

立足“进”“实”“拼”，推动高质量发展

上海龙头国企共话创新，上汽表示

打通智能驾驶汽车产业链

首席记者 阮希琼

沪上国企该如何发挥主力军作用，推进上海建设具有全球影响力的科创中心？企业在创新发展的过程中，做了哪些重点布局？面对创新难题，有哪些破题思路？9月8日，在上海国资国企发展高峰论坛上，一场创新沙龙在思维碰撞中展开。

沙龙上，上汽集团总裁王晓秋分享了目前上汽对于创新发展的思考。他表示，汽车行业正经历着前所未有的大变革，目前主要有两大趋势：第一是消费群体的年轻化；第二是消费升级。

“我们这一代人的第一辆

车大多是桑塔纳，讲究的是可靠性、经济性。但如今，汽车消费群体发生了根本性的变化，85后占到整个汽车消费市场的60%以上。”王晓秋说，“同时，中国市场上，今年上半年豪华车比例从原来的9%提升到了13%，预计未来可能达到17%。现在美国约是14%。中国豪华车的市场空间还很大。”

如何把握年轻化和消费升级的趋势和机遇，是摆在上汽乃至整个汽车行业面前的挑战。

“上汽必须把创新作为抵御市场、环境变化的利器。”创新沙龙上，上汽集团总裁王晓秋直言。在他看来，年

轻一代的消费者正在加速拥抱智能汽车，而智能汽车落地的关键是要把产业链打通。“电动化方面，上汽已经基本打通了整个产业链，掌握了关键核心技术。如今，全球汽车行业都在攀登智能驾驶的新高峰，上汽也将积极布局，打通整个产业链，推进智能汽车的产业化落地。”

智能芯片便是上汽打通产业链过程中所布局的重要一环。目前，上汽和地平线正通过资本和业务层面的深度合作，加快推动汽车芯片的研发布局。

“人工智能在互联网企业已经遍地开花，而在传统企

业里，人工智能最重要的战场就是智能汽车。”创新沙龙上，地平线机器人科技有限公司创始人兼CEO余凯说。

数据显示，目前特斯拉汽车所采用的芯片数量已经达到智能手机的100倍。假设到2030年，特斯拉所装载的芯片成为标配，那就意味着车载半导体的市场规模将会是手机半导体市场规模的10倍。

“最大的半导体产业其实不在数据中心，而是在智能汽车。智能汽车产业的窗口期刚刚到来，而中国是智能汽车的第一大市场。这是我们国家发展半导体产业千载难逢的机会。”余凯说。

上汽R标新天地体验中心正式启幕

专注服务体验，“这里不打价格战”

本报记者 张渊源

“现在纯电动车型最主要看续航里程，ER6做到了600公里以上，比较符合我的用车需求。它的外观也很亮眼，回头率很高。”在上汽R标新天地体验中心内，正在签销售合同的杨先生说。

9月6日，R标旗下R新天地体验中心正式启幕。R新天地体验中心是上汽在全国首家R-Super Center城市旗舰店，也是R标构建新零售服务体系的重要一环。

目前，包括R-Super Center城市旗舰店在内，R-Center城市中心店、R-Store城市商超店、承接售后服务的R-Station等网络生态渠道正在加速落成。

全生命周期的新零售服务模式

R新天地体验中心的开幕是R标向用户思维转变的关键一步：以用户为中心，R标正全力构建覆盖“购-用-养-换”全生命周期的新零售服务模式。

在6月10日举行的荣威RX5 PLUS上市发布会上，



上汽乘用车推出了终身原厂质保、终身免费保养、终身免费基础流量的“三定终身”服务承诺。这在行业内是首次实现。

承诺之后，怎样让用户体验到良好的服务？荣威提出，用户只要通过APP预约保养，就可享受到店60分钟内完成服务，超时赠送一次保养；预约维修，保证到店维修15分钟内开工，超时免人工费并赠送一次保养。现在周末有近万辆车进维修站，其中80%的流量进了APP。“这些私域流量是我们的宝贵财富。”上汽乘用车副总经理俞经民说，“用户觉得

你重视我，而不是成交以后就不管我了。”

在各个环节贯穿创新，才能越来越接近新零售的本质。“上海南方商城有R标的第一家城市中心店。这里不打价格战，销售顾问能专注于提供良好的服务体验。”俞经民介绍，“同一层楼面，有荣威R标，还有蔚来、小鹏等，特斯拉的店明年也将开业。在生活商圈里购买汽车，这个变化我们必须参与其中。”

用户的“第二空间”

在刚开业的R新天地体

验中心里，有来看车的准车主，有在直播制作手工香氛的网红，有体验VR驾驶的科技达人，还有在学习怎样用橡皮泥捏出一辆汽车的小朋友，这里俨然成为一个R标车主的休闲场所。

据体验店相关人员介绍，R新天地体验中心可以为用户提供四大福利：R空间租赁、R联合办公、R生日会、R充电无忧。

“我能想象的生活场景就是，周末大家一起出来，把车停到我们这里，喝杯咖啡，然后去隔壁的新天地兜一圈。结束之后回到这里，电已经充满，车主可以愉快地开车回家了。”R新天地体验中心负责人王昶说。R新天地体验中心开放后，将成为用户除了家之外的“第二空间”，享受R标带来的满满安全感和归属感。

伴随着R新天地体验中心的启幕，R标服务网络也正加速铺开，到今年年底将覆盖全国40多个城市，各类型网点数量预计将达到60家。从9月30日起，用户可以通过荣威R小程序或上汽荣威APP预约R新天地体验中心的各种活动。

8月份“站上”50万辆大关

上汽销量五个月连涨

9月4日，上汽集团发布8月份产销快报。数据显示，8月集团实现整车销售50.4万辆，同比增长3.6%，环比增长10.2%。今年4月，上汽整车零售同比回正，至8月份已实现五个月销量连涨，且月度环比增幅高于行业平均水平，并在今年首次“站上”月销量50万辆大关。

随着“新四化”发展的扎实推进，创新业务已成为上汽重要的新增长点。8月，上汽新能源汽车销售2.5万辆，同比大涨51.8%；自主品牌海外销量达到1.9万辆，同比增长27.6%。值得一提的是，1-8月，上汽实现海外整体销量达17.9万辆，继续保持国内行业第一，占中国车企海外总销量的三分之一。

据悉，8月，上汽乘

用车旗下荣威、名爵品牌共实现国内外销量达5.6万辆，同比增长3.3%，名爵保持中国单一品牌出口销量第一；上汽大通销量达到1.7万辆，同比增长28.5%，其中宽体轻客销量同比大增62.5%，进一步稳固了宽体轻客行业单一品牌销量冠军地位；上汽大众大众品牌继续蝉联单一品牌销量冠军，朗逸家族实现销售4.6万辆，同比增长37.9%；上汽通用国内销量达到12.6万，同比增长6%；上汽通用五菱销量达14.8万辆，同比增长16.5%；上汽红岩实现销量0.6万辆，同比增长51.9%。自第二季度以来，国内车市向好态势明显，随着9月和10月传统销售旺季的到来，汽车市场有望进一步回暖，上汽生产经营将继续稳定增长。（恭关）

共筑智能网联汽车软件平台

上汽零束软件分公司与中科创达战略合作

9月8日，上海汽车集团股份有限公司零束软件分公司（简称“上汽零束”）与智能操作系统技术和产品提供商中科创达软件股份有限公司（简称“中科创达”）战略合作签约仪式在上海举行。

双方将建立长期稳定的深度合作关系，共同打造全球领先的具有上汽集团品牌特色的智能网联汽车软件平台，并加速推进智能网联汽车创新链建设，共筑智能网联汽车业务“护城河”。

会上，上汽零束软件分公司总经理李君、中科创达执行总裁武文光代表双方签约。

根据协议，上汽零束将与中科创达达成为期5年的稳定战略合作关系，依托双方的优势资源和技术，从多维度共同打造全

球领先的上汽智能网联汽车软件平台：形成完整的车云结合的智能网联汽车软件操作系统平台；构建以软件定义汽车为导向的开发流程、工具和质量体系；形成具有上汽品牌辨识度的、满足个性化和智能化体验的UI/UE设计能力和资产；同时，建立具有上汽品牌的应用和开发生态的支撑平台。以场景为核心，软件为根本，数据为驱动，助力上汽集团自主、合资品牌以及出口车型的持续领先和创新。

面对软件定义汽车的趋势，上汽零束于今年5月注册成立，聚力发展软件开发核心能力。李君表示：“希望此次合作能推动双方共同构建汽车产业创新链生态，加速推进智能网联汽车软件平台的建设和创新。”（凌雯）