

## 上柴股份农机市场销量同比翻两番

# 奋战一线,走到田间地头去

首席记者 阮希琼  
本报通讯员 刘宾

正值秋收的季节,大江南北的田野间,农民操控着各类农机昼夜忙碌。一群特殊的身影活跃在其中,他们是上柴股份的服务人员。

为了保障农机服务,多名上柴服务人员放弃休假,以确保大量配套秋收农机的上柴发动机高效运行,助力秋收平稳推进。

在这个收获的季节,上柴动力也传来了喜讯。今年10月,上柴在农机细分市场实现1196台的销量,同比增长4.6倍。1-10月,上柴农机累计销量达到了8726台,同比增长155%,增幅进一步放大。

### 精耕细作“自留地”

在上柴的规划中,除了要为上汽客户服务,努力成为上汽商用车板块的动力基地,耕耘好“责任田”外,还要在新的业务领域积极探索,进一步开发“自留地”,以拖拉机、收割机为主要产品的农机市场便是其中之一。

但耕耘好这份“自留地”并不容易。

“一个月要跑十几家主机厂,不是见客户,就是在见客户的路上。”上柴的一



名营销老将董金标回忆起刚做农机市场的那段日子,颇为感慨,他十分珍惜每一次与客户的会面与交谈,这能让“嗅觉敏锐”的他判断出哪里能开花结果。

不仅要服务客户,还要与农民交朋友。“和农民伯伯多聊聊能收获很多,能知道市场到底需要怎样的产品。”营销总监王超说,他习惯带领着上柴农机营销团队来到乡村田野间,倾听一线的声音。

“做好农机市场既要勤劳,又要精细化。从主机厂产品意向书到样机标定、从市场推广到售后保障服务、从持续改进到配件供给等环节缺一不可。”上柴相关负责人说,“虽然难,但我们确实有了收获。今年前10个月同比增长幅度超过150%,这还是建立在过去几

年连续实现年均40%以上高速增长的基础上取得的,我们抓住了机会。”

### 产品升级,上柴“三兄弟”恰逢其时

当然,支撑起这份“自留地”市场的,不仅是优质的服务,更是产品的升级。

纵观整个国内农机市场,从2005年开始进入机械化快速增长期,经过10年快速发展,2015年达到年销售96846台的历史高点,市场趋于饱和。这也是农机市场升级换代的调整期,大功率、高可靠性、优良服务等成为农用动力迫不及待的新要求、新趋势。

在机会面前,上柴果断布局,集中研发、应用、市场等各种资源,率先和农机头部企业建立配套关系,主

打大功率收割机、拖拉机市场。通过三年时间的努力,上柴形成了H、D、E系列“三兄弟”联袂出击的态势,与数十家农机企业密切合作。2019年,公司又从管理机制上调动农机团队的积极性,并授予该团队“总经理贡献奖”,鼓励他们乘势而上,再创佳绩。

今年以来,上柴“三兄弟”的产品力进一步凸显。在“三兄弟”中,名气最响的D系列是农机领域的“动力明星”,广泛应用于大中型农机设备,可靠性高、口碑佳;“大块头”E系列是重型农机设备的理想选择,力气大、技术新是它的标签;主打118-147kW的H系列是中小型农机的理想“心脏”,个头虽小,但爆发力强、皮实耐用,并根据农机应用场景进行了多项优化,前途不可限量。

“田家少闲月。在接下来的日子里,上柴动力将时刻准备,为农机领域提供一如既往的动力支持。”上柴农机团队相关负责人说。前不久,在2020第八届中国农机高端论坛期间,上柴捧回“金禾奖”“杰出服务团队”“优秀供应商”等多项重要荣誉。

一份耕耘一份收获,上柴的“自留地”正绽放出迷人的希望之花。

## 宝骏E100、E200荣登中国新能源汽车A00级市场满意度指数榜首

近日,中国质量协会发布了“2020年中国新能源汽车行业用户满意度指数(NEV-CACSI)”测评结果。上汽通用五菱旗下的宝骏E100、E200两款车型,以78分的优异成绩在A00级新能源汽车用户满意度中排名第一。

近年来,随着城市化进程、消费升级的节奏加快,人们面临的城市交通拥堵、停车难、代步出行成本高等问题愈发明显。为此,人们急需一辆全面

解决代步出行痛点的新型车辆。在需求驱动下,宝骏新能源以用户需求为导向,率先推出宝骏E100、E200小型新能源汽车。这两款车凭借车身小巧、操控便捷、方便实惠等优势,迅速俘获城市用户的心。上市至今,宝骏E100、E200销量持续飙升,推动宝骏新能源汽车销量累计突破12万辆,多次蝉联国内新能源汽车细分市场月度销量冠军。

(王静)

## CTCC圆满收官,张臻东卫冕车手杯年度总冠军



见习记者 周小迪

11月1日,2020 CTCC中国汽车场地职业联赛的收官之战在江苏万驰国际赛车场激情上演。上汽大众333车队发挥稳健,经过两个回合的激烈争夺,张臻东在关键时刻不负众望,一举夺得2020 CTCC车手杯年度总冠军,成为当之无愧的“四冠王”!

“从2010年‘青训’开始,我加入了上汽大众333车队,到现在已经有10年的时间。能在这个特殊的年份收获自己的第四

个年度冠军,对我来说意义非常大。当然,这份荣誉的获得也离不开整个车队成员齐心协力的支持,队友们给了我非常多的帮助。”赛后,张臻东说。

决定年度总冠军归属的第二回合正赛非常具有戏剧性,积分榜上暂列前三名的车手均有机会拿下年度冠军头衔。在经历了对手发车失误、安全车领跑和队友赛车出现故障等一系列状况后,张臻东最终摘得超级杯车手年度总冠军。至此,跌宕起伏的2020 CTCC中国汽车场地职业联赛落下帷幕。

## 2020汽车产业数字化论坛落幕

首席记者 李修惠

近日,由彩虹无线(北京)新技术有限公司发起的“2020汽车产业数字化论坛”在浙江省长兴县召开。此次论坛以“智慧升级,数驱创新”为主题,聚集汽车行业内企业,与政府官员和学者开展对话,探讨中国智能汽车产业数字化进程和经验,以期形成建设性的共识。

彩虹无线是一家前装车联网大数据服务运营

商,曾获得上汽集团5000万元的战略投资,与上汽在数据采集系统方面达成合作。

论坛上,备受关注的是彩虹无线与长兴金控举行的签约仪式,正式公布彩虹无线获得由长兴金控领投,老股东跟投的1.5亿元C轮融资。彩虹无线凭借多年来在汽车数字化领域专注深耕的经验和成果,与长兴当地的汽车产业集群化优势必将形成互补,实现协同共赢。

## 南京依维柯实现销量“七连涨”

### “硬核实力”造就口碑、订单双丰收

“我开依维柯差不多有20年了,今年4月新买的这辆欧胜已经是我开的第三辆依维柯了,都是在同一家4S店买的。”西安用户张少进对南京依维柯周全、贴心的服务费不赘口,“我去店里选车、购车、做保养的时候,对依维柯服务最深的感受就是热情、周到、精细。车辆轮胎、线路、油路每次都得到了全方位的检查和维护,我真的很满意。”

迈入10月,南京依维柯销售势头强盛,实现口碑订单双丰收。据了解,南京依维柯10月销量同比增长

13.3%,实现强势七连涨。其中,依维柯新得意同比增长18.9%,依维柯欧胜同比增长8.7%。

南京依维柯之所以屡创销售佳绩,除了离不开硬核产品力外,持续强化服务质量,提升用户体验感也是其重要的制胜法宝。“近几年里,南京依维柯以用户为中心,率先在行业内推出‘温馨360’服务体系,经过不断地发展和完善,现已覆盖全国31个省市、自治区、直辖市的367家授权服务商网点和大约300辆服务动车,为消费者提供快速、高效的360度全



方位服务。”南京依维柯相关负责人介绍。

此外,在改装领域,依维柯专业底盘凭借无可匹敌的改装优势,赢得了广大用户的青睐,“选房车先选好底

盘,好底盘首选依维柯”也早已成为行业共识。在10月举办的北京房车博览会上,依维柯房车更是独领风骚,掀起了销售热潮,成交数超过140辆。(维宣)