

■ 責任編輯：胡可強 版面設計：陳潔

# 雲內動力 品質驅動 追求卓越

肇始於1956，升華於世紀之交，雲內動力走過50餘載，不改「品質驅動世界，綠色造就未來」之本色，勇於攻堅克難，開拓創新，在西南邊陲生根、發芽、壯大，成為中國汽車零部件發動機行業的龍頭企業。

■ 香港文匯報記者 李守清、木彪 昆明報道



■ 雲內動力商柴總裝線

■ 車間工人用電腦控制生產流水線

## 雲內再造 五大攻堅破困局

步入雲內動力的生產車間，看到一條條熱火朝天的生產線，很難想像，就在一年多前，雲內動力曾一度面臨近10年來產品銷量的歷史最低谷，各項主要指標下滑，生產和運營成本卻在攀升，雲內動力已經面臨退無可退的局面。

嚴峻的形勢下，以楊波為首的公司新領導集體臨危受命，吹響了雲內動力逆勢上揚的號角，提出「創新驅動、轉型升級、戰略發展、雲內再造」為核心，堅持「老產品轉型升級近求生、新產品創新驅動長遠求發展」的基本戰略方針，實現「核心技術和終端市場」的兩個主體創新，以產品攻堅戰、市場營銷攻堅戰、降低成本攻堅戰、管理提升攻堅戰及員工凝聚力攻堅戰組成「五大攻堅戰」為抓手，經過全體員工的共同努力，大幅扭轉公司發展的被動局面。

2012年，雲內動力在行業下滑的嚴峻形勢下實現了逆勢增長，職工收入有較大提高，公司運營日益穩健。

穩住陣腳僅僅是開始。2013年，在發動機行業競爭環境比以往任何時刻都激烈的大環境下，公司經營班子精心組織生產經營，降低成本費用，加大市場開拓力度，確保在不利的環境下效益的增長，整體抗風險能力進一步得到提升。

### 技術創新 產業攻堅佔先機

進入雲內動力4萬平方米的乘用柴油機生產車間，最大的感觸莫過於一系列進口設備組成的高效生產線。事實上，在技術創新領域，雲內動力一直走在國內同行業的領跑位置。通過加大產品的研發力度，目前雲內動力達到國四排放標準的D20和D25兩大拳頭產品已經搶佔市場先機，具備批量供貨的能力，據公司技術中心宋國富副主任介紹，2.0L的D20發動機有轉速高、油耗低的特點，比較適合普通乘用車搭載，而2.4L的D25系列則以扭矩大，運載能力突出取勝，十分適合用於輕

卡、中高端皮卡及客車市場。

逆水行舟，不進則退。雲內動力在技術創新的道路上走出了自己堅實的腳印：公司目前被認定為國家乘用車柴油機高新技術產業化基地、雲南省柴油機工程技術研究中心、國家級高新技術企業及國家國際聯合研究中心。通過與德國FEV公司合作，開發了擁有自主知識產權、具有國際先進水平的乘用車用柴油機，並在此基礎上獨立研發了電控高壓共軌柴油機，其功率、扭矩、油耗、噪音指標達到了國際先進水平。當前，YN38GBZ產品研發已取得實質性突破；YN30QNE國V商用車天然氣發動機已完成燃氣系統的匹配和標定工作；YNF40產品已在雲內實現點火；混合動力APU總成開發項目完成了發動機標定和整車APU系統標定，達到了小批量供貨的能力。

隨着中央及地方政府對於綠色減排的日益重視，以及汽油價格的一路高漲，柴油機環保、節能等優勢認知度提高，雲內拳頭產品D系列在乘用車市場的前景頗為看好；而非道路清潔柴油機作為雲內的最新增長點，市場空間巨大；同時，北汽整車廠落戶雲南瑞麗以及雲南省加快建設「橋頭堡」戰略的快速推進，作為國內最早堅持清潔柴油機技術研發的企業之一，雲內動力有望憑藉地域、技術等優勢受益南亞、東南亞等周邊國家的工業的興起而獲得更大發展機遇，攫取更大的市場份額。

### 季報發佈 增長喜人顯效益

2013年是「十二五」規劃承前啟後的一年，也是雲南省委、省政府確定的「產業建設年」。隨着各方利好消息的接踵而至，雲內動力正全面邁向一個嶄新的發展階段。根據雲內動力發佈的2013財年三季報顯示，公司2013年1-9月實現營業收入18.29億元，同比增長15.24%；歸屬於上市公司股東的淨利潤1.10億元，同比增長120.31%；基本每股收益0.162元。

同時，公司預計2013年度累計淨利潤為1.45億元-1.55億元，同比增長114.04%-128.81%。通過產品結構調整，公司經營業績取得良好成效，加之降低成本工作，使公司營業利潤增加。



■ 雲內動力辦公大樓



## 精益管理 裝備水平大提升

「產品就是人品」，這是雲內動力最響亮的口號，也是體現在每一個人、每一個環節上最亮麗的行動。堅持技術創新與市場營銷相結合道路的同時，雲內動力不忘加強供方質量管制。在雲內動力的生產車間內，建立了一套完備的質量控制體系，對生產過程及客戶回饋的質量問題製作質量警示牌，並置於相應的工位，對操作工進行培訓，引起大家對質量問題的關注，樹立了全員參與質量管理的理念。

針對市場、進貨驗證及裝試反映突出的質量問題，僅在2012年，雲內動力多次組織質量專題會，在活動實施過程中確保各級人員充分參與，針對質量不穩定、出現異常質量問題的供方，及時開展現場審核。對自身近乎苛刻的質量要求，體現了雲內動力「顧客導向、質量為基、全員參與、提升品牌」的質量方針。



■ 車間內部設立的質量曝光台

## 萬里遠行 立足服務拓市場

「酒香也怕巷子深」，對於企業而言，市場營銷的成敗決定了產品的銷路及品牌的打造。當記者在雲內動力採訪時，恰好偶遇一個雲南省內的經銷商代表團受邀前來公司參加新產品推廣活動。代表團中來自玉溪市的寶經理向記者介紹，他參與經銷雲內動力的產品已有10多個年頭，身處直接面對消費者的第一線，他深切感受到雲內動力對於產品改進、新品研發、信息回饋和服務體系的重視，由於搭載雲內動力發動機的車輛口碑好，且具有運載能力強、適應性好、皮實耐用的優點，不少顧客在貨比三家後往往選擇雲內的產品。

加強與各大汽車廠商的合作是雲內動力提升自身的服務水平的又一重點，今年7月國四標準出臺後，為有效推廣公司新產品，讓眾多汽車廠技術、銷售人員確實感受、了解公司D系列產品的優越性能，雲內動力特別組織「質量萬里行」聯合交流小組，歷時40天，駕駛搭載D20、D25型號發動機的車輛先後巡訪四川、陝西、河南、河北、北京、山東、江蘇、安徽、湖北、湖南、廣東、廣西、貴州等13省市的39家廠家現場體驗，現場交流，深入了解主機廠的配套改進要求，促進了公司質量管制、售後服務費用控制工作的有效展開。目前，已有23家主機廠達成產品搭載意向。

## 引領未來 企業文化暖人心

在雲內動力的企業園區，每一間辦公室或是每一個車間班組，隨處可見一面面企業文化牆、部室看板或是班組光榮榜。雲內動力新班子上任後，深知企業要發展，職工的凝聚力是關鍵，因此將提高員工凝聚力作為一大要務。通過實行KPI薪酬績效考評體系，對原有的薪酬制度進行了改革，改變工資分配不合理的現象，同時，通過科技項目獎勵、「雙過半」獎勵等辦法，提高員工收入，截止目前，員工收入較去年同期增長22%以上。

在人才梯隊建設中，雲內動力專門開展了員工職業生涯規劃，通過選撥中層後備幹部，崗位評級等方式提升職工素質和培養職工能力，形成「想幹

事的有舞台、能幹事的有平台、幹成事的有獎台」的用人留人機制。

生活中，通過系統化推進企業文化建設，暢通上下級溝通交流渠道，形成了雲內企業文化體系的基礎，積極反映並解決職工住房等突出問題，關心員工生活。同時，通過開展全公司範圍內的「解放思想，創新發展」大討論活動，在公司職工中廣泛開展了形勢任務教育，開展合理化建議活動，讓職工參與為公司發展獻言獻策。通過多種方式提升員工凝聚力，讓員工有歸屬感，讓雲內成為員工幸福生活的源泉。

除此之外，雲內動力還十分重視反哺社會的重要性。近年來，雲內動力一直致力於扶貧等社會公益項目，2013年，公司出資50萬元，在祿勳縣馬鹿塘鄉、撒營盤鎮等鄉村修建了公路、排水溝和學校等公益設施，極大的改善了當地村民的生活條件，體現了雲內動力作為一家上市公司的企業責任感。

## 高效運營 心無旁騖謀發展

對於雲內動力來說，身處工業並不發達的雲南省，能始終堅持產業建設，心無旁騖，克服困難，真正做到產業建設環節的精而專，這與公司具備的一套高效運營體系密不可分。通過產品線細分，雲內動力明確了三大子公司的主要分工職責：昆明公司主要生產現有的主打產品——D系列柴油發動機；成都雲內則通過與中汽院成立國家燃氣中心第一分中心，進行燃氣發動機的權威檢測認證工作，並成為公司的天然氣發動機研發生產基地；山東公司主要面向非道路市場，市場保有量大幅上升，起到了延長雲內老產品生命周期的作用。

目前，雲內動力的主導產品在國內同行業中處於領先地位，並擁有國際先進水平的自動化生產線，具備年產商用車柴油機40萬台、乘用車柴油機20萬台的生產能力。

更令人可喜的是，2012年11月，雲內動力聯合上汽研發的拳頭產品D19發動機搭載上汽MG6轎車成功出口英國，2013年正式在歐洲上市。產品進入工業革命的發源地英國，標誌着雲內動力的產品規格達到了國際領先水平，為雲內動力品牌國際化奠定了良好的基礎。



■ 公司引進的國外發動機裝配線