展观，要大力开展技术创新工作，鼓励自主开发具有自主知识产权的产品。东风商用车在近几年的发展中，自觉地贯彻和落实了新的国家汽车产业政策，坚定不移地推进技术创新工程，积极开发具有自主知识产权的产品，实施品牌经营战略，走上了一条跨越式的发展之路，创造了东风建设35年来最辉煌的业绩：中重型卡车销量和销售收入再次跃居行业首位，而且利润增幅大于收入增幅，收入增幅大于销量增幅，经营效益不断提高，行业优势进一步得到巩固，东风品牌的感召力进一步得到加强。

研发为本，产品立业，是东风商用车取得今天辉煌成就的基本经验，在迈向“中国第一，世界前三”的征程中，我们要继续确立研发工作在整个企业发展战略中的核心地位，以便统一思想，形成合力。

——产品是企业生存的立身之本，研发是企业发展的动力之源。

无论是在合资前的载重车公司时期，还是在合资后的商用车公司时期，产品研发工作一直是各项工作的重中之重，是企业经营工作的“龙头”。为此，公司成立了商品委员会，组织精兵强将主抓产品研发工作。在开发体制上设立二级产品开发体系，实行战略开发和适应性开发相结合，及时捕捉市场信息，实施快速应变开发机制，以最快速度推出市场急需的新产品。如今，商用车公司已经形成7大系列300多个品种，以东风“开路先锋”、“东风大力神”、“东风运煤王”、“东风康霸”、“东风天度”为代表的新车型，其动力性、可靠性、经济性和环保型得到市场的认可和赞誉。2001年的“10.18”活动展示了以“东风天龙”为代表的重型车和全新概念的“e-车”，技术含量和科技含量进一步提高。2003年，以“大换脸、新配置、高科技、满足国家新法规”为特



征的第三代新品重型车隆重推出，为商用车公司重返中重型载货车行业第一奠定了坚实基础。

——用户是检验产品的最终裁判，市场是研发工作的出发点和落脚点。

中国区域市场千差万别，个性化需求十分明显，单个品种包打天下的现象早已成为历史。仅仅追求高技术含量、高附加值并不一定得到用户的认可，满足用户需要、符合市场特征的产品才是真正的好产品。市场是最好的裁判，用户是我们的上帝，所有的研发工作都必须以用户为中心，以市场为起点。研发中心的同志们经常深入市场，走访用户，通过认真细致的市场调研，把握市场脉搏，倾听用户心声，有针对性地制定开发计划，量身定做用户个性化需求的产品。EQ3208系列和EQ1290、EQ1230系列、以及EQ4163、EQ4175、EQ4243等，都是东风商用车研发工作的成功典范，我们抓住了市场机遇，满足了用户需求，创造了各地用户持币待购的火爆场面。

——以人为本，完善机制、关爱人才，是稳定研发队伍的基本保障。

技术创新人才是企业最重要的战略资源，是企业价值链中的核心环节。充分利用这些战略资源，发挥科技工作者的积极性和创造性，是企业管理者的重要责任。东风公司在过去出现不少人才外流的现象，在一定程度上削弱了企业的竞争力。人才外流的根本原因是机制不到位，存在着“大锅饭”和“论资排辈”的现象，待遇留人、事业留人的机制还没有得到很好落实。随着东风与日产的合资重组，东风有限成立了商用车研发中心，并且引入了新的研发机制和组织体系，分工更加明确、责权利更加均衡，研发人员的待遇明显提高，大量年轻技术人员立志东风事业，活跃在关键岗位上，拥有施展才华的广阔舞台。在新体制的感召下，今年又有60多名大学毕业生加盟商用车研发中心，为商用车公司的研发事业注入新的血液，增强了团队实力，为今后的发展奠定了良好基础。

打造百年东风品牌，振兴东风商用车事业，是商用车公司始终不渝的奋斗目标。为了实现这个目标，我们将在合资公司的新体制下，全面引入世界先进的研发理念和管理技术，以自主开发与合作技术引进相结合为原则，以自主知识产权为目标，建立中国一流的商用车研发中心，迅速提高东风商用车的产品档次和市场适应性，加速推进产品商品化进程，为实现商用车公司的持续发展提供强有力的产品和技术支撑。

当前，东风中重型载货汽车重新回到行业首位，东风品牌也得到广大用户交赞誉和肯定，但是，我们在品种结构、技术含量、盈利水平等方面与“中国第一，世界前三”的奋斗目标还有一定的差距。在未来的几年中，我们要充分利用现有资产和其它资源优势，在引进、消化、吸收世界先进卡车技术



的基础上,不断完善和提高自我产品开发能力,使东风商用车的产品质量和技术水平实现新的飞跃。为此,我们要做到以下四点:

一是继续弘扬东风公司的优良传统,不怕困难,艰苦创业。产品研发工作是一项十分艰苦、枯燥而繁重的劳动,任何一项技术革新都需要科技工作者付出大量的心血和汗水。建厂初期,在物质条件极端匮乏的情况下,广大技术人员自力更生,依靠自己的力量进行产品攻关、设备攻关、工艺攻关和质量攻关,开发出被誉为“英雄车”、“功臣车”的EQ240越野车和EQ140五吨载货车,为国防和现代化建设立下了汗马功劳,也使当时的“二汽”成为全国家喻户晓的企业。今天,在东风商用车事业参与国际重组、迈向世界市场的征程中,我们更加需要那种不怕困难、顽强拼搏的奋斗精神。

二是要有国际化的视野,把握世界商用车产品技术发展的最新思路、新趋势。进入21世纪后,世界商用车技术得到快速发展,新技术、新材料层出不穷,虚拟开发、模块制造等生产方式不断出现。作为研发部门,必须时刻把握世界商用车的发展脉搏,以开放的视野和胸怀,积极与世界上其它的商用车制造企业、科研院所、大专院校开展技术交流合作,提升研发中心的技术实力和学术水平。

三是要充分发挥合资双方的优势,取长补短,形成合力。日产公司在技术创新方面具有十分丰富的经验,其研发理念和管理方法值得我们借鉴。东风对中国商用车市场有着准确的判断和敏锐的洞察力,双方各有优势。我们要与合作伙伴通力合作,取长补短,去实现共同的目标。

四是各部门要大力协同,共同参与,全方位支持研发工作。研发工作是企业赖以成长的基石,其核心地位已经得到广大干部职工的认可。产品研发工作需要得到营销、制造、采购、服务等部门的大力支持和密切配合,在确保信息畅通的情况下,各部门大力协同,共同参与,发扬团队精神,提高研发效率。

前不久,国务院总理温家宝在视察东风时说“东风走过了35年的光辉道路”,赞扬了东风为中国汽车工业的发展所做的突出贡献。对东风商用车公司来讲,过去35年所取得的成绩只是一个新的起点,创百年东风自主品牌,做中国商用车领航者,是新的历史时期,商用车公司新的目标和追求。让我们团结一心,众志成城,为实现新的宏伟蓝图而努力奋斗。

(作者系东风公司副总经理、东风汽车有限公司副总裁、商用车公司总经理)



发展自主品牌 全面提升东风商用车国际竞争力

童东城

随着国民经济的平稳增长和综合国力的逐渐强大,我国汽车工业已进入一个高速发展时期,产销量接连突破300万辆,400万辆大关,再次向世界展示了中国汽车所具有的巨大潜在市场和美好发展前景。但我们也应清醒的看到国际汽车巨头以其强大的技术优势和品牌知名度影响着国内汽车市场的发展方向和用户购买意向,中国汽车市场不可避免地进入品牌竞争时代,汽车品牌的建设正日益成为汽车产业发展中的一个战略问题。

国内汽车市场的井喷式发展除受来自国际各大乘用车品牌的强劲入市因素影响外,商用车市场的稳步发展也是一个重要因素,尤其是国产商用车的贡献度更是功不可没。目前在国内市场具有竞争优势,在国际市场具有一定知名度的独立品牌也只有商用车品牌。我国汽车工业起源于商用车领域的开拓,从仿造国外车型到引进、消化、吸收和形成完全的自主开发能力,再到今天自主开发的商用车产品和品牌主导国内市场,甚至在竞争激烈的国际商用车市场也能分得一杯羹,我国商用车事业已走出一条探索、发展和繁荣的辉煌之路,更进一步承担着发展民族汽车工业品牌,提升自主开发能力的重任。

一、东风品牌创建之路

每一个汽车品牌的背后都是一个传奇性的发展史。东风商用车公司作为东风集团事业的发源地,自1969年10月在鄂西北的崇山峻岭中打下第一块基石,到今天已发展成为国内最大的商用车生产基地,是我国汽车工业的支撑亮点之一。1975年,由东风人自行研制的第一辆东风牌卡车下线,让国人见证了一个拥有完全自主知识产权的独立品牌的创立;1997年,东风商标被国家工商局认定为汽车行业首家驰名商标,东风人在品牌创建之路上迈上一个新台阶。35年来,东风人将发展国家汽车工业作为自己的神圣使命,在自主开发的道路上历经风雨坎坷,培养了自己在商用车领域强大的自主开发能力,形成具有自主知识产权的全系列商用车整车和零部件产品,已拥有300多万保有量的用户基础;更重要的是我们拥有了驰誉华夏的中国商用



车第一品牌“东风”。面对入世后的新形势,东风商用车进一步强化品牌战略,以生产大马力、大吨位、高可靠性,符合环保要求为特征的第三代商用车为目标,着力打造中国商用车第一品牌,为商用车事业的做强做大架构出一面能驰骋远航的品牌大旗。国内商用车界最大的研发中心,千余人的研发团队,国内一流的产品开发和整车试验检测能力,是东风品牌价值的基础;先进的制造技术,近乎苛刻的品质要求,趋于完美的质量管理体系,确保了东风商用车的性能优势,构成了东风品牌的丰富内涵;“关怀每一个人,关爱每一部车”——东风商用车人性化的经营理念形成了东风独特的营销服务模式,遍布全国的800多家经销商,1000多个服务网点,承担着传递东风营销文化的特殊使命,为东风商用车的远航打造出优秀的护卫舰队,是东风品牌价值实现的最终载体。

二、东风自主品牌建设面临的新决策

在全球化的经济浪潮中,面临着来自国际知名品牌的竞争压力,有关汽车自主品牌,自主知识产权问题的探讨与争论:要不要自主品牌,如何发展自主品牌,已成为中国汽车业界讨论最多的话题。东风人以35年的发展历程证实了自主开发和自主品牌是强大汽车工业的灵魂,只有创建自主品牌,才能肩负起发展中国汽车工业的神圣使命。我们认为在坚持自主开发,保护自主品牌的前提下,以何种方式来提升自主开发能力和发展自主品牌,培养中国汽车产品的国际竞争力,实现汽车工业的可持续发展,才是当前摆在国家和汽车产业界面前的重大课题。

在中国汽车工业需要政策引导和支持的关键时刻,国家在经济发展和产业政策指导下给汽车企业指出了明确的发展方向。党的十六届三中全会关于完善社会主义市场经济体制若干问题决定中明确指出:“鼓励国内企业充分利用扩大开放的有利时机,增强开拓市场,技术创新和培育自主品牌的能力”。新的汽车工业产业政策中也明确指出汽车产业进一步坚持对外开放的原则,鼓励企业开展广泛的国际合作和技术引进,利用国际资源,开发具有自主知识产权的产品,实施品牌经营战略,鼓励国内优势产品进入国际市场。作为国内汽车领域龙头企业的东风公司正是充分贯彻国家经济发展和产业政策精神,坚持走开放式的自主发展道路,充分利用国际、国内两种资源,审时度势,大胆创新。在充分发挥自身优势,保护已有市场和民族品牌的基础上,借助国际知名公司雄厚的资金实力和先进的经营管理理念,保持和壮大东风公司的品牌优势,丰富和提升东风品牌的内在价值,使东风品牌体系拥有更为优秀的技术,服务和文化价值,赋予东风产品更新、更远的追求。2003年东风与日产完成了令世界瞩目的合资重组,明确规定商用车

