

内外兼修 全员营销抢抓市场机遇

轻客零售翻番 皮卡快速回暖

上汽 MAXUS 最近有点“红”

本报记者 顾行成

4月，上汽MAXUS（迈克萨斯）国内外市场全系整车销量达9717辆，同比增长7.6%，环比提升26%。其中，国内市场同比增长22.1%，在整体车市下行中又一次逆势上扬。

上汽皮卡
化身“小红车”

上汽MAXUS皮卡快速回暖，4月销量达到了1829辆，环比增长达82.4%，市场表现远优于行业整体水平。

近日，上汽MAXUS向宜兴市公安消防大队交付了8辆MAXUS T70皮卡，使广大“通心粉”所熟识的上汽皮卡化身“小红车”，正式成为消防“逆行者”的伙伴和后盾，与消防英雄共同进退。

以乘用车标准打造，高颜值皮卡上汽MAXUS T70拥有国际五星安全基因、“上汽π”劲擎动力、卓越驾乘体验，以及C2B智能定制模式的独特优势，能满足

足各类用户的需求，并给予用户非凡的驾乘体验。

轻客零售翻番

销量下滑还在继续，市场回暖似乎还很遥远？据中汽协的数据显示，虽然第一季度轻型客车销量同比下降23.3%，但4月份，一些“实力选手”已经开始快速恢复状态。

轻客市场“主力队员”上汽MAXUS 4月零售销量达4126辆，同比增长118.3%；批售销量达3820辆，同比增长50.3%；1-4月总批售销量达10734辆，同比增长32%。上汽MAXUS以高速逆势增长的趋势为轻客市场提振信心。

G10 PLUS再“入伍”

上汽MAXUS不仅在疫情期

间驰援抗疫前线，更在后疫情时代凭借“中国智造”的卓越产品实力，为保障人民生活贡献力量。近日，上汽MAXUS旗下MPV G10 PLUS在湖北武汉、辽宁沈阳两地

光荣交付“入伍”，在彰显军工品质的同时，表达了继续做守护人民忠诚卫士的决心。

2019年，上汽MAXUS在军车采购中“连中三元”，充分显示其“军工品质车”的优质形象已经深入人心：8月，上汽MAXUS G10 PLUS中标军方大单；12月，上汽MAXUS T60从国内各主流皮卡品牌最强产品PK中脱颖而出，以竞标排名第一的成绩，斩获军方千辆皮卡采购大单；同月，上汽MAXUS V80 PLUS监护型救护车从国内外众多竞争产品中突出重围，获军方近2亿元的采购大单。

人手皮卡好时机

另据了解，为庆祝上汽MAXUS皮卡上市3周年，5月6日，



上汽MAXUS T70纪念版车型上市，官方指导价为11.98万~15.38万元。

除了推出高品质皮卡T70纪念版之外，上汽MAXUS还为用户带来1万元的综合大礼包，包括首付30%起、2年零利率优惠、至高4000元置换补贴等增值礼遇。

随着全国积极推行复工复产，经济秩序逐渐恢复，企业和个体经营者纷纷采取各种促生产、提销量的复工措施助力“回血”，再加上多地发布了取消、放宽皮卡车进城限制的政策，现在正是入手皮卡的好时机。在这个市场复苏的关键档口，上汽MAXUS接连在皮卡领域使出的上述两招，收获一波关注。

新宝骏“弹眼落睛”
预售期间订单不断



本报记者 严瑾

“55购物节”期间，上海展览中心新宝骏展台上，陈女士订下尚在预售中的新宝骏E300。“这车卖相弹眼落睛，代步用也方便。”陈女士说，“买车送牌照，算下来，车根本不花什么钱。”

在上海时尚地标新天地，一辆“来自未来的科幻座驾”新宝骏E300在展出期间受到市民热情追捧，甚至还出现在央视新闻“夜游魔都”报道中。

新宝骏销售员徐连告诉记者，这几天来看车的客户络绎不绝。仅“五一”期间，在上汽汽车嘉年华上，他们就收获了20多张新车订单。“来买的主要是女性，家中已有一辆车，再买一辆是为了买菜、接送孩子上下学。”

在柳州万达广场，新宝骏E300同样吸引了大批客户。一对年轻夫妻被新宝骏E300的颜值所吸

引，两人对E300的各项功能都特别满意。妻子王女士最喜欢的就是E300搭载的遥控智能家居的小米生态，“我下班有时候比较晚，这样我以后在路上就可以煮饭了。”

不过，他们当时并未立刻下订单。过了不久，王女士的丈夫独自来下订单。他说，家里有一辆燃油车，不过几乎都是他在开，所以想给妻子一个惊喜，把E300当作结婚纪念日礼物送给妻子。数据显示，5月1日-10日，新宝骏E300科技体验展的人流量已达数万人次。

新宝骏E300预售价在7万~9万元之间。新车除了提供标准两座版本之外，还提供了独特的“女王座”以及“2+1”的常规座椅布局。此外，新宝骏E300 Plus还会提供标准的“2+2”四座布局。“新宝骏E300会在本月中下旬上市发售。”上汽通用五菱公关部人员说。

多措并举夺高产

上柴股份4月产销创单月历史纪录

本报记者 林芸

本报通讯员 刘宾

继3月销量同比增长26%之后，上柴股份在4月份继续高歌猛进，实现销售14517台，同比增长85%，产销双双刷新单月历史新高。

自2月10日复工复产以来，上柴股份围绕“主动求变、转型发展”的经营策略，牢牢抓住上汽集团内外两个市场，千方百计向皮卡、轻客、农机、重卡、起重机等细分市场要增量，把因疫情耽搁的时间抢回来。上柴用好视频业务交流、试水直播带货等新的营销手段，取得较好效果。公司新

老产品全面开花，“大块头”E系列配套重卡快速上量，“未来新星”M系列（上汽π）在皮卡市场放量增长，D系列和H系列在农机和起重机配套领域也已创历史新高。

用户口中简单的一句“上柴动力皮实、耐用”，道出了上柴严格执行GPDP（发动机产品开发流程）、打造差异化产品竞争优势的“硬核”，也道出了上柴逆势增长的“法宝”。公司依托70多年的经验和传承，对标国际先进技术，通过与世界知名研究机构合作，实施高标准SOP验证的上柴E系列“国六b”天然气发动机在4月份实现销量翻两番，凭借产品力优势赢得用户信赖。

在快速应对市场变化及疫情对供应链的影响方面，上柴推行智能制造与精益数字化管理，通过设备“云眼”，实现“登云上网”，智能提效，按期交付每一张订单。3月底，上柴订单大增，公司发动广大员工开展协同大作战，一场以“保安全、保质量、保供货、夺高产”为主题的立功竞赛活动全面打响。生产厂锁定JPD（日产量），不完成任务不下班；人力资源部寻求集团内人力增援和社招并举；采购部派专人蹲点供应商，打赢时间差抢资源，将一批批合格零部件及时送上装配线；质量保证部善用上百种防错装置，让更多的“火眼金睛”紧盯

“质量门”，确保生产一致性。

上柴夺高产同样得到集团内部企业的大力支持，目前已有多家兄弟单位的百名“共享员工”前来增援，他们正在与上柴一线员工并肩作战创佳绩。某企业“共享员工”说：“一个多月来，我深深感受到上柴生产车间员工拼搏奉献、精益求精的精神状态。造发动机需要精湛的操作技能，通过‘共享员工’这个平台，让我得到了更全面的锻炼和提升。”

上柴股份第二季度继续面临较大的订单交付压力，公司总经理徐秋华向公司全体员工发出动员令，号召大家再接再厉，抢抓机遇，向年度经营挑战目标奋勇前进。

贴近市场需求 产品全面升级

延锋推出全新UV杀菌盒

本报记者 阮希琼

日前，延锋推出了“小延UV杀菌盒”的升级版——“小延UV杀菌卫士Lite”。

据悉，新产品在耐久性、灵巧性、安全性、便利性等方面都有所提升。在耐久性方面，“小延UV杀菌卫士Lite”采用了工业级LED灯，拥有10000小时超长使用寿命，1颗灯珠等于其他品牌LED的5-10倍；在灵巧性方面，新产品仅有3个鸡蛋的质量，更轻巧、便捷；在安全性方面，新产品应用全景式移动捕捉技术，当消费者靠近消毒作业区时会自动停机并发

出提醒，同时拥有自动温度检测功能，若产品运作过热会自动启动停机保护；在便利性方面，新产品除了采用点烟器供电外，还能采用USB数据线供电，满足不同应用场景。值得一提的是，虽然性能提升了，“小延UV杀菌卫士Lite”的价格却更低，仅售399元。

“产品刚推出，我们就不断地在收集市场反馈，了解消费者的需求。我们还招募了体验官，让他们来‘吐槽’产品的不足。”延锋相关负责人告诉记者，“作为延锋C端售卖的初步尝试，我们尽心尽力，力求为大家打造更多更好的产品。”