

坚守初心 追求极质

山东五征集团有限公司 姜文娟



五征集团成立于 1961 年，如今也将在 2021 年迎来 60 年华诞。我们特别设计了一个 60 周年的企业 LOGO，从左右两个方向来看这个 LOGO（如上图），分别像一辆卡车和一台拖拉机。它也代表了我们过去的几十年中，从一个做农用车、农业机械的公司，逐步转变成了一个商用车、环卫和农业装备的公司的过程。在过去的日子里，我们始终紧抓农村基盘客群，不断深耕农村市场，以“服务农业发展、振兴乡村经济”为己任，明确了“打造百年五征、振兴民族工业”这一支持我们过去持续发展的愿景。

在这一愿景的基础上，我们着眼未来，进一步理清思路，提出了“以平台型解决方案引领物流、环卫、农村生产服务行业发展”这一支撑我们未来 10 年继续发展的愿景，去实现我们从一个传统的产品制造企业向一个提供平台型解决方案企业的转型。

提起农用三轮车，我们的第一反应可能认为这都是低技术含量、面向农村的一个传统产品。但现如今，我们历时 3 年，开发出了改变传统认知的 3MX 迈昂产品，这款产品面向的不仅是过去传统意义上的农民客户，更是面向未来中国乃至全世界的客户。

所以我今天演讲的主题将从一个不同的角度阐述我对质量的理解。我认为，质量是面向于客户的质量，不同阶段、区域、行业的客户需求是不同的，作为主机厂，我们为客户提供产品和服务，一定要从客户出发，从客户未来的需求出发。这样也能避免在日常质量管理时，过分关注数据而忽略了客户真正的需求和关注点。

我们也提出了“打造具备国际领先水平的高质量产品”的质量愿景，提出这一质量愿景的原因是，我们当前的市场已经从国内市场逐步向世界发达国家市场转变。在过去的 10 年里，我们的产品都是出口到非洲、东南亚国家，但是近几年，我们已经开始逐步面向欧洲市场，正向开发搭载新能源技术的 3MX 迈昂产品。同时，在商用车方面，我们也是趋向欧洲标准进行开发。公司新开发的飞碟 W 系列，是国内第一个满足欧洲碰撞法规要求的产品。

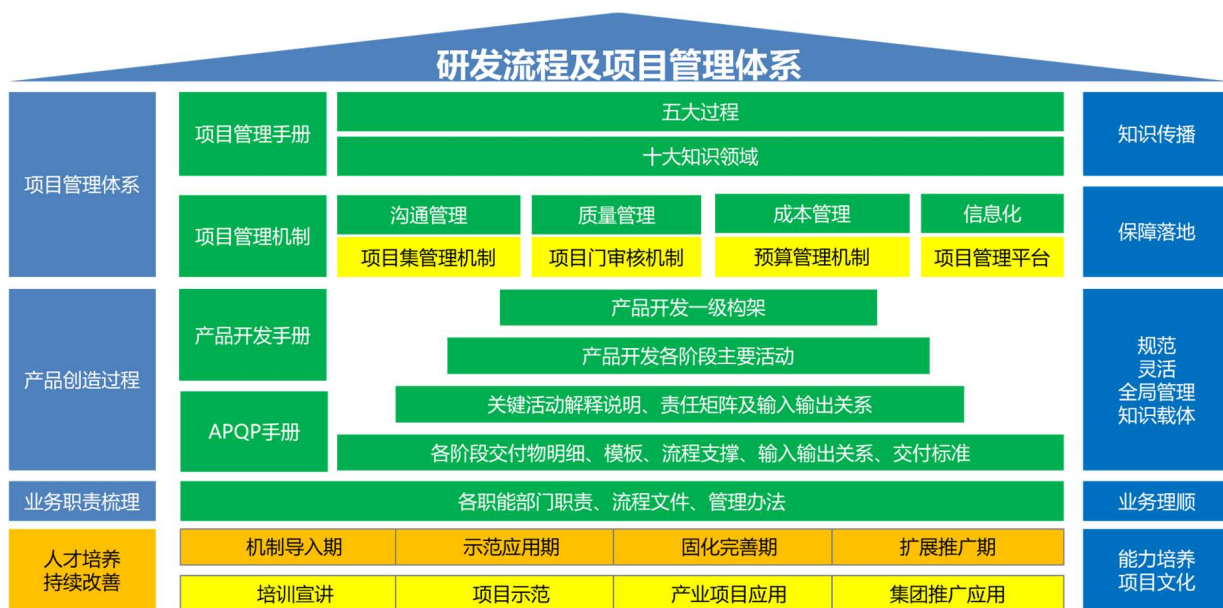
近几年，我们一直在思考如何才能为用户和社会创造更大价值，进而成为一家更有意义的企业。在做产品研发的时候，我们始终认为：产品开发一定要围绕用户的显性和隐性需求，打造出的产品一定是能为用户提供更好作业环境，能让他们更高效工作的。

接下来，我将从全新开发的飞碟 W 系列产品的创造过程入手，和大家做一个分享。

飞碟 W 系列是 2020 年 10 月 31 日刚刚上市发布的产品，这款产品是我们历时 4 年正向开发的高端物流轻卡，在初期预研阶段，我们发现如今的卡车司机在行业时效性要求越来越高的背景下，承受着更大的精神和身体压力，并且也面临着更高的交通事故风险。作为主机厂的我们理应扛起为用户排忧解难的责任。所以，我们提出了“司机第一”理念的同时，也明确了“安全效能卡车”这一产品定位。

有了明确的产品定位，接下来，我们需要做的就是尽全力将高质量的产品呈现在用户面前，真正为用户创造价值。因此，我们在研发、制造、售后服务等方面打破常规，改变原有业务模式，不断提升改进，打造极质产品：

结合行业最佳实践，我们对新产品开发过程进行了流程再造，并导入项目管理机制并与研发流程相融合。并且推行项目门管理，将其作为研发阶段里程碑的“阀门”点，确保产品开发过程中 Q、C、D 等各项目标的达成。



与英国、西班牙、希腊等国际知名的数字化仿真公司合作，在产品研发过程中引入数字化仿真验证设计及可靠性试验试验，奠定了我们数字化研发转型的基础。

同时，为了在投产前更全面的验证产品可靠性，我们建立了可靠性增长试验指标，通过零部件试验、整车试验、三高可靠性环境试验科目，对产品可靠性指标进行监控，保证可靠性增长指标的达成。

按照”中国制造 2025 “规划部署，高起点规划，进行核心制造能力升级。模具制造、车身冲压、焊装、涂装和总装等核心工艺以及车架、后桥、变速箱等关键零部件陆续实现了自动化、智能化、信息化、绿色制造。

伴随智能生产，推动质量在线智能监控，装配关键工位拧紧设备采用联网控制，整车在线调整，确保产品下线合格，涂装工艺参数通过监控系统平台实时监控，过程参数均实现可追溯，加工中心建立在线监测，形成 SPC 控制图报表分析，实时监控，提前发现产品质量问题。

我们在行业内首次提出整车 3 年或 20 万公里超长质保(消耗品、随车附件等除外)，其包含了全车 95%以上的零部件，并且我们承诺质保期内免工时费，为用户切实免除后顾之忧。

我们还提出了“碟式服务”理念，来处理维修保养，配件和产品问题，用户可以通过我们的 APP，400 热线方便地进行沟通，司机在路上遇到问题，一定能在第一时间找到我们，甚至我们会比司机更早监测到问题发生，并且主动联系司机提供帮助。有的时候，司机会说，我们的服务人员已经成为了他在路上的一个家人。

另外，为了更好的满足顾客的体验需求，我们也在探索在未来建立顾客评价中心，在产品销售、交付、使用、售后的所有环节与客户的每一次接触中，分析提炼顾客需求，并转化为内部质量评价项目，以提升客户体验为关注焦点，培养员工的质量评价技能和质量意识。

同时，为了更有效的掌握产品质量，我们建立了 0 公里故障、3mis、6mis 直到 36mis 的产品全生命周期的质量指标监控，现在我们正通过客户评价中心的建设，逐步完善用户信息分析档案，收集所有顾客对产品的感受和问题，从问题严重度、原因、频次进行数据监控趋势分析，有效掌握产品的质量趋势。

坚守为用户创造更大价值的初心，通过一系列高质量产品和真正用心的服务，我们有信心，在未来 10 年里，能够给市场和用户带来更多惊喜的产品，进而给行业带来应有的贡献。