

挺进2020

落实干部大会精神

转变观念争“向上”，善作善成多“实干”

本报记者 吴琼

听完党委书记、董事长陈虹和党委副书记、总裁王晓秋在2020年上汽集团干部大会上的报告后，与会者无不感受到转变观念的重要性紧迫性。会后，不少企业已经迫不及待地“撸起袖子加油干”，奔跑在转型路上。

与会老干部们也反响热烈，他们特别赞同陈虹对“变与不变”的分析，认为这为今后工作开展指明了方向。并殷切希望集团上下增强必胜信念，坚守初心，善作善成，保持上汽的全国领先地位，再创新辉煌。

“软硬件一体化” 助力品牌向上

汽车产业正在进入软件定义汽车的“软硬件一体化”时代，这既是一场变革，更是一次机会，上汽看到且抓住了这个难得的机会。

在多年的自主研发中，上汽捷能发现软件是一个绕不开的坎，没有软件就无法完成硬件的开发验证。“当软件能力往前走一步，就会

去提升硬件能力；当做出更高水平的硬件产品后，我们再用软件做标定、调试，软硬互为促进。”上汽集团副总工程师、上汽技术中心副主任、捷能公司总经理朱军说，“上汽捷能已经基本形成了软硬结合的拼图，掌握了核心技术。在部分领域，上汽捷能的控制技术已经不再局限于车辆本身，而是通过人工智能让车变得更‘聪明’。”

软硬件一体化，带给汽车零部件企业的是“危”也是“机”。“我们要尽早参与整车下一代电子电器架构的开发，从一两个主要硬件模块切入。同时，我们要改变传统思维，将核心 Know-how 通过软件产品的形式来进行销售。”华域汽车技术中心主任郭剑鹰说，“另外，传统业务也需要提高技术、成本、质量竞争力，努力进入豪华车等高端市场，提高盈利能力。”

华域视觉副总经理敖锦龙则表示，“华域视觉一直紧紧围绕集团‘新四化’战略创新要求，以车灯的数字化和智能感知化作为主战场。”据悉，华域视觉已在充分调研的基础上，预先判断未来

五年市场的突破，并结合公司发展方向，做好未来产品的研发布局。

“体验品质化” 助力服务向上

移动出行和服务事业部肩负着上汽集团移动出行平台战略发展的任务。陈虹强调，移动出行服务要坚持“专而精”的差异化打法；要依靠高品质、差异化的创新业务来应对网约车“一超多强”的竞争格局；要聚焦“长三角一体化”，稳步推进享道出行和车享家的业务布局，加快形成区域性优势。

移动出行和服务事业部业务运营管理高级总监孔峰深入学习大会精神后表示：“我们将加快调整发展理念和发展逻辑，认真研究未来形势。‘变’的是，移动出行业务要主动开发高品质服务，实现‘体验品质化’转变；及时改变过去‘只重数量，不重质量’的粗放式业务拓展模式，实现‘管理精细化’转变；依靠业务创新抢占市场，实现‘产品差异化’转变。‘不变’的是，我们将继续坚持业务求精、服务

求新、协同求和、工作求实，为早日打造出一套体系化发展的新模式加大作为。”

激发青年员工实干精神

在干部大会上，陈虹反复强调，要抓好开局。上汽多家企业的团组织已经紧锣密鼓地行动起来，青年员工的创新活力和实干精神正在被层层激发。

上汽投资团支部书记刘杰表示：“上汽投资团支部将在公司党政领导带领下，发挥好联系和引导青年员工的抓手作用，开展符合青年特点的教育活动，并借助新媒体的传播优势传递青年心声，做好思想引领聚人心；协同多方资源，为青年员工提供培训学习、外部交流的机会和资源，助力成长谋长远。”

延锋公司团委副书记王文通表示：“作为一名团组织干部，不仅要认清公司创新转型发展的重要性，加强“冬锻”，更要做好一名挥旗手，汇聚青年智慧，带领青年们拧成一股绳，鼓足干劲，为上汽谱写高质量发展新篇章做出贡献。”

汽车工程学会学术年会举行

2019年12月26日，上海市汽车工程学会在上汽集团培训中心举行2019年学术年会，会议表彰了2019年学会优秀论文、入围论文和论文征集优秀组织者，以及CAD/CAE竞赛获奖者，上海市汽车工程学会理事长、上汽集团副总裁祖似杰到会致辞，上海市汽车工程学会秘书长梁元聪作2019年学会工作总结报告。

祖似杰在致辞中指出，当前汽车产业的一个特征就是新技术的融合创新。汽车已经成为通信、芯片、软件等行业新技术

的载体。新能源汽车、智能网联汽车技术的发展离不开跨界知识信息的互通与协作。这就对传统汽车行业提出了更高的要求，即需要具备跨界的合作能力、跨界的知识结构、跨界的信息渠道、跨界的交流平台。而学会恰恰是这样一个能够汇聚多方资源的平台。他鼓励广大会员积极建言献策、努力践行，通过学会这个平台，共同推进上海汽车产业的发展，为进一步打响“上海制造”品牌做出贡献。

（施忠道）

抓市场、保稳定，抓机遇、拓新品

南京依维柯部署2020年工作

本报记者 李修惠

1月6日，“同心同创2020——2020年南京依维柯商务年会”在南京举行。南京依维柯汽车有限公司常务副总经理于琼根、上汽集团商用车事业部副总经理杨汉琳、南京依维柯汽车有限公司总经理 Federico Bullo 等出席会议。会上，依维柯欧胜30周年纪念版发布，快运型售价为168888元，全能型售价为169999元。

本次会议对南京依维柯2019年的工作成绩作了总结，并就2020年的工作

任务与下一阶段的发展方向展开部署。2019年，依维柯欧胜系列的销量同比增长401.8%，8AT车型销量同比增长1658%。2020年，南京依维柯的年度销售目标为28500辆。公司将激活存量、探索增量，运用优质产品、缤纷活动、高效传播、精准零售、数字建设、行业攻坚、KOL口碑和生态圈等武器，通过商务政策固本、网络赋能强化、金融支持扩大、交付周期缩短和服务提升周全等措施，与所有合作伙伴一起努力，达成销售目标。

挑战销售7.2万辆、市场占有率7%目标

上汽红岩新年交出“实干”清单

本报记者 严瑶

“希望上汽红岩用三年时间完成从6万辆到10万辆规模的升级。”上汽集团副总裁、上汽红岩董事长蓝青松开年即给出挑战目标。要完成这一任务，上汽红岩团队等不起、慢不得，必须快速成长、突破瓶颈，提升体系能力。

“下沉！再下沉”

从全局看，如今中国重卡市场正在加快向头部企业聚集，前5家重卡企业销量占到了全国总销量的80%左右。而上汽红岩现在处于全国第六的位置。

在汽车行业“新四化”趋势下，如何抓住机遇、发力破局，真正说到做到？上汽红岩总经理楼建平坦言：“已经到了不破不立的时候，



我们只有正视自己，才能更好地前行。对上汽红岩来说，当下‘不变’的是为客户服务的初心，而必须‘变’的是人的思维。”

相比两年前，上汽红岩虽已走出“生死边缘”，但在2020年开年营销大会上，压力感与紧迫感依旧浓重。“下沉！再下沉”是楼建平说得最多的话语。尤其是“渠道下沉”，楼建平列出了四大要点：经销网络下沉到客户；公路车网络重点发展；西南、中原网络整顿；经销商

红黄牌管理。

提升能力，再战“777”

去年，上汽红岩累计销售重卡58077辆，同比小幅增长，市场份额约占5%，三大车型市场份额持续提升，进一步缩小了与行业前端企业的差距。

“虽然2019年完成了董事会的规定动作，但是我们离自己设定的‘777’目标还有差距。”楼建平说。今年，上汽红岩将再次挑战“777”，即要实现“销售7万辆、市场

占有率7%、发力7大重点方向”的整体目标。

再战“777”，需要双倍的决心和勇气。在会上，蓝青松反复强调，上汽红岩要加快提升企业“竞争力”。

同时，上汽也将给予上汽红岩一个资源优势，“上汽商用车技术中心将派出100多名技术工程师与上汽红岩一起进行重卡产品的技术开发，并加快体系能力的提升。”

“销售一代、开发一代、预研一代”成为上汽红岩今年的产品战略。今年上汽红岩也将投放更多新品。根据目标规划，上汽红岩将在区域市场和海外市场再上一个新台阶：国内市场将销售重卡69000辆；海外市场目标为翻三番，达到3000辆。

同时，上汽红岩将以更多的金融措施，给予经销商和客户更大的支持。

上海市企业管理现代化创新成果揭晓

上汽通用智能仓储项目获一等奖

近日，上海市企业管理现代化创新成果奖评比结果揭晓，上汽通用汽车的一体化智能仓储管理实践——陇桥路生产准备车间项目从全市各行业选送的195个项目中脱颖而出，获得一等奖。

上海市企业管理现代化创新成果奖由上海市国资委、上海市经信委设立并授权上海市企业管理现代化创新成果评审委员会组织评审工作，旨在提高企业自主创新能力，全面提升企业管理现代化水平。

上汽通用陇桥路生产准备车间占地面积131800平方米，集成了零部件仓储配送和整车仓储功能，通过整体布局与开发一系列数字化平台，大幅提升了运输规划、运输跟踪、入厂车辆调度等运行效率。

同时，陇桥路生产准备车间全面覆盖的数字化手段无缝衔接仓储业务自动化运作，实现了自动收发、自动分拣、自动排序、自动驳运，覆盖仓储全业务链。

（钟懿）