

叶虹的奇幻漂流

访2020年度上汽集团三八红旗手标兵叶虹

首席记者 李修惠

榜样的力量

乘风破浪的她



Surprise!

“听到这个消息的时候，我只有一个感觉：Surprise！”去年3月，当上汽国际的领导询问叶虹是否愿意前往上汽欧洲公司负责经销商网络发展的时候，叶虹说，“那一刻，我完全没有反应过来。”

国际经营是上汽集团在“十四五”期间的重点业务，而欧洲市场更是上汽全球布局里的重中之重，负责欧洲地区的经销商网络开发无疑是个重任。

问题的关键是，已担任十年数字信息部总监的叶虹，对经销商管理知之甚少。“新的工作内容不但超出了我的知识范畴，也意味着我要从本部的支持性部门走向海外的一线岗位。叶虹说：“这个挑战难度很大，但领导给了更大的鼓励和支持。他早上提出新岗位的建议，当晚就组建起队伍，为我提供支持。”

这支队伍中不乏来自上汽大众和上汽通用的挂职干部，他们在构建、管理经销商网络上有着丰富的经验，让叶虹受益颇多。“从最基础的概念到自己摸索出

开栏的话

榜样是一种力量，催人奋进；榜样是一面旗帜，鼓舞斗志；榜样是一座灯塔，指引方向。

新时代，需要奋斗者和创业者。从本期开始，《上海汽车报》特设《榜样的力量》专版，对上汽集团旗下奋战在各个岗位的奋斗者和创业者进行特别报道，讲述他们的故事，致敬平凡中的不平凡。

的经验，他们事无巨细，对我倾囊相授。”

多次“从0到1”

“人生没有‘完全准备好’的时刻。”叶虹说，她在面对“没有完全准备好”的那一刻时，自己“最多有点懵，但一点也不畏惧”。

毕竟，她经历过更大的风浪。2010年，不会写代码的叶虹接到了一个新任务——成为上汽国际数据信息部总监，从零开始，组建起一支IT队伍。

对于大学主修德语的叶虹而言，除了最初的翻译工作，此后每一次岗位变动都是反复“从0到1”的过程。她早就习惯了以“一张白纸”的身份走向公司最需要她的岗位。

叶虹虽然从事过翻译、采购、销售等工作，但她总觉得IT是个有“准入门槛”的行当，不但要学会编程，还得懂技术。但她很快在实践中找准了自己的定位：“现在的IT行业早已不拘泥于性别或者是否拥有相关学历。带领企业进行数字化转型的过程中，更需要你拥有领军人物的战略思路，有快速学习、协调、沟通、调动资源的能力。”

渐渐地，在叶虹的带领下，数据信息部为上汽国际先后打造出全

球第一个贸易解决方案SAP系统、泰国KD项目系统、全球带移动端应用的办公一体化管理系统OA系统、海外总代理模式下全球经销商管理系统GDS、第一个独立自主开发的海外配件管理系统DCS（中东）等项目。

由于很多数字化系统需要在海外市场应用，叶虹克服不同国家和地区在时差、工作习惯上的差异，主动了解各国政治、经济、文化，与海外营销一线保持积极沟通，利用信息化手段全力支持海外一线的工作，出色完成了多个系统的上线工作。

在带领团队打造一套套数字化系统的过程中，叶虹“从0到1”，了解了上汽国际的一线业务。现在，她要再度迈入一个自己不熟悉的领域，从零出发，亲临一线、深入一线。

“超出想象”的新体验

去年10月，叶虹飞抵欧洲。当时正值欧洲新冠肺炎疫情第二次暴发的困难期，叶虹感慨：“这次外派的困难程度超出了我的想象。”

一方面，受疫情影响，德国所有的餐厅都关门歇业，叶虹和同事们只好自己去超市买食材，亲手下厨。

“另一方面，国



内、国外的‘玩法’不一样，这是两个完全不同的市场。”在国内，主机厂处于绝对强势的地位；但在欧洲，主机厂和供应商关系更平等，更像是合作伙伴。“MG在德国市场‘初来乍到’，在老牌经销商面前处于弱势也是很正常的。”叶虹补充道。

就像风投公司考察项目时，最关注的是项目创始人的性格和处事方式“合不合眼缘”。当一个自主品牌试图敲开成熟汽车市场的大门，优秀的经销商也一定在意这个品牌管理层是否有“眼缘”。

“十足的诚意和不卑不亢的态度很重要。”叶虹说，领导当初选择外派德国的员工时，特意选择了德语流利、熟悉德国文化的人。最终，这家资深经销商被叶虹他们打动，选择成为MG品牌在德国的合作伙伴。

君问归期未有期

同事们提叶虹，都

说她喜欢笑，也喜欢聊天，大家心里有苦恼的时候，很愿意找她倾诉。有人半开玩笑地说：“领导派叶虹总去

欧洲是‘一举两得’。在海外一线奋斗的员工，多少都会有在工作和生活上的压力。叶虹不仅有很强的工作能力，还是一个很好的倾

诉对象。”

无论身处何处，叶虹都同时过着中国和欧洲两个时区的生活，通过邮件、微信和视频会议处理着两边的工作。见叶虹回来了，部门里的业务骨干抓紧这来之不易的“面对面”机会，每天和她讨论业务，到晚上九十点才肯放她回家。

转眼间，叶虹又要赶回德国。

君问归期未有期。“今年任务可重了，上汽欧洲公司今年要在德国建立100家网点，差不多每3天建立1家。”虽然叶虹到现在依旧不会写代码，但在数据信息部这些年的工作经验已刻在了她的骨子里。“网发领域的很多环节，我看都能上线。回到德国后，必须带领大家打造一个数字化平台，这样才能更直观地监测、掌握业务。”叶虹说着，自己就笑了，“现在，我越来越理解领导为何会让当时完全不懂网发的我去欧洲管理这件事了。”

“叶虹是一位非常有大局观和创新精神的同事，当初派她到欧洲就是希望她能把跨界的思考和对新营销模式的探索运用到新岗位上去。”上汽国际党委书记、副总经理赵爱民说，上汽在欧洲销售的都是新能源车型，正是需要模式创新的时候。