

落实干部大会精神 · 抓开局 抢先机

1月销量达9021辆

上汽红岩销量创历史新高

本报记者 严瑶

上汽红岩传来好消息：1月，红岩重卡销量达到9021辆，较去年同期的4007辆实现了翻倍式增长，创下历史新高。

2020年最后一个季度，上汽红岩每月分别交出0.63万辆、0.7万辆、0.81万辆的成绩单。至此，上汽红岩成功完成全年8万辆的挑战目标。这个数字，足足是上汽红岩“十二五”末（2015年）8000余辆的10倍。

即便如此，上汽集团副总裁、上汽红岩董事长蓝青松依然对红岩提出了高要求，要团队摒弃“小富即安”的心态，拿出打破现有局面的决心。

再创历史新高

“10万辆保底！”这是上汽红岩在开年喊出的销量目标。目前，上汽红岩重庆生产基地开足马力，满负荷生产。

根据上汽红岩“十四五”规划，2021年，上汽红岩要力争销售10万辆，市场份额达到8%；2023年力争销售12万辆，市场份额达到



10%；到2025年，销量力争达到15万辆，市场份额达到16%，并挺进重卡行业第一阵营。

牵引车市场一直是上汽红岩开拓市场的重点。今年1月，上汽红岩销售牵引车2875辆，同比上升86%。楼建平表示，上汽红岩要继续“逐鹿中原”，也就是逐鹿“两山两河”，即河南、河北、山东、山西。

目前，上汽红岩已推出杰狮H6、杰虎H6和杰豹H6三大车型，并持续推进第六代车型的全系列化。“但从结构上看，上汽红岩还需要加快调整的速度。”楼建平表示，2021年首先要有危机意识，其次要补足产品的薄弱环节。

此外，在新能源车方面，上汽红岩力争在2021年

做到行业第一，销量超5000辆。据楼建平透露，公司目前已有20多个合作项目。

发力海外市场

虽然全球疫情仍在持续，但上汽迈向海外的步伐并没有停滞。除了在乘用车领域保持产品优势外，上汽在海外商用车市场上也开始发力。

1月26日，重庆两江新区，一场振奋人心的签约仪式展现出“开年即战”的精气神——“交付100辆，再签200辆！”上汽红岩开年首笔出口大单落地非洲刚果（金）矿业公司。这也让公司今年1月出口订单数量达到500辆，迎来“开门红”。

“上汽红岩合作的刚果（金）矿业公司，是一家矿

山剥离企业，随着业务拓展，加上矿山异常复杂的工况，急需一批皮实耐用、高性价比的重卡。”上汽红岩相关负责人告诉《上海汽车报》记者，基于之前采购的近百辆上汽红岩自卸车的使用情况，这家海外公司对红岩车辆在承载性、安全性、可靠性等方面的表现十分认可。“这一次，上汽红岩又为他们打造了个性化的产品解决方案和售后服务量身定制方案，更加深了客户的满意度和信任度。”

2020年是上汽红岩实现市场突破之年，重卡年销量首次超过8万辆，同比增长38%；产值首次突破200亿元大关，同比增长41%；在“一带一路”政策指导下，在保持国内市场高速增长的同时，2020年海外出口量也保持了51%的增长幅度。

近几年，上汽红岩积极融入国际、国内“双循环”发展格局，企业产销量频频创出新高，实现了从简单贸易出口到KD本地化生产的贸易转型。上汽红岩总经理楼建平表示，“今年，出口业务将会继续提升，力争全年出口销量增长100%，出口销售额超10亿元。”

别克与凯迪拉克

1月均实现销量开门红

近日，别克品牌发布最新销量数据。据悉，别克品牌1月共销售86910辆新车，同比增长26%。

其中，别克GL8家族创下同期历史最高纪录，GL8艾维亚、GL8陆尊、GL8陆上公务舱等车型1月共计销售17790辆，同比增长25.5%。别克SUV家族1月份共计销售21296辆，君威实现销售14649辆，英朗典范与英朗轻混动车1月销量达27398辆，同比增长172%。新能源汽车方面，别克微蓝新能源家族1月共计销售2490辆。其中，微蓝6插电式混动车环比增长64.8%。

凯迪拉克近日也发布了2021年1月销量数据。官方数据显示，1月凯迪拉克共计销售汽车23200辆，同比上一年增长

18.4%，已连续9个月实现月销量超过20000辆。在终端销售方面，零售销量同比上一年增长65.7%。

具体到车型，凯迪拉克SUV阵营的XT4、XT5、XT6车型1月共计销售14475辆，同比增长19.2%，销量占比超过60%。其中，紧凑型SUV凯迪拉克XT4 1月销量为6718辆，再创单月销售历史新高；中型SUV XT5 1月销售4910辆，同比增长12%。

轿车方面，凯迪拉克CT4、CT5、CT6三款车1月销量达8726辆，同比上一年增长17.1%。其中，中型车CT5单月销量达5800辆，同比增长23.6%，连续5个月销量超过5000辆。

（宗何）

雪佛兰启动全新MyLink+智能车载互联系统OTA远程升级

近日，上汽通用汽车雪佛兰品牌宣布，正式启动全新一代MyLink+智能车载互联系统OTA远程升级，惠及雪佛兰开拓者、新探界者、全新迈锐宝XL和新一代创酷4款主力车型，将实现22项功能的更新，包括语音识别服务的升级、多媒体播放能力的提升、新增主动触达交互方式、引入海量生态伙伴等，全面提升产品功能和交互体验。

雪佛兰此次启动的OTA远程升级涵盖四大升级亮点。更新的功能中，新增的“一键注册”功能可实现车机账户、安吉星账户及品牌俱乐部账户一键同步注册，同时提供智能管理多个用户账户，不同账户间可自由切换。“个性主页”功能可通过场景式触发和卡片式交互方式，主动、快捷地将信息呈现给用户，契合驾驶场景的交互需求。（童勇）

新宝骏跨界潮玩圈

1元下订购车得限定盲盒更享壕礼

2月1日-28日，新宝骏联合Y-NUTS强势开启“牛势当潮，智趣新春”活动。作为首次跨界潮玩圈的年轻品牌，新宝骏携全系标配智能网联、搭载智能驾驶系统的多款车而来，1元下订购车得限定盲盒，更有多重好礼相赠。

在新宝骏APP和小程序、天猫新宝骏汽车官方旗舰店、京东新宝骏汽车官方旗舰店线上参与“1

元下订”新宝骏车型的用戶，即可享受1元抵1000元购车金福利，购车还可获得牛年限定盲盒。此外，新宝骏还为用户准备了多重“壕”礼：置换补贴至高10000元、金融贴息至高6400元、购指定车型享3年7次免费保养、指定平台下订购车享2500元消费红包、下订购车赢取新宝骏新春限定礼盒。

（宗何）

上汽大众ID.4 X预备营培训开启

帮助MEB专属销售精英掌握产品亮点及销售流程

上汽大众ID.4 X预备营培训近期在经销商培训中心举行。本次培训面向首批249家代理商、500余名MEB专属销售精英，帮助MEB专属销售精英掌握ID.4 X产品亮点以及全新的销售流程。

学员们来到本次培训特设的MEB专属教室，底盘实物搭配CG视频直观展现了MEB平台优势；围绕未来设计、数字座舱、奢享空间、MEB纯电四个维度进行的实车绕车讲解，使学员们边看车、边学产品亮点。授课老师通过和竞品的精准对比，让学员们掌握了ID.4 X的核心优势所在。学员们真实模拟客户ID.Hub下订步骤、演

练大众e销业务流程，分析和探讨如何提供优秀的服务，促进客户意向金支付。在代理制营销模式workshop中，学员们积极代入工作场景，讨论实际工作中可能遇到的问题，业务专家也来到现场答疑解惑。

本次培训特别规划了展厅真实场景演绎环节。通过设置不同的客户类型，学员们全流程演绎从线索筛选、预约看车、展厅接待到产品讲解、意向促进、意向金客户关系维护，把知识切切实实转化为展厅销售技能。

培训开始前的课前考试，考查学员对预订网络直播培训的掌握程度，让学员



ID. Store X成都展厅

带着压力、有的放矢地开启培训；课后考试则考查学员对所学知识的掌握程度，通过考与练的结合，夯实产品与流程基础知识。培训中，MEB专属销售精英们全情投入、积极学习演练，大家对

ID.4 X充满信心。

本次培训为代理商开启预订工作打下了良好的人员能力基础。随着ID.4 X上市的推进，公司还将组织集中培训，助力ID.4 X的销售。（达仲）