

央视《焦点访谈》聚焦上汽集团新能源汽车发展近况

新能源车成为领跑新赛道突破口

首席记者 阮希琼
见习记者 张卓然

日前，央视《焦点访谈》栏目专门报道了上汽集团依托长三角“一体化”优势，打造出一条自主可控的新能源汽车产业链。中国中央广播电视总台是中国影响力最大的媒体平台。《焦点访谈》栏目则一直是体现国家政策导向的“风向标”。

发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路。上海已经成为新能源汽车

研发创新和集成中心。在科技创新资源支持下，上汽捷氢科技公司推出的最新一代M4燃料电池平台已实现100%国产化，性能指标达到全球先进水平。依托长三角区位优势、资源优势和人力资源优势，上汽把新能源汽车的生产、测试、核心零部件产业链放在整个长三角地区，布局了数百家企业和生产基地。

数据显示，今年1-10月，上汽集团新能源汽车销量超过55万辆，同比增长187%，在国内

汽车行业继续领跑。特别是10月份，上汽新能源车终端交付量达8.2万辆，同比增长131.2%，创造了新的纪录。在欧洲，今年以来，上汽自主品牌新能源车销量已经超过2.7万辆。此前，上汽公布新能源汽车发展战略规划，到2025年在全球实现新能源车销量超过270万辆，占上汽整车销量的比重不低于32%。

事实上，新能源汽车正成为上汽集团领跑新赛道的突破口。伴随着众多利好消息，多家

证券机构看好上汽集团的发展后劲。

据不完全统计，最近90天内，共有24家机构给出评级。其中，“买入”评级17家，“增持”评级7家。中信证券指出，上汽集团当前正处在战略变革的关键期与加速期。后续，上汽自主品牌将开启新一轮车型投放。同时，新一代“三电”技术和自动驾驶汽车产品也将逐渐亮相，公司的体制机制变革将有助于市场重新认知上汽转型的魄力和能力。

上汽自主创新获国际认可

“2021年国际汽车工程师联合会技术领导力会士”称号颁发

11月10日，上汽集团副总裁、总工程师祖似杰荣获了由FISITA国际汽车工程师学会联合会颁发的“2021年FISITA技术领导力会士”称号。

FISITA被誉为世界汽车技术的最高殿堂和各国汽车工程师学会的“联合国”。“FISITA技术领导力会士”称号旨在表彰全球汽车业领袖为推动汽车产业的区域融合和产业革新所做出的杰出贡献。

获得会士荣誉，不仅是FISITA对上汽集团总工程师个人工作的认可，更是国际上对近几年上汽集团坚持自主创新，为推动全球汽车产业创新发展做出贡献的表彰。

（尚宣）



企业文化“大家谈”

绿色发展与科技创新是关键驱动力

首席记者 阮希琼

今年是延锋全面全球化的元年，也是延锋成立85周年。面向汽车产业的新一轮变革，延锋布局了“协同”“聚变”“永续”

《上海汽车报》：在“新上汽”企业文化中，哪条感触最深？

贾健旭：在“新上汽”企业文化中，“绿色”“科技”是愿景使命中的关键词。在延锋，“绿色”“科技”也是驱动公司创新转型的关键动因。

“绿色”关乎企业的生存发展，更关乎企业的社会责任与担当。延锋加入联合国全球契约组织，作出社会责任承诺，发布2020社会责任报告，推动延锋生态圈承担更多社会责任、环境责任及经济责任。延锋制订可持续发展战略路

“创新”四大战略支柱，将“一个延锋”向全球化纵深发展。

在创新转型的过程中，上汽的文化焕新对其发展有何引领作用？延锋总经理贾健旭给出了答案。

线图，致力于绿色、低碳、循环发展路径。具体来讲，公司通过开源、节流两手抓，持续推进减碳、减排行动。在能源结构上，不断进行优化，提升外购绿电占比，推广工厂屋顶光伏发电。在能源效率上，通过数字化转型，利用人工智能监测和控制进行二氧化碳减排；同时，在工厂推行节能技术，每年持续提升能源效率3%-5%，力争2040年在全球业务范围实现

“碳中和”。

“科技”驱动创新转型，在延锋，“创新”是我们的核心价值观之一，也是四大战略支柱之一。2020年，延锋国际汽车技术有限公司焕新出发。在产品领域，公司加大创新投入，成立延锋国际技术中心，整合资源集成创

《上海汽车报》：如何引导员工，让员工更认同上汽集团新文化？

贾健旭：企业文化的落地是一个认知、认同、践行的过程。

在认知上，一方面，延锋积极推进上汽集团新文化目视化上墙。另一方面，延锋继续依托iCulture全球企业文化建设平台，开展员工喜闻乐见的文化活动，推进新上汽企业文化传播，提升员工对企业文化的知晓率。

在认同上，新上汽企业文化是一次变革，

新，加强跨产品领域、跨区域协同开发，致力于用科技引领产品转型。在数字化领域，延锋形成数字化转型基本框架，通过数字化研发、集成化设计、智能化制造、全球化协同和个性化定制，使数据贯穿各个环节，驱动企业高质量发展。

顺应汽车行业“新四化”趋势，对上汽、华域、延锋未来的发展具有重要引领意义，延锋管理层高度理解并从思想上与集团保持一致，同时引导全体员工提升对上汽企业文化的认同。

在践行上，延锋管理层率先垂范，积极倡导，带头实践，将上汽企业文化渗透到工作的方方面面。通过延锋的企业文化、战略规划、

核心能力、考核制度等落实到全体员工的行為中，真正把上汽

企业文化转化为員工的行為习惯，最终达成企业文化的落地。

《上海汽车报》：驶入新赛道过程中，延锋自身文化有何转变？如何将“新上汽”文化与自身企业文化相融合？

贾健旭：我们的使命是“延锋，共创美好汽车生活”。站在行业前沿，延锋正敏锐捕捉科技与人本的结合，将绿色的理念、创新的智慧、美的品味、无处不在的关爱注入汽车，让用户体验到驾乘的愉悦，携手延锋生态圈共创美好汽车生活，这与上汽新愿景使命价值观契合相承。

面对行业发展趋势，延锋布局了四大战略支柱：围绕“协同”，公司进一步整合全球资源，力争把区域优势转化为全球优势，赋能于人，激发组织活力；围绕“聚

变”，加强全球能力，驱动全球化发展和业务提升，不断适应新事物，调整自身行为，有效应对变化；围绕“永续”，延锋勇担企业社会责任，确立“碳达峰”目标，明晰可持续战略路线图，为公司带来可持续发展动力；围绕“创新”，延锋拥抱变革，危中寻机，鼓励全员参与，激发创新思维，驱动产品创新、制造创新、管理创新。

面向新赛道，延锋将进一步围绕“用户为本、伙伴共进、创新致远”，力争用行动“引领绿色科技，逐梦精彩出行”。