

2020年4月26日
逢周日出版
本期16版

第17期 总第1831期
上海出版 全国发行

上海汽车报



上海汽车报微信号
请扫描二维码关注

汽车社评

汽车行业要做好长期奋斗、勇毅前行的准备

本报记者 严瑶

国家统计局日前公布一季度GDP同比下降6.8%，创下数十年来纪录。疫情冲击下，经济承压已是事实，而全球疫情形势仍复杂严峻，是否还有更大的挑战亦未可知。

汽车行业因为其全球化的产业特征和供应链体系，以及高投入、高规模、低利润的市场消费形态，成为第二产业中受疫情冲击最大的行业。尤其是上下游产业链

中众多中小企业，都可能陷入困境。

随着全球疫情的蔓延，更为充分地估计困难、风险和不确定性，切实增强忧患意识和紧迫感，抓好各项发展工作，做好充分应对准备，是当前的理性选择。

从长期来看，我国“稳中向好”的经济态势依然未变，超大规模汽车市场的体量优势依然未变，汽车消费升级的发展趋势依然未变，全球汽车业变革的中心地位依然未变。

但是，我们必须看到，中短期内，疫情对全球经济的冲击还未完全显现，不稳定不确定因素显著增多。无论是中国经济，还是汽车行业，都必须做好较长时间应对外部环境变化的思想准备和工作准备。

中国有句古话，“自助者，天助之”。积极自救是汽车行业着力当前应对、谋求长远发展的必然选择。全球范围内，欧美车企大面积停工、日本车企掀起裁员潮，多家企业喊出“过紧日

子”的口号，大幅度削减各项开支。“过紧日子，就是需要员工和公司共同分担、共同奋斗才能活下去。”一位员工的话道出了真谛。

共同奋斗，最重要的是上下齐心，拧成一股绳。对企业来说，人才是企业战胜困难的最宝贵财富。企业一方面需要开诚布公地处理好劳资关系，鼓励大家相互扶持。另一方面，也应充分信任员工，尤其对一线员工加大授权赋能，让一线员工直接“呼唤炮火”，构建共克

时艰的机制保障。

共同奋斗，最关键的是鼓励员工主动作为。“我们每个人就像大江大河中的小扁舟，身不由己地接受时代给予我们的所有激荡，同时，也在这样的身不由己中，完成自己的更新和塑造。”这是吴晓波在“疫情特别演讲”中的一段开场白。我们全体员工要尽快跳出曾经的舒适区，拓展学习面，主动垮前一步，齐心协力解决发展中的实际问题，为企业化危为机尽己所能，

“不要浪费一次危机”。

前进路上，风雨兼程是常有的事。今年以来，上汽集团“稳中求进”的工作主基调没有变，改革创新转型升级的决心没有变，企业向好发展的基本面没有变。眼前的困难也终将过去。该“坚守”的战略定力和必胜信念，必须始终如一地“坚守”；该“变化”的发展逻辑和工作策略，必须因势利导加快“变化”。

胜利属于在艰苦奋斗中勇毅前行的上汽人！

从产品与营销两端，发力“线上新经济”

4月21日，上汽荣威品牌全新狮标发布，同时亮相的还有采用“数字”律动美学设计的荣威RX5 PLUS。

数字化思维的运用不仅体现在产品设计上，还渗透在各项工作中。上汽集团各企业打通内部资源，在产品与营销两端齐发力，拓展产品互联网功能、提高线上服务能力、促进线上营销，尽可能减少疫情对生产经营所带来的影响，化危为机。

详见P3~P7



摄影 张渊源

上汽要闻

为海外市场抗击疫情出一份力

上汽向埃及捐赠上汽大通负压救护车
上汽通用五菱向印尼捐赠首批10万只五菱牌口罩

他山之石

车企和芯片企业的新生态

目前，汽车芯片严重依赖进口，疫情冲击之下，如何保证芯片供应链的安全？