

重振市场信心 为消费回暖按下“快进键”

不到一分钟,66辆新车全部秒完!

上汽红岩全年销量目标不变

本报记者 严瑾

几十辆红岩杰狮2020牵引车一字排开,上汽红岩总经理楼建平在新车上市的视频直播中鸣锣开售。不到一分钟,66辆标有“总经理超级福利价”的重卡被瞬间秒杀完。“我运气太好了,感谢上汽红岩,红岩加油!”第一位抢到优惠重卡的周姓车友说。

4月,上汽红岩单月重卡产量大幅提高,创下单月产量破万辆的历史新高。在楼建平看来,企业眼下正处于“有些艰难,但又充满希望的岁月”。今年以来,上汽红岩克服了疫情带来的诸多困难,紧抓“新基建”与复工复产带来的机遇,在整个汽车行业大幅下滑的背景下,逆势而上,抢抓市场。

“2020年,上汽红岩销量目标不变,而且有信心完成。”楼建平对媒体记者说。据悉,截至第一季度末,上汽红岩招聘新员工近2000人,开足双班作业,提升产能满足市场需求。

三年磨一剑,近百个项目持续改进

“超级省油”“买买买”……直播弹幕刷满了卡友们对新车的好感。在新车上市现场直播中,红岩杰狮2020牵引车轻松通过了称重挑战。“这次活动,我们吸引到全平台65万人次观看直播,互动量达3.5万人次,留资335条。”上汽红岩公关部人员告诉记者。

“三年磨一剑,红岩造车是实打实的。”楼建平坦言,“在这款车型上,我们做了近100项的改进,目的就是让车友开得更舒适。”

众所周知,欧系重卡相对自身重量较重。历时三年努力,上汽红岩技术团队通过29个项目的轻量化改进,使底盘自重最低降至8吨以下,实现减重400多千克。

由于重卡司机们经常夜以继日地赶路,因此舒适而宽敞的卧铺是红岩这几年不断改进的重点之一。“太舒服了,简直像睡在家里的床上

一样。”一位红岩杰狮2020牵引车体验者说。

据测算,红岩杰狮2020 AMT牵引车一年大约可为卡友减少50万次脚踏动作,大大降低劳动强度。

订单激增,“下沉”“提升”两手抓

132%!这个数字是上汽红岩牵引车在2020年第一季度的累计销量增幅数据。

更难能可贵的是,这一数字是在受疫情冲击、公路运输行业停滞、牵引车细分市场销量整体两连降的情况下逆势达成的。上汽红岩在逆境中成为“行业增长第一”。

上汽红岩浙江销售服务中心李浙川感受颇深。“预计1-4月,我们团队销量会超过2000辆,特别是4月份销售开票突破

1000辆,创下浙江中心单月销量新高。”今年以来,李浙川和他的团队在“网络下沉”及“服务提升”上花大力气,把网络布局到重点县镇市场。

李浙川举了个例子,两年前,绍兴诸暨连一辆红岩车都没有,现在他们已经卖了160辆,发展销售经销商两家,还建立起服务站两家。在服务站24小时服务的保障下,当地新车销量不断上升。

不间断开展贴近用户的走访,交车时进行服务讲解以及用车培训,上汽红岩正以服务带动销售。“机会总会留给准备好的人。”李浙川说,“客户满意了,市场占有率就有了保证。”



培养跨界人才 助推数字化转型

上汽-腾讯数字化人才培养项目启动

本报通讯员 陈玺全

4月23日,上汽-腾讯数字化人才培养项目正式启动。当天,腾讯数字化专家讲师为上汽集团员工进行了首期授课,来自18家企业的400多位员工利用上汽云学习平台参加了此次培训,双方对数字化运营之道进行了深入探讨互动。

上汽-腾讯数字化人才培养项目由腾讯出行学院和上汽培训中心联合发起,将聚焦数字化运营、产品开发设计、汽车+互联网、信息安全、数据分析挖掘五大数字化板块,开展深度共创。这一打破组织边界的合作形式,将以跨界人才培养为核心任务,全力助推上汽数字化转型。

在开班仪式上,上汽集团培训中心主任蒋建华表示:“在经济下行

压力非常大的环境下,上汽数字化转型需求更加迫切。这次上汽和腾讯共创的人才联培项目将聚焦软件人才培养,全面提高我们的数字化转型能力。今后,双方将推出不同转型需求的数字化人才专业培训,希望对人才培养起到更强大的支持作用。我们也希望让这样丰富的培训资源聚集,形成共享的平台。”

腾讯智慧车联HR副总裁韩旭婷也谈到了项目筹备的初衷和感受:“在本次项目筹备过程中,能够感受到上汽作为国内最先进的车企之一,拥有超强的反应速度、学习能力和准备能力。我们也将积极调用腾讯大学、腾讯学院、腾讯研究院等丰富的内部资源,一起勾画上汽人才培养的支持体系,通过紧密共创,不断深化课程。”

危中觅机 主动谋划

上海大众动力总成力推复工复产

本报通讯员 杨凯悦

随着新冠肺炎疫情在国内趋于平稳,上海大众动力总成积极推进复工复产,成为嘉定工业区第一批启动复产的企业。

复工伊始,公司就收到客户上汽大众宁波工厂的紧急求助。疫情使进口发动机项目陷入困境。公司紧抓客户痛点,迎难而上,担负起进口发动机的装车前检查任务。通过快速改造现有设备,搭建起2.5L VR6发动机测试台架,组织人员投入这一新业务中。最后,经过大众动力总成检测的发动机顺利装车,保障了客户的需求,也充分展示了大众动力总成的技术能力。

在这一特殊时期,复工后的产品质量是一根不能放松的弦。没等

流水线正式启动,上海大众动力总成各项质量工作就已按计划进行。以“质量小卫士”为代表的群众性质量活动已连续通过公司微信号、工作群向还在家中的员工们开展宣传。

一名质量小卫士说:“我不仅是一名装配员工,还是质量的守门人,只有不放过每一个小细节,不忽视每一个异常点,才能把好质量关。”

同时,上海大众动力总成从预防供应链潜在质量风险波动入手,排摸了140多家供应商复工后人员到岗情况,针对部分供应商企业人员到岗比例较低,指导落实一系列预防措施,如新员工培训、增加抽检批次、运用SPC监控过程质量、扩大入库检验,保证复产后外购件零件质量的稳定。

连续对话 声音克隆 小程序上车 远程操控家电

全新斑马智行VENUS系统即将上线

首席记者 阮希琼

自然连续对话、动动嘴就能操控家电、定制化语音……近日,全新斑马智行VENUS系统的一系列“黑科技”陆续曝光。据悉,全新斑马智行VENUS系统即将在5月份推出,并率先搭载在荣威新车RX5 PLUS之上。

语音功能再次升级

语音交互已经成为智能网联汽车的“灵魂”,全新斑马智行VENUS系统将给消费者带来更好的语音交互体验。

仅需一次唤醒,即可实现连续对话,并且指令可随时打断,内容可随心切换。VE-NUS系统的自然连续对话功能,不再让用户感觉在与机器互动,而是与人聊天。

例如,用户询问:“今天出门需要带伞么?”车机就会播报今天的天气情况。如果需要再查询明天的天气,那么用户不用说“明天天气怎么样”,而只需要说“明天呢”。

不仅如此,斑马智行VENUS系统还推出了“声音克隆”新功能。父母、爱人、孩子的声音,都可以通过AI语音技术实现定制。

深度定制小程序

两年不到的时间里,小程序的战火已经从手机烧到车机。上汽、支付宝、斑马网络率先行动,联合打造的车载小程序将率先在全新斑马智行VENUS系统中亮相。

斑马网络相关人士表示,小程序上车,不是只将手机小程序复制到车上,而是要契合

出行场景进行定制化开发,打通手机小程序和车载小程序的多端体验,串联起车前、车中、车后相关场景服务,实现人、车、服务无缝衔接。

比如,某用户通过手机支付宝小程序预订了一家餐厅的晚餐,当用户上车时,汽车就会为用户自动导航前往目的地;同时,车载小程序就会主动预约排队;到达餐厅附近,系统会自动唤醒小程序,为用户推荐就近的停车场;下车后,车载小程序会无缝连接到手机端,用户可以在手机小程序上查看餐厅的预约信息等。

打通“人-车-家”

“你好,斑马!打开客厅的灯,打开加湿器……”在下班回家的路上,用户可以通过搭载斑马智行VENUS系统的

汽车来远程控制家中的智能电器。

据透露,斑马网络已经和美的集团、360集团建立了基于IoT车家互联的深度合作,进一步构建消费者的数字化出行生活。

值得一提的是,斑马智行VENUS不仅关注到了车与家之间的互联,更注重车与人之间的互动。例如,用户在车上即可查询360儿童手表佩戴者所在位置,并可实时观察动态行驶轨迹和两者之间的距离,还可一键导航至孩子身边。

业内人士指出,目前市场上其他的车家互联尚处于初级阶段,没有将“人”这一关键因素真正融入其中。而斑马智行VENUS,将推动智能家居从“单点智能”迈入“场景智能”时代,加速“人-车-家”智能互联场景的实现。