

东风柳汽以国家队底色，重构商用车智造与价值的双重坐标

9月16日，央视财经《硬核智造厂》聚焦广西柳州，通过全景直播展现东风柳汽71年造车脉络。央视主持人陈伟鸿、陈蓓蓓与东风柳汽刘小平书记、展新副总经理一道，带观众沉浸式体验这家老牌央企从“开创者”到“变革者”的跨越。



从传统制造到智能智造，从首辆“广西制造”卡车下线到即将上市的乘龙翼威5纯电重卡亮相，作为东风集团商用车板块核心力量，东风柳汽以国家队使命为锚，将工匠精神注入研发、生产、制造全链条，凭新能源技术突破与产品创新，诠释中国智造实力，为民族汽车工业高质量发展注入动能。



研发生产验证不玩虚的，只为用户创造更多价值

商用车核心竞争力终究落于“产品靠得住、用户能赚钱”。东风柳汽将用户需求转化为全链条可落地标准，深谙行业“可靠性优先、全生命周期TCO为王”的本质。

研发端，东风柳汽构建了“概念-计划-开发-验证-发布”全流程闭环体系。乘龙翼威5纯电重卡的造型方案耗时8个月完成，15次方案测评、评审，5轮次整车油泥调整优化，120多套内外饰方案、50多次研讨评审，用户需求调研覆盖50余场景、收集1500多条反馈，攻克轻量化、防水、脱困三大痛点。这种痛点导向研发，跳出单纯堆砌配置误区，以用户运营场景为核心正向开发，既助快速打开市场，更推动行业从技术参数竞赛转向用户价值竞赛，实现研发关键跃迁。



制造环节，“精益智造”成效显著。商用车冲焊车间，自动化冲压线采用激光拼焊板技术，车身关键区域使用高强度钢或厚板防止变形，在吸能区使用低强钢或薄板有效溃缩，一次下线合格率超98%；焊装车间，136台机器人兼容100多种车型，焊制的“龙骨构架”车身经30次实车碰撞与欧盟ECE R29标准认证；涂装车间采用水性3C1B工艺，耐候性超3000小时，应用中水回用技术处理污水后，可实现中水养鱼，绿色智造贯穿始终。该体系既解决商用车“小批量、多批次”生产效率问题，又借欧盟认证铺垫全球化布局，且水性工艺与光伏供电结合，率先实现商用车制造端低碳闭环，契合“双碳”目标，为行业绿色工厂提供可复制模板。



“以前测新车，要带人和车跑海南、襄阳，折腾且低效。”刘小平书记的话道出柳汽自建试验场的初心。



如今，这座自建的试验场可模拟60万公里真实路况，搭配全国“三高”测试基地，确保车辆在-30 高寒、40 高温、4500米高原极端环境下稳定运行。自建试验场不仅升级企业研发能力，更填补南方商用车全场景测试空白，为行业技术自立提供基础设施支撑，彰显央企变革创新魄力，引领行业迈向更高水平自主创新。



展新副总经理亲自驾驶，带领央视主持人体验了乘龙翼威5的高速行驶、“一键爬坡+恒速下坡”功能以及强化环路测试等多项性能，让观众直观领略到乘龙翼威5的强劲动力与卓越智能制动控制表现。



锚定国家战略，破解行业卡脖子的“柳汽方案”

实现商用车产业链自主化，需突破整车技术，而核心装备与关键零部件自主可控是关键。作为央企代表，东风柳汽锚定国家战略，以技术自立打破外部壁垒，以产业布局应时代需求，在关键领域的突破中彰显国家队的担当。

商用车车架制造依赖数千吨级重型压力机，其核心技术曾长期被德国公司垄断。为此，国家级大师吴柳宁带队，耗时一年攻克5000吨重型压力机平行计算机控制系统难题，经上万次仿真模拟与现场测试，打破技术垄断，铸就乘龙卡车“龙的脊梁”。新系统不仅节约技改费用600多万元，还将滑块平行度提升至 ± 2 毫米，升级车架加工质量，为商用车“关键制造环节自主化”提供范例。



新能源与智能化领域，东风柳汽的布局则展现了场景先行的务实逻辑。不同于乘用车智能化侧重座舱体验，商用车智能化的核心价值在于降本增效，而封闭/半封闭场景(厂区、港口)正是最佳落地场景。其研发的“车-路-云”一体化智能电动物流车，在厂区内实现无安全员常态化运输，累计行驶超2.5万公里、执行任务7000余次零事故，验证了智能商用车在封闭场景的运营可靠性;更值得关注的是，乘龙领航智能辅助驾驶系统在北海铁山港实现国内首次无人与传统集卡混跑。这一突破的意义在于，它打破了无人集卡只能在封闭专属车道运行的限制，真正实现了与现有物流体系的融合，为行业提供了从技术到收益的清晰路径，也为国家“5G+智能驾驶”战略在商用车领域的落地树立了标杆。



全球化布局是东风柳汽践行“双循环”战略的重要抓手。中国商用车出口虽连续多年全球第一，但“大而不强”，海外市场以中低端产品为主，本地化服务弱、交付周期长。东风柳汽“乘风双擎计划”瞄准此痛点，累计投入200亿元，在亚非共建9大海外智能制造基地，组建千人本地化团队，实现4周极速交付，目标2030年海外年销30万辆。通过“智能制造基地+本地化团队”，实现从产品出口到产业出海的升级，既提升中国商用车全球品牌溢价，更推动产业链全球化布局。

从成就用户到社会责任，“柳汽精神”夯实央企底色

商用车“价值”不止于产品，更含对用户的守护与对社会的回馈。东风柳汽秉持“自立自强、创优创新、同心同德、为国为民”企业精神，将社会责任融入发展核心脉络，践行从用户支持到社会贡献的担当，让央企责任可感知、能落地。

助力用户创富是商用车企首要责任。东风柳汽用户服务跳出售后维修传统框架，转向全生命周期价值守护。四川绵阳卡友冯忠刚的案例颇具代表性：2010年购入首台乘龙卡车，到如今车队规模超200台，乘龙卡车“轻量化”优势让每台车年均多赚2万多元；2016年他的车辆在湖北突发故障，东风柳汽第一时间派维修人员到场，还协调备用车接力送货，半天内解决问题，避免每日1.5万元罚款。东风柳汽以“用心成就卡车人”为价值理念，从产品轻量化提收益、故障应急减损失，到金融政策缓资金压力，形成“产品+服务+金融”一体化支撑，让“乘龙行天下 创富赢未来”的口号照进现实。



央企担当，不仅在于成就用户，更在于回馈社会。在这一过程中，东风柳汽走出了一条特色之路：将社会责任与业务深度融合，实现了企业价值与社会价值的同频共振。“望子乘龙”公益计划自2021年启动以来，已全额资助23位卡友子女入读双一流大学，为1488名升学卡友子女提供奖学金。这一举措精准切入了卡友群体“子女教育焦虑”的痛点，用教育帮扶为卡友家庭插上梦想翅膀。



在乡村振兴领域，为帮扶广西十万大山里曾经的贫困县马山县、融水县，东风柳汽不局限于简单给钱给物，而是发挥商用车优势，助力当地产业运输，打通特色农产品物流链路，推动可持续发展。在经营生产中，东风柳汽利用商用车基地屋顶的光伏板年发电量超5000万度，占生产耗电量的65%，污水处理后用于绿化灌溉，将“双碳”责任转化为企业运营成本优势，形成“责任-成本-效益”的正向循环。东风柳汽以实际行动诠释了央企的责任与担当，通过创新举措和资源整合，不仅为用户和社会创造了价值，也为企业的可持续发展奠定了坚实基础。



结语：通过央视直播的深度揭秘，东风柳汽不仅展示出其在商用车智造领域的硬实力，更传递出一家老牌央企坚守以用户为中心、与国家战略同频共振的“柳汽精神”。从制造跃向智造，从柳州走向世界，东风柳汽正以扎实的工艺、前瞻的布局和厚重的责任感，持续发挥国家队的引领作用，为中国汽车工业向全球迈进持续贡献“柳汽力量”。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/233891.html>