

化危为机 奋力打响“春季攻势”

深化数字化营销能力，“上汽模式”输出海外

上汽泰国员工为新车直播“带货”

首席记者 李修惠

“目前，我们的工厂和销售公司的绝大部分员工仍坚守在一线工作岗位上，经销商还在陆续向我们订车。”上汽泰国销售公司市场部的么玮琦介绍，为保证年度目标最大化的实现，在详尽周密的各项措施防护下，上汽泰国公司的生产与销售工作仍持续进行。

尽管泰国政府尚未发布生产企业必须停工的禁令，但工厂一旦出现确诊病例，就必须关停。“上汽泰国公司早在二月初就已经根据集团的要求实施了全方位的防护措施。目前阶段，我们仍能保持生产，也证明了前期各项工作的必要性和有效性。”据了解，如今丰田、本田、尼桑、三菱、马自达在内的八家整车企业已经停产。

不过，疫情对汽车行业产生了极大的影响。“泰国每年最重要的国际车展本应该在今年3月25日举行，我们原计划在车展发布全新的MG ZS。”么玮琦介绍，MG ZS是全球首款支持泰语

语音操控的智能网联汽车，一经上市便获得了泰国年轻消费者的青睐。此次改款的全新MG ZS也被上汽泰国公司寄予厚望。

上汽泰国公司发现竞争对手纷纷宣布因疫情取消上市活动或延期发布新车后，决定仍按原定时间推出新车。“对手留出来的窗口期，我们一定要抓住。我们坚持让新车按计划上市的另一个原因是疫情期间的消费需求仍然存在，新车上市对于泰国市场和消费者的信心也会起到一种提振作用。”

么玮琦说：“面对突如其来的变化，我们团队选择快速调整策略，通过社交媒体渠道在线上发布。”在中国疫情较为严重的时候，上汽旗下的整车企业纷纷开启直播卖车模式，这给泰国公司提供了很好的参考。在泰国，把新车上市活动搬到网络上还属于尝鲜。决定打响这一枪后，上汽泰国的员工立刻开始筹备线上直播的方案。

“突发情况一个接一个。”么玮琦感慨，“就在上市直播的前两天，因为产品

代言人密切接触的工作团队中发现确诊患者，为了保证工作团队和员工的安全，代言人需要隔离，无法参加活动。我们马上紧急开会，调整计划，改为由一名‘网红’主持人和MG ZS的产品经理在互动的过程中介绍车辆。”这位懂产品、会营销的市场部员工名叫Sasitorn，去年也正是她在MG ZS EV电动车的上市活动中，把MG品牌第一款电动车介绍给泰国消费者。“Sasitorn是泰国当地ZS车友俱乐部中一位非常有影响力的意见领袖，很多车主和电动车关注者都非常信任她。”

新颖的上市方式吸引了大量消费者。仅在脸书上，该直播的点击量就达到了22万人次。

经销商的热情也被带动了起来，新车从3月底陆续运抵泰国各地的展厅，刚一到店，销售人员就纷纷在脸书等社交平台上进行直播，向消费者介绍MG产品。上汽泰国决定乘胜追击，邀请专业讲师为全国经销商开展线上数字媒体培训，提升全

国经销商的线上内容制作水平，并与经销商互动，实时解答问题，协助经销商制订线上发布内容计划。“目前，其他车企在社交网络上的营销还比较传统，就是转发广告、贴贴海报、投放促销信息之类的，我们在这方面借鉴了很多国内的经验，希望能够借此机会将数字化营销能力的优势保持下去。”

么玮琦告诉我们，MG品牌登陆泰国市场以来，品牌口碑得到了提升，销量增长迅速。截至去年年底，MG品牌在泰国乘用车市场的占有率达到5.7%，排名上升至第八位；MG ZS电动车自去年上市以来，以超过90%的市场份额高居细分市场第一名；MG HS也在今年1-2月连续两个月取得细分市场第一名的成绩。此外，今年3月，虽然曼谷国际车展被迫延期，但MG HS、MG ZS EV和MG Extender这三款车型还是被主办方评为了泰国“2020年度车型”，MG泰国销售公司荣获了2020年度“最快速发展企业”奖项。

宝骏530全球车第一季度累计出口量已达到14787辆

上汽通用五菱海外发运忙

4月13日，作为上汽通用五菱布局海外市场的全球化战略车型，441辆宝骏530全球车在广州港登船启航，本月预计发运超过2500辆，将陆续送往中东地区、南美洲、非洲一些国家，2020年第一季度，宝骏530全球车累计出口量已达到14787辆。

作为上汽通用五菱自主研发，具有自主知识产权的全球化战略车型，宝骏530全球车目前使用宝骏、五菱、雪佛兰、名爵4个品牌在全球销售并获得了市场认可。

南美版宝骏530销售份额保持在当地细分市场前三；印尼版宝骏530在今年第一季度持续保持当地中型SUV细分市场销量第二；印度版宝骏530获得当地“AUTO-CAR年度最具性价比车型”，目前累计订单超过50000辆。



未来，宝骏530全球车将陆续对海外33个国家开放订车通道，不久将进军墨西哥和中美洲市场。

上汽通用五菱作为布局海外市场的先行者，目前已在中南美洲、中东地区、非

洲、东南亚等地的40多个国家和地区实现整车出口。

4月15日，一辆身披红花的新宝骏RM-5从生产线上缓缓驶下，宝骏基地迎来了第300万辆整车下线。

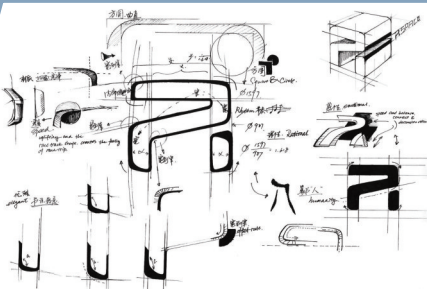
在开展新冠肺炎疫情抗

击战的同时，上汽通用五菱以终端零售销量超过13万辆的成绩稳居3月国内汽车销售冠军，第一季度出口量达20752辆，同比劲增254%，实现国内、海外销售双丰收。

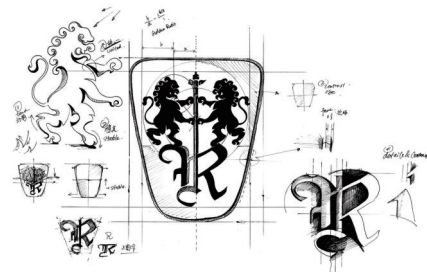
(谭跳)

第八届上汽设计国际挑战赛云端启动

荣威“双标”就要来了



荣威全新R标和焕新狮标的设计手稿



4月10日，第八届“上汽设计国际挑战赛”在云端启动，活动累计吸引了超过50万人同时在线观看。直播现场，上汽集团技术中心副总设计师兼全球设计总监邵景峰携手上汽乘用车公司副总经理俞经民云端连线来自中央美术学院、清华大学、上海交通大学、同济大学等八所国内高校设计相关院系的院长、专家教授，知名媒体人以及上汽设计欧洲前瞻设计中心总监Carl Gotham，合力召唤有志投身汽车设计界的全球设计院校年轻学子踊跃参赛。

上汽设计国际挑战赛自2013年创办至今已有8年，挖掘并培养了数百位优秀青年设计师，目前在汽车界已发展成为中国乃至世界范围内最具影响力的学生赛事平台之一，为汽车行业设计人才的培养提供了可借鉴范本。本届大赛主题为“寻找汽车设计明日之星”，赛事针对上汽集团旗下荣威品牌与名爵品牌发布任务书，参赛学生可自由选

择为荣威品牌设计一款“国潮”风格的高智能未来汽车，或是为名爵品牌设计一款“国际范”未来汽车。随着云端开幕仪式举行，大赛正式进入作品征集阶段。

值得一提的是，直播过程中，邵景峰还向观众展示了荣威品牌和焕新狮标的手稿。

与此同时，俞经民在媒体问答环节确认荣威品牌将推出双标。

一方面，上汽荣威将在“新技术、新设计、新模式”的加持下推出全新R标，其或将成为中高端新能源汽车的专属，与之匹配的销售、服务也将全面升级，为客户带来更好的体验。另一方面，上汽荣威经典狮标也将迎来焕新，推动品牌向更个性、更动感、更有态度的国潮汽车品牌方向转变。同时，俞经民还透露，荣威RX5 PLUS将是首款搭载新狮标的车型，新车将在智联、美学、舒享、动力、健康等方面全方位拥有PLUS表现。

(杨杨)