

全国人大代表、华菱星马董事长刘汉如:

用“工匠精神”制造精品重卡

本报记者 张晓梅 / 吴明 张骅

3月5日,全国人大代表、华菱星马董事长刘汉如在参加审议政府工作报告时表示,“‘工匠精神’是近年来被热炒的一个词,我们津津乐道于英国的百年老店、瑞士的手表、德国的机械……好像只要是国外的就是好的,就是精品。其实,工匠精神并不是舶来品,中国自古就有之,比如我们耳熟能详的‘庖丁解牛’的故事,比如我们的瓷器、丝绸等等;也存在于现代的中国,比如我们的航天、高铁等等。没有工匠精神,就不会有这些成就。”



工匠精神并不神秘,其本质就是精益求精、常年如一日的专注。

追求精益求精

刘汉如认为,工匠精神并不神秘,其本质就是精益求精、常年如一日的专注。华菱星马就是这样一家企业,一直专注做重卡,在市场竞争日益激烈的今天,屹立于市场大潮14年而愈发坚挺,他们以工匠精神把华菱重卡打造成了一个有足够含金量的品牌。

“在现代化的今天,做好产品光凭人的力量是不够的,还要有现代化顶尖的制造设备,正所谓‘没有金刚钻不揽瓷器活’。”刘汉如说,华菱从最早的单班年产一万台重卡生产线,发展到现在的单班年产5万台重卡生产线,再到发动机柔性化生产线,其设计理念国际领先,主要设备更是聚集了国际顶尖的品牌。总之,为了质量,要舍得花钱。

刘汉如表示,华菱重卡刚开始投产的那几年,产品出现了很多问题,曾经一度很让人困惑。经过分析,发现大部分原因出在

零部件方面。但在用户眼里,车子是华菱星马制造的,这样的理由跟用户说不通。求人不如求己,为了完善质量,华菱开始了自己制造零部件的过程。从结构件到总成件,从内饰到电子器件,从普通零部件到核心零部件。用刘汉如的话说,凡是经常出问题的华菱都要造。功夫不负有心人,经过几年的努力,华菱重卡的产品质量已经非常过硬。

几年前,刘汉如就说过,要以航空航天标准造发动机,以发动机的标准造重卡。他还举了个例子:“飞机在天上飞,你怎么服务?所以,飞机制造要做到百分之百的可靠。最好的服务就是不要服务。”在华菱星马的发动机车间,有这样一个公式和一句话标注在所有的生产车间,即“100-0.001≠99.999”和“产品质量不是100分就是0分”。

提升产品性能

刘汉如说,产品性能的不断提升要靠技术,而且要持续长期的投入,要有自己的核心技术。

2004年,华菱重卡在北京召开上市发布会的同时也发布了

造车理念——“定义重卡新标准”,13年来坚守不变。动力、节油、安全、可靠、高效、操控等等性能都在体现核心技术。不可否认,国内自主品牌和国际品牌的差距主要就是在这些方面,需要面对和解决。华菱星马的重卡技术最早是引自日本三菱上世纪90年代末的技术,这在当时的国际上也属先进。正是得益于此,华菱迅速打开了市场,尤其是搅拌车地盘,成为与星马专用车的黄金组合。

2007年,华菱星马启动了发动机项目,2012年面世,2016年年产过万台。这款发动机给国内行业吹来了新风,首先是它的缸内制动技术,在此之前,绝大多数国内卡车司机对此闻所未闻。这款产品,使得车辆的安全、节油、可靠等性能得到了多方面的提升。而华菱星马发动机的技术先进性不只如此。

正是这种精神的贯穿,华菱重卡至少有两项指标让所有的用户竖起大拇指,其一是它的安全性使得越来越多的卡车司机给华菱星马送来了锦旗,华菱重卡的驾驶室也被形容为生命的保护舱。

其二是节油。2016年,华菱

星马开发运煤专线,当初提出的目标是3000台。当时很多人对这个目标并不看好,但是华菱做到了,而且超额完成。打开运煤车市场,靠的就是以节油、安全为代表的卓越性能。因为节油效果出类拔萃,华菱重卡和华菱星马公司每年都能获得行业和媒体的各种表彰。在2017年度华菱星马的商务大会上,所有展示的车辆都贴上了“节油才是硬道理”的车贴,算是代表着华菱星马13年来造重卡经验的总结和追求。

坚守专注精神

刘汉如说,华菱星马目前只有重卡及与重卡相关的零部件和上装业务,这在行业内是比较少见的。华菱重卡面市的这十多年来是中国卡车飞速发展的黄金时期,也是中国客车飞速发展的黄金时期,同时也是小轿车飞速发展的黄金时期。这十几年来,有的企业进入了乘用车,有的企业涉足客车、微型车甚至农业机械,但是华菱星马都没有,只是一心一意做重卡。

刘汉如说,专注的另一层含义还包括长时间的坚持和长期精力的投入。“板凳要坐十年冷”,要能耐得住寂寞。“功夫”这个词是中国对世界的一大独有贡献,功夫既是指所达到的水平,同时又是一个时间概念,指达到一定水平要倾注的精力和投入的时间。这个词可谓工匠精神的最佳注解。

从成立至今的13年,华菱星马完全专注在重卡上,追求品质的精益求精和产品性能不断提升,诠释了中国式的工匠精神。

江淮星锐二代新品上市发布会实力吸睛

张骅 本报记者 张晓梅

江淮星锐产品始终与消费者的需求同步,日前二代新品在海南如约发布。发布会邀请到众多行业大客户及商用车专业媒体到场,共同见证了二代江淮星锐登上中国多功能商用车的舞台。在国内欧系轻客领域,星锐凭借对多功能商用车市场的敏锐嗅觉,以贴心实用的产品配置不断满足用户需求,并以自身过硬的品质,在业界塑造了良好的口碑,引来众多大客户为“星锐二代”品质做证言。

江淮星锐此次推出的2.0T+汽油机、1.9CTI柴油机、2.7CTI柴油机三款二代国五产品,凭借着黄金动力、皮实可靠、宽敞空间、省心便利四大核心优势,树立起了多功能商用车市场新标杆,获得了众多客户的一致赞誉。受邀参加发布会的中欧国际集团有限公司副总经理廖福全就表示,他们一直与江淮星锐保持着良好的合作关系,此前已持续采购达150多辆,2017年还将采购约100辆。星锐在动力、空间和品质等方面亮眼的实力表现是廖福全长期选择采购星锐的理由。

无独有偶,事实上,江淮星锐坚守品质为核心的造车理念,已经为其积攒了不少忠实用户与良好的口碑。

“成功的商用车价值就在于其过硬的品质”。在发布会现场,中通快递股份有限公司的渠道主管姚宝丽向记者说道,“二代江淮星锐搭载的黄金动力系统,既能保证强劲动力,又能兼顾节能环保。再加上星锐一贯的超大空间优势和5年20万公里的服务体系,完全符合我们对用车和后续保障的需求。”

安徽叉车集团26年蝉联全国行业桂冠

3月6日,从安徽叉车集团传来消息,2016年,该公司实现整机销售、合并营业收入、实现利润总额,较上年分别同比增长16.21%、9.42%、7.15%,主要经济指标再创历史新高,新产品产值同比增长27.56%,合力品牌国内市场占有率达27.34%,连续26年夺得全国叉车行业第一。

作为世界叉车行业八强,国内行业领军企业的安徽叉车集团有限责任公司,以五大发展理念为引擎,以科技创新驱动来持续增强企业的核心竞争力,一心一意谋发展,凝心聚力抓党建。坚持“内强素质,外拓市场”的经营理念,围绕转型升级,加快企业“调转促”的发展步伐,持续推进技术、管理、营销创新的进程,持续强化提质增效、开放合作的力度,持续拓宽国际化经营发展领域。

面对日趋激烈的国内外叉车市场竞争,按照年初既定目标任务,安徽叉车集团加快产品结构调整和技术创新步伐,研发投入超过3.2亿元,并先后推出5大系列294个新型产品,实现新产品产值28.1亿元,同比增长27.56%。“合力”牌叉车先后出口到世界150多个国家和地区,品牌知名度进一步得以提升。

(作者单位:安徽叉车集团)

(宋光执 李磊)

论道

中国制造需要培育工匠精神

罗进

不论是中国制造,还是中国智造,核心都是人,因此工匠精神就是要让从事制造的生产者具有精雕细琢、精益求精、追求完美和极致的“匠心理念”。那么我们如何引导员工扎根企业,立足岗位,弘扬并培育工匠精神呢?

首先是要理解工匠精神内涵,在员工中弘扬工匠精神。每个人对工匠精神的理解可能不尽相同,笔者认为工匠精神内涵:一是爱岗敬业、一丝不苟的认真精神。二是善于学习,勤于攻关的金刚钻精神。三是持续专注,锲而不舍的坚持精神。工

匠精神的核心是:不仅仅是把工作当做赚钱的工具,而是树立一种对工作执着追求、对所做的事情和产品的精益求精、精雕细琢的精神。

其次是要将培育工匠精神融入到企业文化中去。工匠精神不是工人独有的精神,它应该是全民族的精神,是一种深层次的文化形态,需要在长期的价值激励中逐渐形成,通过文化再造、源头培育,发展先进企业文化,使工匠精神成为引领企业的风向标。

要注意的是,培育员工拥有工匠精神,不是一蹴而就的事,需要对员工进行积极引导,提供工匠精神诞生的环境,需

要系统、耐心地培训产生,并且在企业中一代一代地传承下去。

还有,要展现工匠精神,树立标杆,激励员工成为工匠。很多人认为工匠是一种机械重复的工作者,其实工匠的行为有着更深远的意义,它代表着一个时代的气质,坚定、踏实、精益求精。大多数成功企业家身上都有这种工匠精神。在工匠们的眼里,只有对质量的精益求精、对制造的一丝不苟、对完美的孜孜追求。

展现这种工匠精神,员工首先要成为一个优秀杰出的“工”。每个岗位都是公司整体运行中重要的一环,要保证自己

在岗位上的工作无差错、无拖延,耐心完成自己分内的事情,多坚持,多努力,细心了解工作中的每一个细节,然后成为一个有自我升华能力的“匠”,让个人能力得到充分的发挥并与工作相辅相成,真正实现从“工”到“匠”的价值升华。

当下,《中国制造2025》已开始实施。对于合力这样一个制造业企业来说,要生产一流的产品,进入世界叉车行业五强,必须重视培育工匠精神,加强技师队伍的建设和培养,提升一线工人的综合素质,通过大量高素质、高技能人才的引领,助力企业发展。