

影響中國

2014年9月24日，德國漢諾威車展17號館A27展台上，一塊巨型銀色幕布落下，「一襲黃袍」的重型卡車展示在眾人面前，這是天龍旗艦重卡DONGFENG KX系列首秀行業「風向標」車展。從2013年3月路試諜照曝光，4月上海車展正式亮相，到今年以一身土豪金塗裝參展北京車展，東風商用車品牌頻頻成為焦點；但不僅僅滿足於國內的聚光燈，東風商用車有限公司德國之行，將公司產業發展的眼光放得更遠。

■香港文匯報記者 何芯



■2014年9月26日，東風商用車携三款主力車首秀第64屆德國漢諾威車展。

# 東風商用車：戰略聯盟啟商用車產業升級

東風汽車公司曾於2011年發佈了「乾」D300計劃，其中提出商用車2016年要實現100萬輛的年銷量。在這種態勢下，加大拓展海外市場，產品升級問題，對東風來說就顯得尤為迫切。雖已成為國內行業龍頭企業，但推進海外戰略，對東風商用車來說，擔子依然很重。

2003年，東風商用車進入雷諾一日產全面合資項目，所屬東風汽車有限公司旗下。後商用車業務雖然在原東風有限的框架下，吸收了日產豐富的管理經驗，位居中國中重卡市場前列，但由於日產在全球範圍內已淡出商用車業務，並不能給東風商用車足夠的技術支持。因此，欲走向國際化的東風商用車需要尋求更高平台的合作，升級技術和產品。

## 夥VOLVO建全球最大商用車聯盟

2013年1月底，歷經7年「愛情長跑」的東風集團和沃爾沃集團在北京簽訂戰略聯盟協議，構建新的東風商用車有限公司，其中東風集團佔股55%，沃爾沃集團佔股45%，通過資源協同，發展全球領先的「東風」品牌商用車。經過膠着的資產交割、回購及政府審批過程，新的東風商用車有限公司即將成立。今年8月25日，沃爾沃集團作為唯一的接盤者，成為了東風商用車的股東。由此，全球最大的商用車聯盟，即將在中國這個當前世界第一大商用車市場正式啟動。



■年產8萬輛，東風商用車有限公司新工廠。



■東風集團總裁朱福壽和沃爾沃亞太區執行副總裁Joachim Rosenber代表雙方簽署合作基礎協議，達成全球最大的商用車聯盟。

東風汽車公司總經理朱福壽說，東風集團將利用沃爾沃集團在全球的市場和渠道經驗，帶動東風商用車國際化。「傳統意義上的合資項目是引進外國的技術、外國的品牌到中國的市場。而東風集團和沃爾沃集團聯盟，是以做好東風品牌為出發點，拓展國際市場，推動「中國的東風」發展為「世界的東風」。朱福壽表示，「這個聯盟不是一個項目，是在研發、採購、工程開發、品牌、渠道上進行資源協同。」

## 合作開啟中國商用車產業升級

據東風商用車相關技術負責人透露，沃爾沃集團的技術需要很高的成本，東風可能將「靈活」採用沃爾沃集團的部分核心技术，比如將發動機等部分技術運用在東風的車型上，以求更契合國內商用車市場的要求。他表示，東風商用車要達到國IV技術並不困難，但未來若再想再向更高的標準升級「有一定難度」，這就需要沃爾沃集團更為先進的發動機技術。為此，合資後雙方將共同設立研發中心。

業內人士分析，東風集團和沃爾沃集

團的合作模式，可以看做是中國商用車產業升級的縮影。在宏觀經濟增速下滑的現狀下，商用車市場的高增長難以再現，東風集團通過與沃爾沃集團合資引進技術，將繼續領跑這一市場，而重點是如何消化與磨合技術。

## 推歐標樹國內中重卡市場標杆

今年9月在德國漢諾威車展上展示的東風天龍旗艦6x4牽引車，配備了空氣懸架、盤式制動器、電子制動系統、電子穩定裝置、發動機制動、緩速器、整車網絡架構等先進配置。該車型把握重卡發展趨勢，以嚴格的歐洲標準全新研製，瞄準高效長途運輸市場，已成為國內商用車市場新標杆。

在今年11月於武漢舉行的國際光電子博覽會上，東風商用車展出了一款智慧概念重卡模型吸引眾多觀眾駐足。該重卡模型不需要燃料，靠磁場就可無線充電。除了車身的流線設計能極大降低風阻外，還可同步監控貨物和司機體溫、疾病。這是國內首款智慧概念重卡模型，雖暫無投產計劃，但展示了國內商用重卡行業龍頭的未來發展目標。

## 中國商用車老牌企業 增長勢頭依舊

東風商用車總部位於湖北省十堰市，現擁有6個專業廠、10家子（分）公司，形成了以十堰為基地，輻射隨州、襄陽、深圳和新疆的事業佈局。產品覆蓋了中重型卡車、客車以及發動機、駕駛室、車橋、變速箱等關鍵總成。

東風商用車的前身，是1969年成立的第二汽車製造廠中重型商用車製造業務，2003年東風汽車有限公司成立後，原中重型商用車資產及業務成為公司中重型商用車事業部。直到去年1月，全資子公司東風商用車有限公司註冊，實際上，這已經是一家「老牌」汽車製造企業。

## 天龍獲國內行業首個馳名商標

東風商用車自1969年誕生伊始，就確定了技術為先的大方針。歷史上，東風2.5噸卡車EQ240研發定型，在70年代被譽為國家建設的「功臣車」。到80年代，經過兩度技術升級，東風商用車佔據當時國內公路運輸三分之二的市場。80年代末，東風卡車8噸平頭柴油車EQ153上市，填補了中國汽車「缺重」的空白。90年代期間，「開着八平柴，財源滾滾



■總裝廠內，一輛新的卡車下線。

來」在商用車客戶間廣為流傳。

經40多年的發展，東風商用車的中重卡銷量實現翻番，連續多年保持中、重卡的品牌美譽度行業第一，市場銷量行業第一。同時還開發了全新的東風天龍重卡和東風天錦中卡平台。2011年，「天龍」榮獲中國馳名商標，是當時商用車行業單一商品平台的第一個馳名商標。

## 上半年銷售額196億 超去年全年

隨着國IV排放法規實施力度的加強，節能環保、高效可靠的車型越來越受到用戶的重視。東風商用車致力以新技術實現節能減排和環境改善，在產品上積極研究混合動力、輕量化、能量回收等技術，全方位提升主力車型的生態性和經濟性。今年上半年，東風商用車中、重卡實現銷量8.15萬輛，主推的國IV車品銷量3.4萬輛，佔到市場份額28%，處於國內行業領先位置。在比較低迷的市場環境下，東風商用車仍然保持着向上的發展勢頭，良好的銷售業績在公司財務報表中已有所體現。2014年前6月，公司營業收入達194億元，淨利潤同比上升55%。

## 借力沃帆賽 環球講東風故事

2014年，中國市場的商用車行業領先者獨家冠名「東風號」，組織了一支有史以來中國船員最多的帆船隊，踏上第12屆（2014-2015賽季）沃爾沃環球帆船賽分段賽的征程。航行3.9萬英里，歷時9個月，經十個網站，跨越四大洋、五大洲開啟環遊世界，講東風故事的旅程。

帶着品牌全球化推廣的目標，10月11日，帆船「東風號」從西班牙阿利坎特起錨。「沃爾沃環球帆船賽」環遊世界人遠洋意識的良好載體，東風集團與沃爾沃集團又是全球夥伴關係，參與這項活動也是東風國際化的重要手段。



■東風商用車獨家贊助「東風號」參加2014沃爾沃環球帆船賽。

黃剛則表示，「希望通過全球頂級的沃爾沃環球帆船賽，在全球範圍內進一步推廣東風商用車品牌和商品，同時，用信賴、專業和科技的新組合見證東風隊和其他六支隊伍的較量，見證東風隊與大自然力量的融合。」

事實上，讓東風商用車更為看重的是，比賽10個網站中途徑的一些停靠港，與東風商用車的海外目標市場相吻合。「沃爾沃環球帆船賽」將為我們開啟一扇通往新的市場大門，這與我們在全球的戰略完全吻合。」目前，沃帆賽第二賽段已起錨，首賽段阿利坎特至開普敦，「東風號」獲得亞軍的好成績。這項比賽將成為其在全球市場傳播「東風」品牌的重要平台。

黃剛繼續說，「品牌推廣本身並不是代表我們走出去，而是借助這樣一個好的平台跟大家溝通，讓大家知道，誰是東風，它從哪兒來，到哪兒去，更重要的是我們在每一個目標市場中的市場佈局，根據不同市場的特點，我們會採取有效的策略。」

## 「看重品牌如看重自己的眼睛」



■東風商用車有限公司總經理黃剛在漢諾威車展為媒體介紹東風天龍旗艦新車型。

在國內，東風商用車在產品、品牌等方面都是首屈一指，但在國際市場聲名並不如國內顯赫。在保持良好業績以及與沃爾沃集團戰略聯盟項目的推進下，東風商用車從品牌全球化的目標出發，正緊鑼密鼓地邁開其海外戰略的步伐，意欲從國內市場「走出去」。

## 東風商用香港首家4S店投運

2014年10月18日，東風商用車在香港的首家4S店——東泰汽車有限公司正式投入運營。由東風商用車開發的歐V排放商品——東風天龍38噸牽引車和東風天錦16噸載貨車也在港澳地區同時啟動銷售和服務。「香港的卡車市場雖然容量不大，但是我們仍然十分看重。」東風商用車總經理黃剛表示，東風商用車將把香港作為開

拓東南亞和其他國際市場的橋頭堡。

## 追求國際市場長期存在感

從德國漢諾威國際商用車展，轉戰西班牙阿利坎特開賽的沃爾沃環球帆船賽，東風商用車都努力站在世界的舞台上，講好東風故事。

「我們非常看重品牌，就像看重自己的眼睛一樣。」黃剛在接受媒體採訪時說道。目前在海外市場，東風商用車公司商品已經進入了東南亞、中東、非洲市場，同時也在開發南美市場、俄羅斯以及中西亞市場。儘管東風商用車為海外市場準備了充足的商品，但是仍然穩步謹慎推進。黃剛說：「東風商用車追求的不是短期銷量，而是東風品牌在當地市場長期的存在感，我們不要曇花一現。」