

10月销量达58万辆，新能源车单月零售8.2万辆再创历史纪录

上汽月销量保持环比两位数增长

11月5日，上汽集团发布了10月产销快报。数据显示，10月上汽实现整车销售58.2万辆，环比增长12.9%；下半年以来，上汽整车月销量继续保持环比两位数增长的强劲势头。其中，上汽乘用车公司10月销量达10万辆，环比增长23.4%；今年累计销量接近60万辆，并且荣威RX5、MG ZS等明星车型月销量继续保持在万辆以上。在主要合资企业中，上汽大众全新一代途观L、帕萨特等中高端新品上市后继续

强势表现；上汽通用凯迪拉克品牌月销量达到2.2万辆；上汽通用五菱9月中旬上市的五菱星辰SUV，10月销量已突破万辆，在手订单数超过2.5万辆。

今年1-10月，上汽销售新能源汽车55.6万辆，同比增长187.6%，在国内行业继续领跑。特别是10月，上汽新能源车批售7.7万辆，终端交付表现则更为突出，交付量达8.2万辆，同比增长131.2%，创造了新的纪录。其中，上汽乘用车公司销售新能源车



2.4万辆，环比增长93.5%，同比增长76.2%，MG HS插电混动、MG ZS EV、荣威Ei5等中高端新能源车销量达1.5万辆。上汽大众在“ID电动家族”的强势带动下，10月新能源车终端交付数量超过0.8万辆，同比增长210%；ID系列

电动车自上市以来每月销量连创新高。

海外市场上，今年1-10月，上汽销量达到52.9万辆，同比增长99.4%。其中，上汽10月海外市场销量达8.7万辆，同比增长98.6%。全年海外销量有望冲击60万辆大关。（恭观）

行业领先！智己L7权威实测百公里加速3.87秒

日前，智己汽车首款量产车型智己L7在国家机动车产品质量检验检测中心（上海）的权威实测中，获得了百公里加速3.87秒、百公里制动32.69米的优异成绩，具备百万元级超跑“冲得出，刹得牢”的性能实力。

据悉，智己L7实测能进入0-100km/h加速时间3秒俱乐部，离不开高性能电机、输出特性偏后驱的高性能四驱系统等前瞻技术。前后双永磁同步电机合力迸发出431kW以及725Nm的强劲动力，足以比肩4.0T V8发动机。

同时，智己L7还拥有稳态最大侧向加速度0.968G的极限操控能力，以硬核的实力树立起智电时代性能的新标准。（东青）

企业文化“大家谈”

凝聚企业文化共识，加快形成发展合力

首席记者 阮希琼

百年汽车工业正在向“电动智能网联”汽车新赛道加速切换。

对一家科创企业来说，抢占“新赛道”的底气何在？联创汽车电子有限公司总经理邱国华和党委书记李辰豪表示：形成文化共识，是企业不断前行的动力。

《上海汽车报》：作为上汽集团的科创企业之一，联创汽车电子如何看待“新上汽”企业文化中的“用户为本”？

李辰豪：作为一家科创企业，我们一直坚持用户为先，这是联创汽车电子所有员工的共识所在。这种共识源自公司自主创新的初心，厚植于15年以来致力突破“卡脖子”技术的发展历程，是我们快马加鞭、始终向前的重要动力。正是一群群联创人朝气蓬勃、艰苦奋斗，公司逐步完成在智能网联汽车决策、执行及网联三大核心系统的前瞻布局，打破了国外巨头

的垄断，将核心技术牢牢掌控在自己手中。团队坚信“销量就是尊严”，产业化能力成为公司最大的竞争力。目前，联创汽车电子的技术产品全部实现了产业化落地，已形成“自我造血”的良性发展态势。

联创汽车电子致力于为智能网联汽车提供先进、更优的系统解决方案，正体现了“用户为本”的文化。目前，公司已拥有131项核心专利技术，并获得了中国汽车工业科技奖、上海市科学技术奖等多项荣誉。产业化方面，第三代EPS产品累计销量已超过50万件；ESC/ABS

搭载在五菱宏光MINI EV上，累计销量近50万件。同时，胎压传感器正加快向年产销1000万件目标迈进。

《上海汽车报》：作为一家科创企业，联创汽车电子如何发挥人才的重要作用？

邱国华：创新之道，唯在得人。有了人才，更要给他施展才能的舞台和相应的机制。

联创汽车电子设立六个事业部，每个事业部的技术带头人都如同一家科创公司的创始人。这些带头人得到充分授权，直面市场挑战，不仅要负责技术路线规划和产品研发，还要协调整个事业的发展策略、产品落地、推广等一系列工作。

构建起扁平化的事业部制，目的是把每个事业部都孵化成一个科技小巨人。现在，我们每个事业部都有一个名字。比如，智能转向

iEPS已成为自主品牌销量冠军，称为“领跑小巨人”；智能制动的iBS突破了核心技术瓶颈，称为“突破小巨人”；智驾控制iECU通过技术和产业链的纵横连横，实现了全功能等级的智能驾驶系统和产品系列全覆盖，称为“纵横小巨人”；智能网联iBOX作为后来者，在5G时代成功逆袭，称为“逆袭小巨人”；智能控制iCS拥有定制化控制器平台自主研发和量产的丰富经验，应用于传统汽车、新能源汽车、智能网联汽车，称为“跨越小巨人”；智能胎压iWS历经15

年极致技术打磨和市场拓展，正在向全球前三名的目标极速前进，称为“超越小巨人”。大家在不同的赛道上你追我赶，相互鼓励，奋勇争先。

除了带头人，我们还聘请了行业顶级专家组成智库。他们在提供咨询指导意见的同时，也帮助企业在智能网联市场上更好地聚集人才。

《上海汽车报》：联创汽车电子如何将“新上汽”企业文化与自身企业文化相融合？

李辰豪：企业文化是员工认识公司的第一张名片，尤其对于年轻员工来说，他们如果觉得企业的文化是与时俱进的，是接地气的，那么他就会觉得这个企业是可以信任的。这次上汽集团的文化焕新，形式上虽然简化了，但内涵却更加深刻、丰富，鼓舞人心，不仅契合了新时代、新赛道的特征，更展现出蓬勃的生命力和强大的凝聚力，更容易为年轻员工所热爱和认同。

联创汽车电子的定位是成为汽车智能网联控制系统的领军者。今年，我们提出“成就彼此，联创未来”，就是对企业文化共识的传承和深化，瞄准新赛道，为员工、用户和伙伴创造新的价值，这与“新上汽”的企业文化元素具有高度的一致性。今后，我们将根据企业发展的不同阶段，不断丰富文化内涵，打造更多践行企业文化的载体，使之成为凝聚共识、推动发展的重要力量。