

迈好第一步 见到新气象

开局“十四五”，我们需要创业者精神

本报评论员

如何准确把握趋势，抓住时代机遇，加速转型发展？站在“十四五”开局的起点上，要让产品的技术含量高起来，让品牌的成色亮起来，让企业的核心竞争力强起来，就需要有更多的“创业者精神”。

创业者需要始终把“为用户创造价值”放在第一位。华为的任正非

时常提醒自己，唯有一条道路能让公司生存下来，那就是客户的价值最大化。因此，对客户的需求，响应起来要有激情；对产品和服务，要打磨得再好一点。同时，任正非也清晰地认识到，发展产品技术，必须时刻围绕客户需求，只有客户愿意买单，才能说这项技术对企业有价值。

创业者需要怀有忧

患意识，注重企业的长期生存能力。1997年，乔布斯在重新执掌苹果公司后，先是去掉了公司名字中的“电脑”二字，而后迅速砍掉了70%的项目，随即又砍掉了90%没有特色的产品，只专注于iMac、iPod、iPhone、iPad。正因为如此，苹果公司才有了今日的辉煌。而资本市场看好新势力造车，也正是看重其未来的发展

潜力。

创业者需要始终如一的艰苦奋斗。不仅是身体上的艰苦奋斗，更是精神上的艰苦奋斗。他们往往承受了常人难以想象的压力，殚精竭虑。他们正是用这种精神上的艰苦奋斗，感染着身边人。星星之火可以燎原，创业者的勇气、创业者的使命感，把员工、产业链合作伙伴、同盟军拧成一股

绳，大家朝着一个目标，共同成长。创业者努力建立合理的分配机制，把为客户创造价值的奋斗者奉为自己创业的合伙人，充分调动大家的积极性、创造力；创业者从不“等靠要”，而是积极进取、勇于作为。能否成为创业者，考验着我们上汽的干部队伍，这也是上汽要实行干部任期契约制的原

因。“看万山红遍，层林尽染。漫江碧透，百舸争流”，时代的大潮青睐真正的创业者。上汽在几代创业者们的努力下，确立了国内汽车行业的领先地位。面对“十四五”更为复杂的市场竞争形势，面对成为世界著名汽车公司的时代重任，我们必须以更大的担当与作为，挑起创业者的重担，搏击风浪，勇立潮头争先锋。

上柴股份年销量突破16万台，同比增幅高达69%

逆势突围，传统企业再燃新动能

首席记者 阮希琼

2020年12月31日，一场庆祝仪式正在举行：2020年，上柴股份实现全年销量突破16万台，创下历史新高，同比增幅高达69%，位列行业第一。“这是对2020年奋斗成果的肯定，更是站在新起点上，对未来发展的憧憬与期待。”庆祝仪式上，上汽集团副总裁蓝青松说。

内外并举，精耕细作产品与服务

一组数据显示：2020年，上柴车用柴油机销量同比增长84%、工程机械销量同比增长36%、农机市场销量同比增长160%、船电市场销量同比增长21%。

新冠肺炎疫情影响下，上柴如何实现逆势增长？“努力成为上汽商用车板块的动力基地，这是我们的‘责任田’。同时，上柴正积极在工程机械、农机市场、船电市场等新的业务领域积极探索，这是我们的‘自留地’。如今，业外市场销售收入占近50%。”上柴股份总经理徐秋华说。

内外并举，种好“责任田”，深耕“自留地”，两翼齐飞，成了上柴销量逆势大涨的重要保障。这背后是团队对产品与服务的精耕细作。

在柴油机市场，同一个主机机会搭载不同品牌的发动机，为了让客户购买配套上柴发动机的产品，销售人员长期驻扎一线，进行经销商

培训，甚至亲自上阵为终端客户做宣传和推广。不仅如此，他们还要为消费者提供发动机的维修保养服务。

让市场埋单的，不只是优质的服务，更是过硬的产品。“上柴的产品在客户中口碑很好，这让我们在做推广时信心十足。”上柴市场高级经理张荣强说。近年来，上柴持续在产品上加大研发力度，形成了七大系列发动机。“除了现有的拳头产品，我们还在预研新的8升发动机，同时提升了现有K系列和W系列的产品功率，填补了公司长期以来在大功率船电产品上的空白。”

创新突围，“新四化”撬动未来

2020年，“标准化、平台化、新能源化和智能化”的号角在上柴内全面吹响。很快，多个创新项目陆续落地。

在智能网联方面，上柴自主研发的发动机“大脑”ECU（电子控制单元）点火成功，打破国外厂商的垄断；远程数据终端T-BOX项目迅速实现了小批量供货。

“只要搭载了我们的T-BOX，每台发动机的分布地点、健康状况等数据都能在平台上实时查看。”上柴产品研发部高级经理汪荣会说，这个平台积累了上柴自主T-BOX和整车厂共享的6万余台发动机的数据。“有了这个平台，发动机一旦有故障，我们立马就会收到报警信



息，主动联系客户，提供维修服务。同时，收集来的数据还能帮我们提升产品质量。”

2020年，上柴还启动了4个重型商用车混合动力开发项目，迈出了上柴在“新能源化”道路上的第一步。值得一提的是，上柴应用于徐工的汽车起重机在国内首次实现了边插电边作业的功能，并成为全球首款插电式混动起重机。

智能变革，推进业务数字化发展

一场数字化变革正在上柴D20智能工厂打响。打开手机APP，订单、生产、设备情况……工厂中每条生产线数据一目了然。“以前，这些数据需要通过手工报表才能看到，现在只要打开手机就能查看。”上柴制造部副总监宋佳峰说，通过数字化升级，生产效率提升20%，订单响应速度提升18%。

不仅如此，上柴更是将上下游的数据打通，实现了与整车厂、供应商之间的预

测、计划、订单、生产等信息直连，初步实现了发动机排产和排程的自动平衡和优化。“我们与无锡大通工厂实现了信息直连，从客户下单到产品交付，只需47小时就能完成。而在以前，同样的交付需要11天。”宋佳峰说。

这更是一场管理变革。数据不只流动在生产车间，信息在技术、产品、管理等各个层面相互交融，业务大数据平台正在形成，效率提升了，流程改善了，甚至组织结构也得到了优化。

“由于信息直连管理层，不必层层汇报了，业务数字化项目全面推进后，我们制造部和生产工厂合并成了一个部门，组织架构更扁平化了。”宋佳峰告诉记者。

“对在新领域、新项目、新产品上已经取得的成果，上柴将逐步向其他领域推广，不断寻找业务新增长点；并加大智能产品、智能制造、数字化管理方面的投入力度和深度，通过业务数字化转型重塑上柴未来竞争致胜的基因。”徐秋华说。

全球首创“ESOP+CSOP”持股平台 智己汽车完成注册

2020年12月25日，智己汽车科技有限公司在浦东新区完成注册。智己汽车在全球首创“ESOP+CSOP”持股平台，以全新的股权结构，构建起核心员工与用户的“双轮驱动”模式，全面推动用户型企业的创新建设。

智己汽车董事会于当天同时成立，上汽集团总裁王晓秋担任董事长，上汽集团副总裁、总工程师祖似杰，上汽集团副总裁、上汽乘用车公司总经理杨晓东，张江高科董事长刘樱，以及阿里达摩院院长张建锋分别担任董事。

据悉，智己汽车注册资本达100亿元。其中，上汽集团出资54亿元，持有54%的股权；张江高科与阿里巴巴各出资18亿元，分别持有18%的股权。智己汽车另外10%的股权将划分为5.1%的ESOP（核心员工持股平台）和4.9%的CSOP（用户权益平台）。

“智己汽车的股权架构与其他企业完全不同。”企业相关负责人表示，智己汽车在创始之初，就致力于全面重构AI时代用户和企业的关系，重新定义属于未来的用户企业形态。因此，智己汽车的股东构成，除前期披露的上汽集团、张江高科、阿里巴巴集团，以及员工持股平台ESOP之外，还有全球首创、专为“伟大的用户”打造的突破性数字权益平台CSOP。

在CSOP平台上，用户将不断通过数据驱动产品和品牌的优化与迭代，智己汽车也将应用包括区块链在内的一系列前沿科技，以数字权益的形式确认用户贡献的数据价值。“未来的智己车主将不仅拥有深度智能化产品和服务体验，更将成为智己汽车的数据共生伙伴，共同分享企业成长的价值。”该企业相关人员介绍。

(宗何)

上汽商用车技术中心和上海汽检达成战略合作

日前，上汽商用车技术中心和上海机动车检测认证技术研究中心有限公司（以下简称“上海汽检”）举行战略合作签约仪式。上汽集团副总裁陈德美、蓝青松出席仪式。

通过此次战略合作，上

汽商用车技术中心和上海汽检将秉承各自的优势特点，在商用车及内燃机行业服务、标准化、检测业务、测试装备等资源领域深度融合，构建高效、提质、共赢的发展新局面。

(商文)