



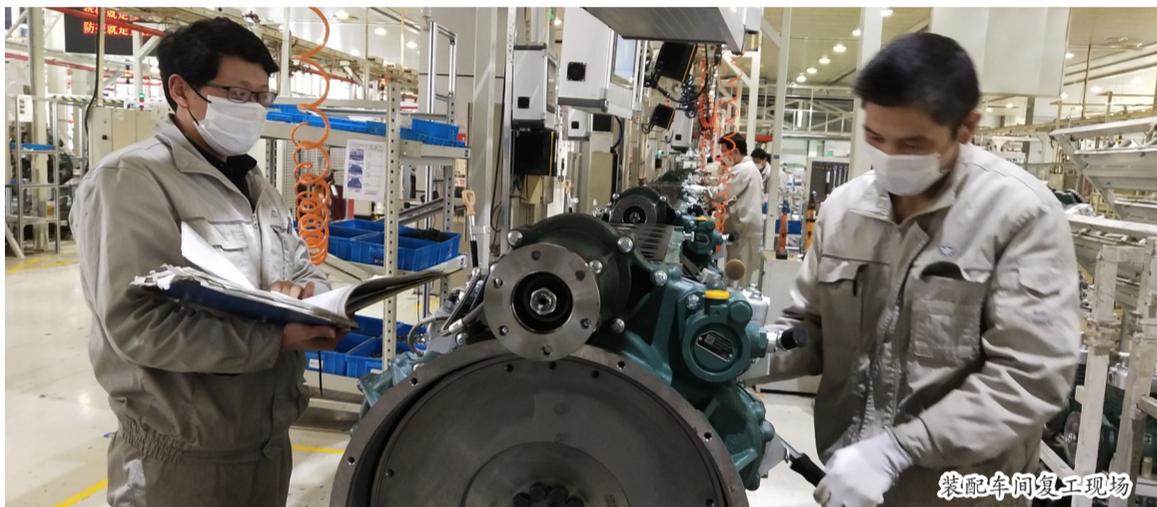
一汽解放动力商务

抓实战“疫” 抓稳发展

解放发动机事业部驶入2020发展快车道

当前,在疫情防控的同时,做好复工复产,加快生产经营,是企业当务之急。解放发动机事业部(以下简称“事业部”)各部门抓实战“疫”、抓稳发展,驶入了2020年的发展快车道。

生产战线: 多措并举 迎难而上保产能



装配车间复工现场

复工后,受疫情影响,重型发动机生产基地部分物资封物流园无法运出,二级库物资供应紧张成为最大的难题,部门物流专线人员积极沟通,在生产部的协调下,通过小车驳运、分批驳运的方式运送物资,确保生产的顺利进行。

在装配车间,很多人在复工时不能及时返回岗位,员工缺失率最高达15%。车间迅速反应,根据人员与产量匹配模型,结合人员多技能水平,有序开展人员跨线作业柔性调配以及工序拆分组合工作,调配人次达百余人次,实现了短时间内人员快速上岗补位。

为确保生产计划100%执行

到位,加工车间每天提前做好毛坯、生产辅件等各类生产资源的落实,实时跟进各类油品、辅料的资源保障,确保生产组织的有序推进。同时,车间还全力做好设备抢修工作,加班加点完成LBOP40.1光栅尺、LBOP10地罐泵等维修工作,合理利用设备保养、中夜班等生产间隙时间,开展100余项设备预见预防性维修,确保设备稳定运行。

面对疫情期间委外单位人员未全部到位、委外物资无法及时提供等给正常生产带来的阻碍,机工车间通过开展自主工装制作、设备应急维修和动力服务保障等措施,

有效满足了产能提升和重点项目的推进。复工复产以来,车间已完成自制6SM天然气活塞环工装等各类零件33种/381套,开足马力推进M机产能提升。

事业部还建立了每日例会制度,生产、采购、销售、计财和各车间一把手通过视频会议召开生产日例会,实时掌控和协调各生产车间人员增减、防疫物资和生产物资的储备、供应商复工及产能恢复、物流运输等各项工作,为产能的稳步提升开辟了绿色通道。截止目前,解放动力总体产能恢复达到95%,生产柴油机10000余台。

营销战线: 刻不容缓 全力以赴抢市场

面对浓烈的战“疫”硝烟,事业部营销战线迎难而上,“危”中寻“机”,踏上了品牌营销新征程。

瞄准全年销售指标,一复工,营销战线就开启了奋力拼抢市场的模式。“复工以来,所有人都紧盯各整车厂、经销商的复工时间、市场政策变化和各个地区道路开放政策,确保第一时间拿下订单”,营销服务部负责人说。虽然无法出门拜访、无法开展集客活动,但营销战线通过与用户线上交流,联合整车厂、经销商开展线上销售等工作,赢得了可贵的市场订单。据悉,复工两周,事业部市场销售已达14000台。

“当前,事业部6个海外办事处的人员,还未能回到各自驻地,但2月份,海外市场



400热线24小时在线支援救援车辆

技术战线: 瞄准目标 奋力拼搏抢进度

春节假期延长,但重点项目的关键节点并未因此调整,技术战线利用互联网办公方式,确保了项目的有序推进。针对16L等28个重点项目,开发二部在假期积极与采购部保持沟通,了解供应商的复工情况、零部件准备进度,倒排计划,动态调整,为复工后的项目开展做好了充分准备。针对共轨卡脖子专项攻关和组合动力创新等重要研发项目,前瞻院借助网络连线的方式进行沟通,在假期完成了部分产品的质量、工艺分析以及图纸校对、生产计划准备等工作,确保项目的总体进度不受影响。

疫情,对技术战线而言,影响最大的就是试验工作。春节假期延长通知一发布,开发二部和前瞻院立即对试验影响进行预判,组织各项目开展视频、电话会议,对各类试验工作进行排查梳理,确保重要节点不脱期。一方面,针对正



前瞻院天然气项目组开展试验工作

在开展试验工作的项目,要求负责人员如假期确需加班,必须做好充分的防护消毒措施,错开时间,避免人员聚集,确保在安全的前提下开展工作;另一方面,针对全国物流不畅,试验样机物料无法及时送达的问题,立刻排查资源,组织调整试验顺序,将具备条件的项目先行开展试验,确保试验工作的整体进度不受影响。复工后,严格的网格化管理,对试验工作带来了技术

沟通不便的新挑战,他们便采用welink、微信视频等方式进行交流,确保各项工作有效开展。当前,开发二部和前瞻院的试验台架均实现了100%正常运行。

为确保员工安全,自事业部做出防疫重大部署以来,开发二部和前瞻院积极开展信息填报、消毒杀菌、网格化管理等各项工作,为技术研发工作筑起了坚实的安全屏障。

的订单已超1350台,同比增长42%”,营销服务部海外市场负责人说,这正是这些年在海外深植品牌积淀的成果”。当前,海外市场营销服务人员除做好市场备货、跟踪新机型验证等工作外,还重点与解放商用车海外销售部负责人共同研究海外各市场车型和动力升级需求,沟通整车技术对接、品牌推广等事宜,为疫情结束后的海外市场品牌和销量提升做好准备。

在服务战线,全体服务人员紧紧围绕全年工作目标,针对国六服务方案完善和服务信息化系统建设等开展各项工作,全力打造引领服务优势,全面支撑2020年营销目标达成。

疫情当前,针对营销服务部人员流动性大的特性,营销服务部成立抗击疫情工作组,特制定《营销服务部疫情防控工作方案》,确保防疫工作“横向到边,纵向到底”。针对驻外机构,还制定了《驻外机构疫情防控日报表》,每日统计各驻地防疫工作开展情况,以及当地疫情情况和防疫政策,确保每一个出征的将士安全到岗。截止2月24日,已有25个机构共139人陆续抵达市场一线,向2020市场竞争发出最强应战。

(张欣)