

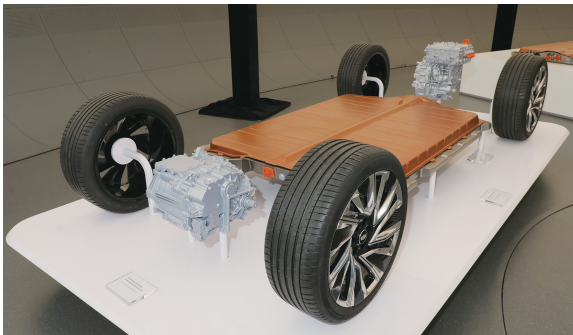
股东双方将全力支持上汽通用和泛亚可持续发展

打造智慧出行“新引擎”

本报记者 张渊源

8月19日晚，通用汽车科技展望日拉开帷幕，向公众展示其在电气化、智能网联方面的技术领先优势。上汽集团董事长陈虹与远在大洋彼岸的通用汽车董事长兼CEO玛丽·博拉远程连线，双方围绕智慧出行，共同探讨未来合作。

近年来，通用汽车在电气化、智能网联等技术领域不断发力，以创新为驱动力，打造安全、高效、互联的产品与服务。第三代全球电动车平台、全新Ultium电池技术以及Super Cruise超级智能驾驶系统等让车主感受到新能源与前瞻科技带来的全新驾驶体验，在北美地区广受好评。今后，这些先进科技都将落地中国，支持



全新Ultium电池系统和第三代全球电动车平台

上汽通用汽车可持续发展。此次连线，体现了股东双方对支持合资企业可持续发展的信心和决心。多年来，股东双方与合资企业的管理团队，以及广大中外员工相互尊重、坦诚交流，共担风雨、共享喜悦，共同谱写了中美经贸合作的一篇乐章。上汽通用从1997在上海金桥打下第一根桩开始，到

产销量突破2000万辆，仅仅用了23年时间，创造了业界瞩目的“上汽通用速度”。双方合资的上汽通用汽车与泛亚技术中心在电动化、智能网联化等方面持续加强本土能力建设，并深度参与了全球Ultium电池系统的底层架构和控制系统设计开发。别克微蓝7、雪佛兰畅巡等纯电动车在今年相继

上市；被公司誉为“第二引擎”的车联网系统也已广泛搭载于别克、雪佛兰、凯迪拉克三大品牌车型上。据悉，未来5年，上汽通用汽车推出的新车型中，将有40%以上为新能源车型。2025年前，上汽通用汽车将推出9款新能源车型，覆盖三大品牌以及主流车身型式。Super Cruise超级智能驾驶系统将完成对凯迪拉克品牌车型的全系覆盖，并逐渐应用于别克和雪佛兰品牌车型。同时，上汽通用汽车首款搭载V2X车联万物技术的别克GL8也将于年内上市。自2022年起，5G功能将搭载于凯迪拉克品牌全系车型以及别克和雪佛兰品牌旗下多数车型，车辆能通过OTA远程升级不断丰富车联网服务。

上汽名列2020上海企业百强榜第一

8月18日，上海市企业联合会、上海市企业家协会、上海市经济团体联合会、解放日报社联合发布了2020上海企业100强榜单。在2020上海企业100强榜单中，上汽集团继续保持第一名。同时，上汽集团还位列2020上海制造业企业100强榜单第一名。

上海企业100强榜单以上一年度企业营收为衡量尺度。数据显示，2019年上海100强企业的营业收入创纪录地达到77329亿元，同比增长9.64%。其中，22家企业的营业收入超过1000亿元（民营企业4家），是百强企业排行榜发布以来，营业收入超千亿企业数量最多的一

次。今年，上海还有9家企业跻身世界500强，上汽集团位居世界500强第52位。2020上海100强企业在2019年全年的净利润合计为5132.6亿元，同比增长12.51%，百强企业的资产总额和研发投入都比去年有较大幅度增长。从统计数据来看，2020上海100强企业的

资产、劳动效率持续改善，发展质量继续向好。在2020上海企业100强榜单中，上汽集团以2019年8433.24亿元的营业收入继续占据第一名的位置。中国宝武和交通银行分列第二、第三名，其2019年营业收入分别为5522.06亿元和4598.86亿元。（宗何）

打造城市早餐风景线

上汽大通MAXUS首批早餐车交付

8月18日，上汽大通MAXUS在上海第一八佰伴向百联集团交付首批上汽大通MAXUS早餐车，为百联集团旗下“逸小兔”便利早餐店提供专业的多功能流动餐车新选择。

为了让上海市民享用丰富多元、便捷实惠的早餐，上海市人民政府于近日出台了《关于进一步推进我市早餐工程建设的意见》，明确支持各种创新早餐供应方式，搭建早餐品种共享平台。上汽大通MAXUS将在保证产品质量的同时，加快速度完成餐车交付，为向上海市民提供更便捷、更丰富、更健康的早餐创造条件。

面对激增的早餐车需

求，上汽大通MAXUS利用C2B大规模智能定制模式，以RV90 C型房车、RV90 B型房车为原型，开发全面符合早餐车功能需求的产品，展现了其多场景使用性。RV90 C型房车外观时尚大气，并且内部空间大、利用率高，内饰布局合理；车身配备高容量的电池系统，可满足户外2-5天用电需求。而RV90 B型房车外观新颖，驾驶操作便捷，经过专业调校后能轻松胜任多种路况环境，通过性表现优秀。此外，上汽大通MAXUS全新打造的早餐车支持外接电源、消毒杀菌功能，并设计了上下水、分类垃圾存储等功能，同时配备



自提柜，将提供线上点单、线下取餐的“网订柜取”最新服务方式。

截至目前，上汽大通MAXUS早餐车已斩获100多个大客户订单，他们分别来自上海百联、光明、盒马、巴比、粮全其美等多个企

业，并可根据每家客户的不同餐食经营需求，量身定制相应的餐车，8月18日起开始陆续交付，直至9月交付完毕。届时，“流动餐车+早餐服务”方式将为餐车运营者带来全新的运营模式，有效降低运营成本。（杨燕）

扎实走一线 精准解难题

上汽通用五菱全国用户交流活动开启

用户口碑是销量基础

本报记者 严瑶

“‘人民需要什么，五菱就造什么’一直是我们企业的‘指路标’。”8月16日，“醉美·夜郑州·约惠上汽”落下帷幕。在短短几天的购车嘉年华活动中，上汽通用五菱展台吸引了近3万名消费者。“这几天里，我们收获了超过100名意向客户，还有不少人更是当场下了订单。”上汽通用五菱相关人员表示。

嘉年华场内，人气爆棚。场外，一场名为“诚意服务，用心倾听”的上汽通用五菱全国用户交流活动悄然开启。

近距离“菱”听心声

“车主是上汽通用五菱最宝贵的财富。”在上汽通用五菱副总经理、销售公司总经理薛海涛看来，车主的口碑就是公司销量的基础。随着汽车市场的日趋饱和与新品牌的不断进入，汽车市场“淘汰赛”迅速上演。

如何在这场“淘汰赛”中存活下来？“答案就是服务好我们的车主。”薛海涛表示，想车主之所想，及时响应并解决车主的用车问题和用车痛点；在做好车主口碑维系的同时，利用“老带新”和“老换新”来提升销量，扩大市场占有率。

“今年8-9月，我们将连续开展12场用户服务活动来扩大声势，提高用户服务满意度。”郑州五菱宝骏总经理李炜说，作为经销商，他们将通过提高售后服务人员的技能和业务，强化实战演练，不断提高用户服务质量。

据悉，此次郑州市场倾听会上，上汽通用五菱邀请了购买五菱、宝骏品牌汽车的12名车主，进行面对面的沟通交流。厂家和经销商针对不同车型

用户的反馈意见，对问题进行采集并解答，解决用户的实际需求，为车主排忧解难。“郑州只是全国用户交流活动的首站，之后还会在全国多个区域开展这样的走访活动。”上汽通用五菱相关人员说。

加强与用户的链接

来自郑州弓马庄村的巴塔军是五菱车主群里的“名人”。他在2004年购入一辆五菱之光后，凭借着五菱车多拉快跑、皮实耐用的特性，把当时的屠宰生意做得越来越红火。此后，巴塔军介绍了超过2000人购买五菱和宝骏品牌汽车，这让弓马庄村不仅成为远近闻名的“五菱村”，也成了方圆几里最富裕的村庄。

这一次，巴塔军作为用户代表，出现在了上汽通用五菱倾听会上，让企业管理层们尤为重视。他坐上一辆五菱宏光MINI EV，这款“人民的代步车”让他兴趣十足，“回去后，我还要继续向大伙儿推广五菱。”

“与用户交朋友，把车主当家人。”最近以来，上汽通用五菱销售、质量、售后等部门负责人纷纷深入到全国多个销售网点，和用户零距离交流，倾听并收集新老用户的意见与建议，并通过后续一系列的线下活动强化品牌和用户之间的链接。

“对于五菱来讲，我们更加关注的是消费者的需求在哪里，需要整合什么样的技术才能够实现消费者的需求，所以我们希望能够把这个理念灌输到整个产业链中，而不仅仅是用工程师的语言。”薛海涛说。

为了更进一步拉近广大“五菱人”之间的距离，上汽通用五菱还通过组织多场用户团建活动，引导用户多角度体验用车生活，深耕国内市场。