

# 今年以来销量累计增长38%，上汽红岩发布历时三年打造的新一代重卡

## 品牌焕新 产品换芯 用户欢欣

本报记者 严瑶

11月17日，华灯初上，上汽集团刚刚冠名的上汽浦东足球场宛如一只巨大的“白瓷碗”，晶莹剔透。上汽红岩全新品牌战略在此闪亮发布。同时，第六代重卡产品登场亮相。

上汽集团总裁王晓秋，上汽集团副总裁、上汽红岩董事长蓝青松亲临发布会现场，并为上汽红岩品牌新LOGO揭幕。

### “中国力量”引领品牌焕新

当晚，“上汽红岩，中国力量”八个有力的大字出现在大屏幕上，给人一种强烈的视觉冲击。这是上汽红岩发布的全新品牌价值观。

回顾历史，上汽红岩实现了跨越式增长，从“站起来”到“跑起来”，红岩人以势不可挡的“红岩精神”创造了“红岩速度”。今年是上汽红岩在商用车行业深耕的第55年，企业凭借扎实的技术和值得信赖的产品实现销量连番上涨，截至10月，重卡累计销售6.49万辆，同比增长38%。

上汽红岩总经理楼建平在发布会现场表示，“我们将紧紧围绕‘中国力量’这个品牌核心，朝着‘新能源化、智能化、网联化、定制化’的方向创新引领，以信得过的技术、安全可靠的产品，成为客户和行业有温度、可信赖、有实力的合作伙伴。”

记者注意到，新车上的



红岩LOGO已经发生了变化。新LOGO延续“hy”字母元素，由圆角设计创新演变为直角设计，彰显了坚韧、刚毅的产品特质和品牌性格，诠释出蓬勃向上的中国力量内涵。

“面对即将到来的‘十四五’，在新一轮科技革命和产业变革加速兴起的机遇下，上汽红岩更要乘胜而上‘飞起来’，成为市场高效运输解决方案提供者，迈入重卡第一阵营。”楼建平说。

### 造用户需要的重卡

“用户究竟想要得到一辆什么样的重卡”这个问题盘旋于上汽领导层的脑海中，是帮助用户实现更低运营成本，还是更安全，又或是更智能？上汽红岩第六代重卡给出了答案：“上汽用了3年时间，结合中国司机的驾驶习惯，投资7亿元开发了新车型，就是希望能最大限度地满足用户需求。”楼建平说。

伴随消费升级，用户既希望重卡能帮助自己赚钱，

又希望驾乘更舒适。比如，中国卡车司机很多吃住在车上，因而需要有舒适性较高的驾驶室。“为此，我们打造了拥有行业内最大宽度1050毫米的大卧铺，为用户提供了一个宽大、舒适的休息空间。”上汽集团副总工程师郝景贤说。

与以往发布单一产品不同，此次上汽红岩第六代重卡带来行业最全能源组合：除传统燃油发动机和LNG发动机之外，新产品系列还包括了混动版、纯电版、氢燃料版。“第六代上汽红岩重卡新产品从外部造型到驾驶室设计，全部由上汽商用车技术中心打造，是100%的上汽自主产品。”楼建平表示，“明年，这一系列的新产品将正式上市。”

### 软件时代构建差异化硬实力

在发布会召开前，上汽红岩在临港智能驾驶测试基地为媒体记者们提供了一场智能驾驶体验。“没想到红岩

的重卡可以这么智能，未来恐怕真的不需要司机了。”有媒体记者在乘坐5G+L4级自动驾驶重卡后感慨。

2年前，在洋山港智能重卡项目中，上汽集团以上汽红岩重卡为基础，融入5G+V2X的L4级自动驾驶技术，为人工智能和交通强国提供了实战案例。如今，L4级自动驾驶技术正逐步运用到第六代重卡产品中。“我们希望它不仅仅是一辆重卡，在智慧物流时代，第六代重卡更要成为用户的智能伙伴。”郝景贤说。

据悉，此次上汽红岩第六代重卡搭载了L2+干线物流高速智驾系统，标配AEB、LKA、多源异构感知方案，能降低52%的事故发生率；基于高精度地图的预见性巡航、拟人化车辆控制，可实现运营成本降低15%。

郝景贤表示，融合时下兴起的5G和智能技术的第六代重卡，不仅将开启上汽红岩“智能重卡”新时代，还将驱动下一代重卡向高端化、智能化、平台化方向升级。

## 上汽位列2020长三角企业100强榜首

11月19日，2020长三角百强企业新闻发布会在上海召开，会上发布了2020长三角企业100强、2020长三角制造业企业100强和2020长三角服务业企业100强排行榜。在2020长三角企业100强榜单中，营业收入排名前5的企业分别是上汽集团，太平洋建设、苏宁控股、恒力集团、中国宝武。

2019年，长三角企业100强营业收入再创新纪录，达到16.4万亿元，同比增长1.9万亿元，增长率为13.57%。

2019年，长三角百强企业投入产出呈现良好上升状态，在营业收入和净利润指标都实现百分比两位数增长的同时，资产总额、员工人数的投入指标增长幅度较小，显示出资产效率和劳动效率得到进一步改善的良好趋势。这一态势反映了长三角百强企业通过创新驱动，转型发展，企业发展动能继续向提高员工素质、提升经营管理水平方向转换，依靠技术创新和装备升级换代提高企业发展质量的成效进一步显现。（宗何）

## 申沃公司圆满完成进博保障任务

11月10日，第三届中国国际进口博览会落下帷幕。其间，申沃公司参与保障车辆运转平稳有序，实现公交行业要求的会展核心区域“五个零”保障目标，顺利完成进博会车辆保障任务。极具都市动感的申沃9系，成为“四叶草”周边一道靓丽的风景线。

申沃公司共派出172辆接驳线公交车，累计发车711次；累计完成“一程一检”5310次、“一天一检”2168次；派出107人保障团队，共计完成保

障人员培训1840人次。

为了确保服务保障工作顺利开展，申沃公司制订了多项应急预案来有效提升协同工作能力及应急处置效率，强化技能实操培训、切实执行“一程一检”“一天一检”制度以确保车辆运行可靠。

申沃公司售后团队将继续保持昂扬的激情，坚持“情系客户，尽心尽责”的服务理念，树立“申沃360服务”品牌，齐心协力为公交客户提供更新保障、更强支持、更好服务。（申文）

## 享道出行深入布局长三角 为合肥、南京市民带去上汽品质服务

首席记者 李修惠

近日，享道出行正式登陆合肥，为当地市民提供高品质、更便捷的出行新选择。同一周，享道出行又登陆南京，开启试运营。

今年，享道出行在长三角地区接连开城，顺应长三角发展一体化的趋势，加强跨区域协调互动。主打“安全合规”牌的享道出行，如今不仅是上海网约车出行市场的一张名片，更致力于打造长三角地区移动出行服务

的标杆品牌。

长三角“一体化”要真正“融通”，绝非一朝一夕之功。要在短时间内迅速被长三角地区消费者所接受，简单地将上海地区的运营经验复制到其他城市是不行的，必须深入当地百姓的生活场景。每开一城，享道出行都会结合当地市民的消费特性和偏好开展推广活动。以合肥为例，为融入合肥市民生活，享道出行联合安徽交通广播发起的“畅享庐州”主题系列活动，将于11月21日

落地包河区罍街，11月28日进入万象城，与合肥市民近距离互动。

而在南京，享道出行计划聚焦通勤商旅、休闲娱乐两大核心生活场景，一方面针对用车需求量大的产业园区、办公楼等工作场所优化服务，保障上下班通勤；另一方面将融入金鹰、万达、中央商场等南京重点商圈，与南京市民近距离沟通，聆听市民的出行需求，打造定制化服务产品，让人们舒心出行、畅享休闲时光。

目前，享道出行已实现包括上海、郑州、苏州、杭州、宁波在内的十余座城市覆盖运营，并在上述五座城市的专车市场占有率稳居前三名，注册用户数超过2000万人，标准品质服务和合规安全体验赢得了用户的广泛好评，好评率高达97%。

未来，享道出行将不断融入当地市民的通勤、购物等出行场景，针对用户的多元化需求，推出专属定制服务产品，让当地市民享受高品质、高性价比的服务。

## 上汽安吉物流馆第三次“进博秀”收官

第三届进博会期间，上汽集团安吉物流馆和往年一样热闹，专业观众络绎不绝，馆内还迎来了一批重量级嘉宾。

新华社党组成员、秘书长官喜祥，新华社总经理室副总经理潘海平等来到展馆，对上汽和安吉的实力表示赞赏，并对扶贫项目“沪拉圈行动”产生了浓厚的兴趣，表示愿意一起合作，为扶贫工作做出贡献。云南省丽江市副

市长江洪清带队专程来到展馆参观扶贫产品展示，表示将继续深入推进丽江扶贫工作，搭建好沪滇扶贫产品桥梁，丰富上海市民的餐桌，帮助丽江百姓致富。

展馆还接待了许多招商单位、行业客户、知名企业领导等，向他们展示了上汽安吉物流的企业实力，并与其共同探讨双方合作前景。（安流宣）