我们奋战在“两个战场”上
一汽解放发动机事业部如何交出成绩优异的“答卷”？
——疫情下逆势成长的企业样本

无锡高水平全面建成小康社会，续写“强富美高”新无锡建设精彩篇章，离不开企业正常生产，经济健康发展。应对突如其来的疫情，作为汽车发动机制造企业，一汽解放发动机事业部（以下简称发动机事业部）如何启动复工复产“快捷键”？如何为无锡稳增长“加码”？如何奋战“两个市场”交出一份成绩优异的“答卷”？这些值得关注。

2020年初突如其来的疫情给汽车行业带来不小波动，发动机事业部保持定力、抗住压力、增加动力、提升活力，在防疫复工两手抓、两手硬中奋战“两大市场”。

保持定力

启动复工复产“快捷键”

早在疫情初期，发动机事业部第一时间采取行动，通过采取紧急预案，制定一系列防控疫情的措施，准备充足的防疫物资来保证疫情的防控需求。

为确保每位员工的行踪可控，发动机事业部在疫情防控期间实施网格化管理，建立以网格化管理为依托、活动区域定置化为手段、网格长负责和综合监管相结合的管理体系，做到每个员工的行踪有据可查。建立夜间三级值班制度，加强纪委监督检查，确保各项防疫措施落实到位，在防疫物资上也做好了充足准备。

与此同时，在“食、住、物、行”等抗疫方面，发动机事业部也力求做到极致。为避免员工集中就餐带来的人员交叉感染，发动机事业部采取职工就餐实施分段分批分餐制和订餐送餐制。在居住方面，对集体宿舍进行“封闭式”管理，对进入宿舍区人员进行登记测温，宿舍区楼道、楼梯及时消毒等措施。此外，公共区域也是加强防控措施的重点。对180多间洗手间、200多只垃圾桶，实行定人、定点、定标准的“三定”管理法，每日对消毒情况进行抽检，做到消毒次数只增不减，消毒项目不漏项；在办公楼道和楼梯一天两次消毒，洗手间一天四次消毒。

严格、过硬的疫情防控措施下，发动机事业部成为无锡首批复工复产企业之一，启动了复工复产的“快捷键”。

发动机事业部建立每日例会制度，通过视频会议召集生产、采购、销售、计财以及各车间一把手召开生产日例会，实时掌控各生产车间人员增减情况、防疫物资和生产物资的储备情况、供应商复工及产能恢复情况、物流运输情况等，还细致排查各类资源保证每日的装机及后续的计划，解决零部件短缺，保障生产有序推进。

疫情期间，发动机事业部将用户服务升级。来自全国2000多家服务站、300多名服务专家、上万名维修人员轮班在线，为卡友提供车辆保养、维修、售后等问题咨询；各服务站点抢修突击小队，24小时待命，提供紧急救援服务，保障抗疫物资的运输线畅通；对于具有运输合同，载有赈灾物资的车辆，所有服务站提供优先服务，帮助运输车辆第一时间恢复运行；发动机事业部还针对疫情期间无法正常保养的车辆，推出所有车辆保养时间顺延至疫情结束的延保服务，避免卡友造成更多损失。

扛住压力 针对性化解多种难题

疫情初期，全国很多地区和行业按下“暂停键”，无疑给发动机事业部带来压力，形成很多难题。

疫情造成供应商停产和交通阻碍，影响到供货及时性，特别是国际采购的一些零部件；驻外人员春节后不能及时返回驻地，影响到市场开拓和服务保障工作。

发动机事业部扛住这些压力，有针对性地解决了难题。

针对物料方面的压力，根据经营目标、市场需求、疫情干扰和复工时间对生产资源状况进行梳理排查，积极与供应商和相关政府部门进行有效沟通，最大程度保证供应商同步复工复产，并通过在省界交接转运的方式解决由于区域性的交通限制造成的物流不畅问题，统筹做好采购、生产、销售各环节的统筹衔接。

针对营销方面的压力，依托长期以来与整车厂建立的战略伙伴关系，以及在渠道建设和终端维护方面的稳固基础，在疫情期间通过微信视频等方式保持密切联系和远程沟通，做好产品推介、技术支持和服务指导工作，有效保证发动机销量在疫情期间不降反升。

增加动力 国内市场生产经营双丰收

早早复工复产，发动机事业部体现的不仅仅是担当，还有“上进心”。

发动机事业部员工深知：制造业是国家经济的命脉所系，国有企业是生力军、主力军。在这样关键的时刻，必须全面推动复工复产，推动经济平稳恢复。

源源动力和“上进心”也来自于市委和各级政府的支持和关心。

早在2月6日，梁溪区应急管理局领导到发动机事业部指导防疫和复工准备工作。无锡市委市政府也十分关心发动机事业部的发展，在申请复工复产过程中，相关政府部门给予了很多指导意见，让发动机事业部更加有信心做好各项复工复产工作。

复工后，在全面做好防疫工作的同时，发动机事业部全力提升产能。在复工第一周，产能就达到了生产计划要求，满足了商用车市场，尤其是在全面恢复经济中，用于各地建设的重型商用车市场的需求。今年上半年，产量同比增长9%，产能再创新高。

今年上半年，发动机事业部实现生产经营双丰收，销量突破20万台，同比增长14.2%，高质量实现双过半。

提升活力 国外市场业绩“逆势上扬”

面对疫情和风起云涌的海外市场，发动机事业部迅速响应，坚持品牌营销和精芯服务，产品销量在海外市场逆势上扬。

不能外出跑市场，发动机事业部的海外员工就居家办公，每天通过视频、电话、邮件等形式联系客户、拓展市场，每周两次在线WELINK视频会议围绕重点市场服务保障等开展工作。在此基础上，营销服务人员苦练内功，建立完善共享云端数据库、故障案例库，有效提升了营销服务能力。

疫情期间，发动机事业部的海外人员重新梳理新兴市场信息，加强与客户网上沟通，先后实现新兴市场产品突破，如墨西哥市场首次实现事业部产品匹配解放J6L、JH6，7月份开始小批供货；巴基斯坦天然气产品项目启动，将实现事业部天然气产品首次批量销往国外；俄罗斯矿用自卸批量采用奥威产品，首批76台6DM单机6月份实现销售；非洲市场解放JH6产品匹配6DM发动机7月份预计开始批量供货。

国内疫情缓解后，发动机事业部海外办事处人员迅速制定重点老客户走访计划和国内出口厂家开拓、走访方案；还积极通过网络平台，与海外代理及KD工厂共同制定市场维护方案，为疫情缓解后的销量提升做好准备。

截至6月底，发动机事业部海外出口柴油机达11388台，同比增长1.72%，展现了发动机事业部奋战国际市场的新活力。 （江南）