

这是一个太阳下的故事，一个50周年轮回的故事。



时光回溯至1965年10月，支德瑜正式调入二汽建设筹备组，被任命为长春汽车研究所副所长及二汽材料口负责人。彼时，他与中国汽车工业的奠基人饶斌，以及众多二汽建设者们一起，将梦想的种子厚植在鄂西北的崇山峻岭之中，点亮了民族汽车工业的星星之火。

支德瑜在日后回忆中讲道：“当时凭空筹建这样一个大厂，任务真是无比艰巨。新中国尚处在国际封锁之下，二汽除了产品毫无着落外，还要去三线基础设施空缺的贫困山区落地生根。那里根本不存在一个稍有物质雏形可以利用作为二汽萌芽的落脚点。”

没有物质雏形可以落脚，支德瑜和同代人所凭借的不过是纯粹的信仰。这种纯粹，既脱胎于人人心系民族命运的特殊年代，也扎根于布局国防工业强国的深刻现实，更表现为一代技术工作者的奉献和奋斗。“当时我已经42岁了，但一想到要筹建这样一个汽车厂，老死前还可以干出点事业来，这样的生活是多么有味道啊！”

与他们一起投入二汽建设的还有从湖北、陕西等地调集的数万名建设者和从各地汽

车企业调集的技术人员，他们开始在十堰这个不名一文的小山镇，“全部工业实力只有一个打铁铺”的现实困难下，建造起了后来的中国四大汽车集团之一。从“无”到“有”建设二汽，被支德瑜形容为“变戏法”。

虽然年过九旬，时间也静静流淌了五十年，但支老对当时艰苦创业的场景仍然难以忘怀。“十堰最初没有多少人居住，唯一成样子的就是十堰的老街，只有几十户人家。根本没有砖头做的房子，十堰只有筒瓦，有土窑可以烧制，所有的房子屋顶都是草的，没有砖墙的。”



在东风汽车有限公司（下称：东风有限）成立之后，东风商用车公司（从东风有限剥离后更名为“东风商用车有限公司”）全面导入日产“同期生产方式”，在日产的NPW（日生产方式）体系中，基本思想就是以质量为中心，彻底杜绝浪费。东风商用车结合自身特点，选择性沿用，构建名为DCPW的生产方式。

经过八年多的推广与引用，东风商用车同期化生产水平稳步提高。在日产全球范围来看，其水平仅低于东风日产乘用车公司，达到国内第二。同时也是在这样的生产体系之下，劳模班组王涛班成了东风商用车演绎之下的全新形态。

为了更快的发展，双飞燕需要翱翔于更广阔的蓝天。1984年，东风走出崇山峻岭，

踏上了襄阳的沃土。

朝阳·古城

早上7点半，住在神龙路上的孙师傅已经收拾好行头，骑上略显破旧的电瓶车，准备前往3公里之外的东风日产襄阳工厂。工厂是8点半开工，之所以要提前一个小时出发，是因为他还要到马路对面那家常去的牛肉面馆过个早。

早上要吃一碗牛肉面的习惯，孙师傅也不知道是什么时候养成的。只记得30年前，他刚从乡下来到襄阳时，一无所有，吃饭都成问题，油坊岗这一大片地方还只是一片荒草地，萧索而荒凉。



不仅是襄阳，孙师傅对他再熟悉不过的东风日产襄阳工厂也是如数家珍。“有的时候，真的不得不佩服日本人的本事。”孙师傅在工厂的这些年里，眼看着东风日产襄阳工厂从一个单一的车型制造工厂，发展成为东风日产天籁、楼兰、奇骏、东风英菲尼迪QX50等车型共线生产的重要制造基地，这样的变化在他看来确实有点不可思议。

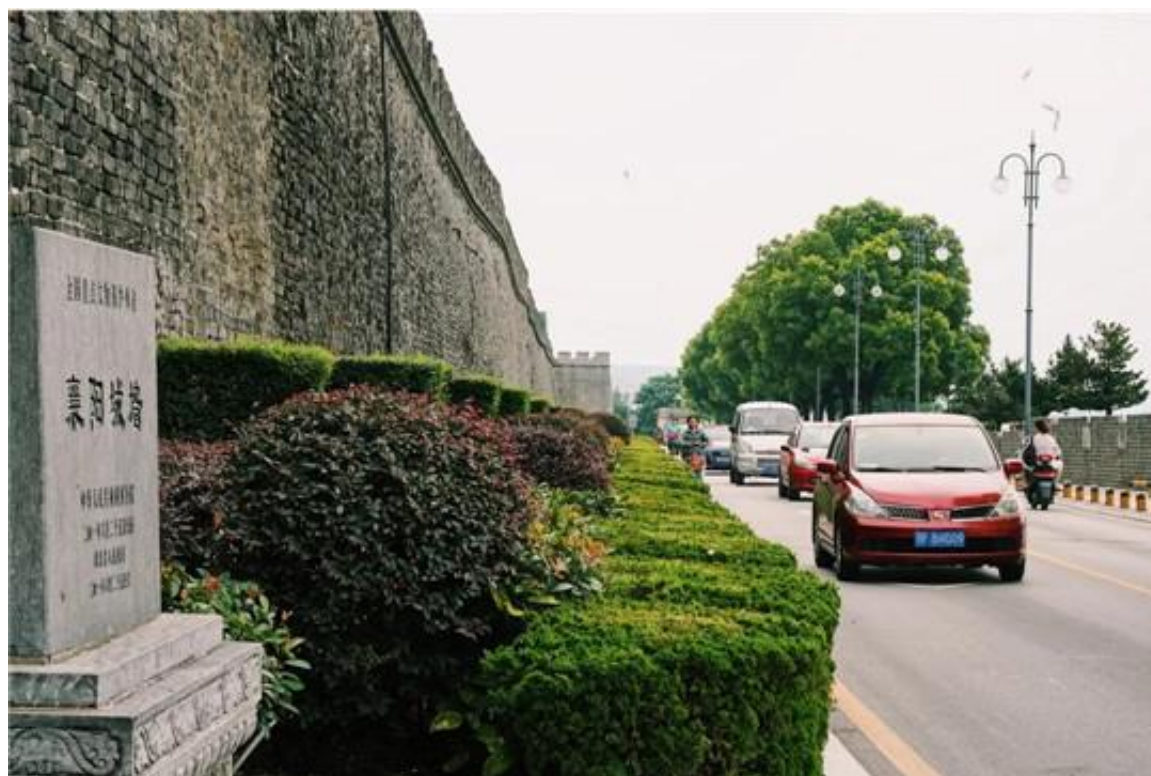
“之前厂子里就造一款车型，生产采购都按流程来就行，后来逐渐厂里需要生产的车型越来越多，产能规划一下子从13万辆增长到25万辆，这对我们流水线作业产生

了很大影响。后来，逐渐从日产那边学来了APW的生产方式，改进优化过后，厂里从采购到销售整体上要顺畅很多，竞争力和收益力一下子就上去了。”

在孙师傅看来，从NPW（日产生产方式）基础上，融合SPR（雷诺生产系统）核心理念和标准工具，并加以改进产生的APW生产方式是他这么多年里最佩服日产的地方。用他的话来说就是，“他们能用一套理论把工厂里那么复杂的生产流程安排得井井有条，真的是很了不起的一件事。”

看着东风日产襄阳工厂高端品牌的一步步发展，不仅成为了襄阳的城市名片，更为襄阳带来了百亿元的净产值增长，为襄阳的汽车产业转型升级打下坚实的基础。这着实让孙师傅的成就感油然而生，“这辈子算是没白活嘛，也算为国家贡献了自己的绵薄之力吧。”

东风日产襄阳工厂2公里之外的襄阳达安试车场中，与孙师傅一样，王盛几乎也是看着襄阳的汽车产业一点点繁荣起来的。只是，他一直是在襄阳试车场中工作，今年已经是他在这里的第30个年头。



不过好在，试车场的整体检测能力伴随着襄阳汽车产业的不断优化升级，也完成了高集中度、前瞻性、专业化的技术突破。当年，原二汽厂长黄正夏义无反顾地建设

试车场，力排众议时曾说：“整个试车场建设花了1.2亿，我们是用大投资换取高质量。试车场的建设也反映出我们要建成大汽车集团的决心、勇气和绝不退后的韧性。”

现在，黄正夏的坚持得到了历史的肯定。襄阳试车场不仅为东风提供了高质量的产品保障，也为襄阳树立起技术先进的精神形象，使它成为一代襄阳人心目中现代化的标志性建筑。可以这么说，这所随着襄阳的工业振兴而发展起来的试车场，在某种程度上代表着襄阳技术先进性的高度。

目前，襄阳试车场在原有一期、二期工程的基础上，新投资40亿元扩建三期、四期工程。其中三期扩建工程计划投资16亿元，新征地1134亩；四期扩建工程计划投资24亿元，新征地1629亩。

全部建成后，襄阳试车厂道路总长度将达到90公里，场地试验能力将覆盖乘用车、商用车、军车、专用车全系列车型，并建成封闭的智能网联汽车试验场，进一步加强检测实力。

“此前丰田高管在参观襄阳试车场时，曾感叹地说这是他见过的全球最先进的试车场之一，而毫无疑问，现在试车厂已经更加先进。”王盛对于目前试车场的技术实力信心十足。

“它不仅能够做到车市车型全覆盖，并且新建的四期商用车检测项目，包括直线性能路、模拟高速、220M动态广场、低附着性能路、智能生态小镇等已经启动，用于L3级别自动驾驶的测试场景也已经有65个投入使用，未来还将修建140个场景。”这一系列的领先实力都在讲述着襄阳这座因东风而催生出的新车城鲜活的生命活力。

谈到试车场，王盛仿佛有说不完的话。确实，30年来，他几乎是与试车场共同成长的。如今，他怀着既失落又欣慰的矛盾心理，感受着自己的逐渐老去，也感受着试车场一次次的新生。



亲历过二汽的艰难成长期、“军转民”的战略调整和东风军车事业的腾飞期之后，黄松格外珍惜现在的一切：2011年东风猛士车型项目完成之后，“猛士之父”就开始了东风猛士的电动化项目。这一项目中电动技术“军转民”后，将为东风的“五化”发展提供有力的支撑，一如30多年前东风商用车“军转民”技术革新浪潮时的发展路径一样。

黄松认为：“轮毂电机是汽车驱动技术的一次革新，东风一定要参与到其中去。”军车项目在研发上的高投入比民用车项目更容易取得技术突破，从而更快地获得技术上的优势。这些优势的积累终将推动民用技术的进步。

威廉·巴特勒·叶芝在向爱人表达忠贞不渝的爱慕之情时，写下《当你老了》这首情感真切但略显残酷的诗篇。对于黄松来讲，以古稀之年坚守在他钟爱的汽车岗位上尽他所能则是他之所往。



边宁表示，智能网联的整个产品链很长，业务涵盖范围非常广，是一个跨专业、跨学科、高集成的领域，东风一直保持着开放的心态，积极转型。

最能体现边宁团队智能网联技术团队工作成果的产品，是将在今年9月上市的东风风神奕炫。这款车将搭载东风与华为合作开发的WindLink系统全新4.0版本，并将首次搭载东风自主研发的L2 Plus级自动驾驶辅助系统。

相较于国潮家轿奕炫即将呈现的智能化，东风商用车技术中心所做的工作就显得低调不少。这里同样有一位80后技术骨干——东风商用车技术中心电控开发部副部长张衡。

初见张衡，光头、络腮胡，与技术人员的形象似乎不太相像，倒与硬汉卡车司机颇有几分相似之处。仅凭第一印象，你很难把他与“清华大学汽车工程专业毕业，拥有本科和硕士学位”划上对等号。一旦与张衡开始对话，你会发现他言语间富有逻辑且慢条斯理，最大的兴趣爱好居然是传统的戏剧，河北梆子。

已在东风商用车技术中心工作了15个年头的张衡，最佩服的是这里的工程师们“从无到有”的创造过程：“说起来很简单，大家看到的这个车就是这样用起来了，好用，不好用，各种各样的评价都来了，但是从无到有，从一张空白的纸到做成现在这个样子，这是最难，最值得人佩服的”。东风商用车技术中心从设立之初，就坚持“预研一代、开发一代、改进一代”的研发思路，一直保持着商用车技术积累上

的优势。



核心领域的突破需要积累，而面向未来的“五化”方面，商用车因其特有的使用场景，在智能化应用和无人驾驶应用上拥有特定的优势。例如自动驾驶中的车队列队技术项目，就已经由东风商用车牵头，与中国移动等合作伙伴一起开始着手建立行业标准。据张衡介绍，商用车在自动驾驶技术开发上，与乘用车的开发逻辑存在一定的差异：“我们的车更大，车与车之间需要交互的信息以及路况信息不同，我们的车面临的工况更复杂，我们会去矿区，会去轿车不去的地方。”

江城武汉，诉说着东风一路向东的心路历程，而远在1000公里之外的广州，也在诉说着东风故事。

正午·商都

午饭时间12点钟，广州花都东风日产的办公大楼里，灯光暗了下来，窗帘也放了下来，一个又一个原本忙碌的身影，或趴在办公桌上，或躺在躺椅上休息了起来。

或许你不曾想到，作为汽车圈最勤快的东风日产，还有集体午睡的习惯，就像很多人无法将悠闲的早茶同“千年商都”联系起来一样。事实上，正是因为早茶悠闲才成就了如今商业繁荣的广州，在早茶诞生之初，人们除了在茶馆里聚朋会友之外，最

重要的就是进行信息交换、倾谈生意，这为广州成为千年商城奠定了基础。

从早期海上丝绸之路的起点，到清末广州十三行的兴盛，再到改革开放期间白天鹅宾馆，中国第一个五星级宾馆的开业，广州作为近代中国开放的南大门，时时刻刻都走在时代的最前沿，这样一个开放的城市，不仅为贸易的兴盛培育了肥沃的土壤，也为东风公司在广州的发展留下了独特的印记。



在东风日产经营管理总部副总部长兼人事总务部部长郑乐华看来：“企业的竞争在本质上是人才的竞争，人才的差距决定着企业的差距。”基于这样的基本认识，东风日产一边努力践行共创价值、共谋福祉的企业使命，一边不断完善人力资源运营机制，打造公平公正、畅通有效的员工发展平台，提供更多的工作空间和机会，通过事业成功让员工获得精神满足和人生快乐。

如果说东风日产内部良好的企业文化为人的发展和企业的进步提供了动力，那么坚持做事文化的东风南方，就是东风日产能够均衡发展的稳定器。在东风南方总经理潘成政看来，“东风南方在销量贡献、专营店营销维稳、管理模式与营销经验输出三个方面发挥了积极作用，也就是‘南方人’常挂在嘴边的汽车营销主力军、网络维稳消防队、管理创新试验田。”

相对于在管理创新上不断摸索的东风南方，东风启辰在新兴市场的探索，也充分展示出了自己的活力。这个脱胎于东风日产的年轻品牌，不仅承接了东风日产的研发制造能力，还紧随诸多年轻消费者的需求，在车身设计和智能化领域实现了突破。

自2015年开始发布智慧车管家开始，东风启辰便开启了对车载互联的探索，此后，又先后与高德、科大讯飞达成了战略合作，并于去年11月正式推出了业内首个实现车家互控的智能SUV——启辰T60，实现了“中国汽车大脑”的再度进化。

相对于智能化的突破，东风启辰在造型设计上的造诣也有自己的独特之处。早在2016年，东风启辰在花都的造型中心便已经正式启动，去年4月，东风启辰在上海的前瞻设计中心也正式投入使用。不单单是启用造型中心，东风启辰还广泛招纳设计人才，今年1月刚刚加入造型中心的王英杰便是其中一位。



在十堰，或许只有这个地方有如此魔力，能让所有食客融洽地仿若一家人聚餐。原来，这里是一个二汽文化主题餐厅。过来吃饭的人，多多少少都与二汽有一定的关系，王老就是这样的一个人，他在二汽干了一辈子，现在退休了，只有在这里才能找回过去的归属感。

餐馆里，带着沙砾感的水泥墙上的黑板，书写着工工整整的板报，正红色画报字体口号随处可见，老式军用水壶、“为人民服务”帆布袋安安静静地挂在角落，挨着

二汽车模摆放的双喇叭收录机，放着太平洋乐队的《美妙的生活》……

这座城市变了。

马灯没有了，芦席棚、干打垒也几乎绝迹，取而代之的是城市的霓虹。老一辈十堰人或许需要宴遇1969这样的时光机器，盛放那无处安放的情怀，寻找当初的故事。

偶尔，如果有张陌生面孔带着好奇的双眸，新奇地打探着餐馆里的种种陈列，拍照留念。王老多半会以一种莫名的主人翁身份与来人搭讪两句，脸上似乎刻意在隐藏那溢于言表的骄傲感，但嘴里已经开始炫耀起对东风的熟悉，桩桩件件，如数家珍。

这座城市也没有变。

这里仍然有许多老一代东风人，向自己的子孙讲述过去艰苦创业的故事。而他们有不少也继承了父辈的衣钵，在东风继续奋斗。

住在车城西路63号的支老，由于年龄大了，已经很少出门，外面的巨变或许不能看全，但对于东风、对于十堰的感情一直没变。“我在十堰已经半个多世纪，子女也在十堰，现在都过60岁了，我也愿意在十堰能够住下来，我的子女都在十堰工作，那么我就在十堰养老，我觉得十堰也挺好。”