

2019 年锁定 400 万辆销量目标 东风如何攻坚神龙和自主两大板块？

66 神龙汽车和自主乘用车已经成为了东风汽车集团有限公司(简称:东风公司)心里最焦灼的板块了。 1 月 20 日,在东风公司 2019 年工作会议上,连续三年下滑的神龙汽车和未能达到集团目标的自主乘用车板块成为外界最为关注的话题。东风公司将在这两个板块采取怎样的行动,来帮助这个两个板块走出下滑的局面,实现振兴?

在回答了这两个最关键的问题之后,东风公司董事长、党委书记竺延风提出 2019 年的经营目标为销量达到 400 万辆,挑战 410 万辆,且强调要在新业务上抢占先机。2018 年,中国车市出现 28 年的首次负增长,对东风公司也产生了一定冲击。官方数据显示,东风公司 2018 年累计销售 383 万辆,销量同比下滑 7%,距离其年度目标 450 万辆有一定差距。

虽然销量未及预期,但东风公司 2018 年收入及利润水平却有所改善。其中,单车利润同比上升了 7.6%,利润率增长 0.7%。与此同时,东风公司 2018 年管理费用和销售费用有所降低,同比下降 5.3%,资产负债率下降 2.8 个百分点。东风公司表示,经营指标的改善主要得益于公司在 2018 年坚持瘦身强体,聚焦主业及管理效率的提升。

“拯救”神龙要“三步走”

“现在神龙仍然没有走出困境,现在到底了,接下来会是一个企稳回升的过程,这是我们对当前的基本判断。”东风汽车集团有限公司党委常委、副总经理安铁成在接受媒体采访的时候表示,从 2016 年神龙陷入发展下滑以来,东风公司针对神龙的问题,中法双方都做了很多讨论和分析。2017 年底,中法双方有将近 300 人的团队,进行了为期 3 天的闭门讨论,制定了“重回赛道”实施课题和“三步走”的策略。

不过,从外界来看,大家印象最深刻的是神龙公司频繁的更换了高层,但在神龙汽车的业绩方面,是“王小二过年——一年不如一年”。安铁成认为,这是神龙缺乏体系力的必然结果。“神龙这几年在高速发展过程当中,自身体系能力,无论从研发、营销、供应链的管理,包括员工职业生涯、薪酬激励机制、企

河北沙河电厂管控安全风险 确保春节发电

每一年的春节前夕,河北沙河电厂“清零行动”都进入关键时期,今年也不例外。今年春节,该厂围绕查隐患、强作风、抓落实消除安全风险,始终保持安全生产高压态势,确保春节期间的安全生产稳定。

河北沙河电厂围绕“隐患就是事故”思想开展“清零行动”,以安全生产 1 号文为统领,明确目标,加强过程管控,从深层次查找可能导致人身伤亡、火灾、设备损坏等事故隐患;严抓隐患治理工作,充分调动班组员工和专业人员排查隐患的关键作用,对影响人身和设备安全的隐患立即整改或做好防范措施;安全环保部对整改成效及长效机制加大监督力度,对未按期整改、整改不彻底以及未建立长效机制的落实责任。此外,河北沙河电厂“提高履职能力,要求主任助理及以上人员严格按照责任清单履职尽责,每周将履职情况报分管领导,对未尽责的实行无后果追究。

为确保“清零”行动取得实效,河北沙河电厂强化作风建设,实现全参与,由企业领导带头深入班组参加安全活动,掌握班组安全生产实际情况,相关管理人员进班组、进现场检查指导班组标准化建设工作,提升班组管理水平;全天候,组建隐患排查微信群 24 小时随时跟踪汇报发现的安全问题,坚持严字当头,敢抓敢管,敢于担当;全覆盖,对工作票、操作票进行 100% 检查,查处和纠正现场违章现象,加大现场管控力度,在安全问题上坚持零容忍。

加强“三票三制”,提高“清零行动”执行力。河北沙河电厂一方面围绕“两票”开展纠错活动和动态检查,对标准票中发现的错误做好记录、组织修改,提高标准票的合格率,对“三票”安全措施的执行情况进行重点检查。另一方面,加强“三票”管控力度,强化工作负责人监护,充分发挥许可人的作用,严格工作许可流程,严抓交接班、现场巡检和设备定期轮换制度,进一步夯实安全基础,管控安全风险。

(何卫东 张瑞兵)



业文化等,全方位没有跟上快速增长的销量。所以,市场上去时它跟着上去了,而市场下来时,它下的更快。”安铁成表示,神龙当年是赶上了车市上升的末班车,既有 SUV 的红利,也有市场的推手,实际上是跟着市场走了上去,如今下滑也是必然的结果。

“神龙必须深刻反思,这个体系能不能支撑这个规模预期。”安铁成称。他向记者分享了东风在帮助神龙走出发展困境的上的思路。安铁成认为,神龙的第一步要站稳脚跟,对现有家底、现有流程、现有业务进行认真梳理。其次,最重要的是让神龙经营管理团队认识到自己的问题在哪,找准问题才能找准药方,吃了好药才能恢复健康。第三是在营销上的改变。安铁成还表示,PSA 在全球的复苏已经基本完成,而 PSA 未来会将精力放在亚洲市场,帮助神龙振兴。

神龙的连续下滑是影响东风经营业绩的最重要因素。从东风公司旗下各板块来看,合资品牌在 2018 年全年累计销量 262 万辆,同比下滑 2.2%。其中,东风日产和东风本田呈现正增长,

东风日产全年销量 115.6 万辆,同比增长 4.35%;东风本田则同比增长 0.9%,与 2017 年基本持平。而东风雷诺、及神龙汽车均出现大幅下跌。其中,神龙汽车在 2015 年达到最高销量 70 万辆后,连续 3 年下滑,到 2018 年销量仅为 25.3 万辆,同比下滑 32.9%。“神龙到底了,接下来会是一个企稳回升的过程。”安铁成表示。

自主板块压力大

而在自主板块,2018 年东风的形势并不乐观。东风自主品牌 2018 年累计销量 121 万辆,同比下滑 15.9%。此前,东风公司自主品牌走大自主“4+2”格局,其中“4”是风神、风行、

风度、风光,“2”是东风裕隆和东风启辰。但由于个自主品牌之间相互独立,协同困难,市场表现不及预期。2018 年,风神、风行、风光、启辰等自主乘用车品牌均出现了不同程度的下滑情况。其中,作为东风公司的“嫡系”自主品牌,东风风神 2018 年销量为 9.5 万辆,同比下滑 23.8%。

在 2018 年 11 月,东风公司将其所持东风小康的股份售予小康股份,并成为小康股份的第二大股东。此举被业界解读为东风公司退出东风小康的经营,并有意调整自主品牌架构。对此,安铁成表示,与小康的合作的变化,一方面是响应中央鼓励民营企业发展的要求,另一方面小康股份在新能源汽车上的布局也将是双方合作的重要方向。据经济观察报记者向东风公司内部人士求证,目前东风风光仍在东风公司的自主品牌架构中。

在 2019 年年初的东风公司媒体沟通会上,东风公司重点强调了未来五年“三个率先,一个领先”的战略目标,并将自主品牌事业领先放到关键位置。据悉,接下来东风公司自主品牌仍将坚持“4+2”大自主路线。不过,在东风风行、东风风度、东风风光、以及东风启辰等进一步加强资源共享的基础上,或将走差异化的路线。“在自主品牌整体规划上,会考虑给(各自主品牌)一些差异化方向。如风度品牌,未来就将重点发展皮卡业务。”东风汽车集团有限公司战略规划部分部经理李勇表示。

而面向未来,东风公司将在新能源、新出行、智能网联等新事业领域投资共计投资 200 亿元。其中,东风公司将在新能源汽车投入 80 亿元,自动驾驶投入 60 亿元,出行服务投入 40 亿元,网联汽车投入 20 亿元。根据规划,东风公司 2019 年将投放新能源车型 21 款,2019 年-2023 年合计规划车型 76 款,其中自主品牌新能源汽车占比要达到 25%以上。这将是

将“致良知”融入企业管理 这家渝企要做智慧能源的引领者

传统文化“致良知”与现代企业管理相结合,能碰撞出什么样的火花? 近日,重庆海特集团召开 3.0 战略发布会上,宣布将通过不断调整,改革战略规划,在智慧能源、增值业务、智能制造等业务板块开创更多的业务板块与便民服务。

发布会上,重庆海特集团通过学习“致良知”,明确了实施“一体两翼三大平台”发展的

山东能源新矿集团黑沟煤业 擂响新年安全开局的战鼓

2019 年新年伊始,山东能源新矿集团黑沟煤业将开局重点放在主抓安全工作上,深刻理解其“从零开始向零进军”内涵实质,以更严更实更深更细的标准、要求,谋划安全措施制定、实施,对没有把握、现场有隐患、质量不可靠、设备存弊端等施工生产地点、场所、环节、步骤再行梳理、覆盖排查,将“不安全不生产、先安全后生产”

工作理念落到实处。

安全检查“紧锣密鼓”。该公司突出节前安全生产大检查、“事前”超前防控专项行动,事无巨细全方位全过程地加大各项安全管理工作,同时采取现场盯靠、走动巡查、重点督导、稳步推进的工作方式,确保安全工作落实无盲点无盲区。

该公司还结合“十个严格、十项严禁”

东风自主的未来突围的一个希望所在。

“东风现在按照自己的规划和布局,在核心技术掌控、资源布局方面坚定走下去;还有一点是技术多元化,有不确定性。我们会跟踪研究技术发展的方向,包括氢燃料、纯电动等,也不放弃混合动力。”李勇告诉记者。安铁成补充道:“东风计划明确‘十三五’期间,东风要通过掌控 5 项核心资源、开发 8 项关键技术、创新 3 项商业模式,在商品竞争力、商业模式、市占率 and 市场规模等方面,抢占新能源汽车制高点。”

央企改革持续攻坚

在改革方面,用“瘦身”两个字来定调东风公司的 2018 年比较合适。如果从 2015 年开始计算,截至目前,东风集团累计“压减”法人 67 户,提前半年达成国资委存量减压 20% 的目标。而随着东风实业有限公司在 2017 年的正式成立,东风实业的改制工作基本完成。

随后,东风公司的改革由表及里,开始在商用车、关键零部件等主营业务上依次“动刀”。而在一系列的社会办企业的“关停并转”后,东风公司得以聚焦主业,提升核心竞争力,在 2019 年东风公司的媒体沟通会上,东风公司将瘦身健体放在了提升业务表现的第一要素。

在“瘦身”进行结构改革的同时,东风公司在 2018 年还进行了一系列的人事变动,其中包括将在日产合资公司有管理经验经验的高管输送到各个合资板块,提升企业动能。而为了激发高管人员的工作激情,东风公司还在高管的管理和薪酬机制上开始了改革。“东风不是急风骤雨式的改革。”安铁城强调,这次改革最大的变化是没有了“级别”概念。“集团按照业态规模,对各企业划类。”他介绍说,在新的管理机制下,高管人员按管理权限分为 A、B 两类(由总部直接任免的高管为 A 类,由总部授权任免的高管为 B 类),打破原有的按职级管理方式,充分发挥市场机制作用,实行岗位管理和多元约束激励,做到企业有层级,个人无职级;岗位有派驻,个人无派驻;岗位薪变,责权利对。安铁城透露,新的高管管理分类涉及到了 1000 多人。

而与干部结构调整对应,东风还进行了薪酬改革,实行“分类分层、市场匹配、一企一策、一岗一薪”,由单位董事会或上级组织与经营团队沟通,确定市场化业绩目标和薪酬,实现业绩和薪酬联动,进一步激活微观主体活力。“实行任期制和契约化管理,要充分发挥市场机制作用,做到岗位‘能上能下’,薪酬‘能增能减’,激发高管的斗志,提升企业市场表现。”安铁成表示。

(周菊)

曲靖市师宗县烟草专卖局 “云香”自律小组建设工作取得实效



为进一步规范辖区“云香”自律互助小组建设和日常运行机制,构建公平、诚信、守法的卷烟市场环境,云南省曲靖市师宗县烟草专卖局通过突出抓好机制建设、部门联合、载体运用和功能发挥四个方面工作,扎实推进辖区“云香”自律互助小组建设向纵深发展。

该县局强化运行,确保自律小组建设工作取得实效。市场稽查人员负责本辖区价格监管,定期或不定期(每月不低于两次)进行市场调查和明查暗访,发现不规范经营行为要及时进行调查、取证,并督促所在价格自律小组进行处理,将相关情况反馈到分公司专卖监督管理办公室和区域市场部。专卖监督管理办公室和区域市场部要在每周四之前将处理结果分别报送曲靖市局(公司)专卖监督管理部、卷烟营销中心、卷烟营销中心在下一个投放周期按照价格自律小组意见进行相关处理,并将处理结果在卷烟零售客户订货平台进行公示。

同时,在原来自律互助小组工作方案的基础上,进一步细化完善小组成员进退机制,科学合理划分分区组及每个小组零售户的数量设定,对自律互助小组进行动态管理,在互助小组间开展星级奖励评定。设立自律互助工作小组“四个目标”,即维护经营秩序、稳定市场价格、保障客户盈利、提升客户素质,明确工作小组的领导、组织和协调职能,对工作质量和进展情况进行监督和指导,为做好自律互助小组工作打好基础。根据实际情况,以客户经理为主导,市场管理员参与配合,围提升零售户盈利水平和优化客我关系等主题,开展互助小组建设宣讲活动,同时明确宣讲内容及流程,在此基础上,将该宣讲活动在全片区范围内推广。要求专卖和营销部门在工作开展过程中既要各司其职、各尽其责,又要加强协调、积极配合、形成合力,确保零售户自律互助小组建设工作顺利开展。区域市场部和专卖监督管理科要根据各阶段工作安排,加大联合检查工作力度,推进各个阶段工作任务顺利完成。

(张洪)

柏林煤矿工会积极推行 班组长安全管理“八法”



今年以来,川煤集团达竹柏林煤矿工会在全矿 76 个班组中扎实开展班组竞赛活动,积极推进班组长安全管理“八法”,促进安全生产。

一是当班考核法。由区队制定各班组考核办法,根据生产现场每个职工完成的工作量、施工质量、材料消耗等方面情况,当班结束时进行打分,并进行相应奖罚。二是危险预知法。由现场值班队干向区队汇报安全生产情况,在班前会上,当班值班队干对上班生产现场存在的隐患或可能出现的问题进行点评、解析,班组长根据生产任务和井下现场生产实际,讲清安全注意事项,让每名职工清楚工作面存在的隐患和的处理方法。三是安全联保法。班组长根据工作的性质和要求,对当班职工指定联保对象,联保人员自觉做到相互提醒。四是导师带徒法。新工人、转岗职工上岗前必须签订师徒合同,师傅严格把关徒弟工作前的准备工作,讲明工作场所安全设施、安全标志的用途和保护作用,进行劳动纪律、职工道德、安全生产权利义务教育,督促其加强劳动保护。五是教育培训法。由区队对班组职工进行教育培训,培训主要结合生产现场及职工岗位实际进行集中培训。六是重点关注法。在班前会布置安排生产任务前,进行班前安全生产排查,把着力点放在安全不放心人员、危险时段、危险区域上,采取针对性的措施。七是隐患排查法。在现场生产过程中,由现场值班队干、班组长及当班职工,对现场出现的隐患进行查找分析。八是交流谈心法。对“三违”职工、受伤职工等及时进行交流谈心,通过心理疏导,解除职工思想疑惑。

(何永兴)

