

青年来主唱，“吐槽”来和声

十周年，他们为上汽大通庆生

本报记者 顾行成

从一个仅有百余人的项目组，到如今成长为一个拥有近万名员工的中国汽车定制专家企业；

从起步时每两年才能推出一款新车，到如今一年推出两款全新产品，形成“五个整车平台+新能源汽车业务+房车出行平台”格局；

从卖出第一辆车像卖出一架飞机那么兴奋，到如今笑看“MAXUS”遍布全球50个国家和地区。

今天，上汽大通10岁了。

1 用“吐槽”来
为庆生和声

不少员工，大学毕业就步入了上汽大通的大门，从那一刻起，一路伴随着企业成长前行。

十年回首，自己依旧是曾经那个少年，挥斥方遒，激情满怀，共情（YES）、共庆（I）、共行（DO）。

就在上汽大通“过生日”的前两天，一场别开生面的辩论会在上汽大通园区内举行了，“吐槽”就是这场辩论会的主题。“领导无节制安排任务，我们应该还是不应该拒绝”“在工作中，是表扬还是批评更能令我们成长”，这两场辩论“针尖对麦芒”，平时很多只能在私底下议论的话题，被上汽大通的青年们拿到了台面上来辩论。

没错，在公司“十周年”的时候，组织青年员工吐槽公司，这正是上汽大通别具一格的庆生彩蛋之一。

也许有人会说，在公司“十周年”这样一个有特殊纪念意义的时刻，让青年员工来吐槽公司，是不是不太合适？

但也有人认为，在“十周年”这样一个时刻，正是反思过去和展

望未来的最佳时机。上汽大通才10岁，年轻、开放、包容才是上汽大通一直以来的标签。

任何一家企业，都避免不了员工抱怨的现象，尤其是一个大胆探索的企业。上汽集团副总裁蓝青松曾经表示，“提意见就能把公司提关门，我还没见过这样的例子。关键是员工提出意见，我们能解决掉。”

“通通来吐槽”这个平台，正是在这样的背景下孕育的文化产物，上线仅一天，就有近4000人次对那些确实存在于工作及生活中的问题发表了自己的见解。

线上“吐槽”还不过瘾，那就线下来约战。

据统计，共有781人次参与话题线下报名，其中，59名选手被邀请参与线下培训及预赛，有19名选手脱颖而出。

“任何时候，都不可能杜绝吐槽现象的存在，我们做的就是要将吐槽转化为改进工作的抓手。”有人表示，“抓住青年人的兴趣爱好，听取青年人的声音，就等于抓住了打开企业发展关键之门的金钥匙。”

2 拔河，盲盒，文创，
清空购物车解压

青年人活泼、爱玩，同样年轻的上汽大通，庆祝生日的方式自然也只是传统的“周年庆套路”。这几天，上汽大通陪着员工们一起玩，各种传统的、流行的元素一个都不少。

拔河是上汽大通员工业余文化活动中较常见的一种形式，借着“庆生”十周年，上汽大通以“一根绳、一股劲、一条心”为主题，在上海、无锡、溧阳、南京四地同时开展拔河比赛，部门总监挽起袖子带头上场，震耳欲聋的加油声响彻赛场，一支支士气高昂的队伍，十年征程一同行来，又相约再前行。

对未来的希望、憧憬和渴望，一起被浓缩在一个小小的盲盒里。3月12日，公司四个基地同步派发郁金香“盲盒”200份，部分基地的“盲盒”仅10分钟就被全部领完。

上汽大通还为每一位员工准备了“十周年”礼物。“你是非酋，还是欧皇？”15款车模随机塞进盲盒，一发入魂的快感，让人欲罢不能；26款个性化

杯面文案，随机翻转好运，“年轻人不讲武德”，连马克杯都要别具一格；“十周年”纪念外套，谁说纪念服装一定不会好看……

分享公司“十周年”主题内容，员工们还有机会参与“大通锦鲤”活动，仅3小时就有7884人次参与，幸运儿可在公司园区便利店限时抢购一定金额的商品，上汽大通会帮着清空“购物车”。

用组织者的话说，每一项活动、每一件礼物都是青年人设计和精心挑选的。员工怎么开心，我们就怎么玩，用温情脉脉的方式“套牢”员工。

亲眼看看自己的劳动成果，体验下自己为之奋斗的企业在“中国智造”上取得的傲人成绩，同样能振奋人心。

同样年轻的上汽商用车技术中心，推出“十年征程，砥砺前行”智能科技品鉴巡展”系列活动，活动设有四个展示环节，现场还有试乘试驾活动，动态和静态体验相互结合，让员工与企业同呼吸、共脉搏。

3 青年做主角，
党政工团搭台做推手

这几天，走在上汽大通任何一个园区、任何一个角落，哪怕是随便翻开一个下属企业或部门的自媒体公众号，都能强烈地感受到这一信号：“这里，青年才是主角！”

而这一次独特的“庆生”活动，正是上汽大通党政工团“四维一体”搭建后台，同频共振、一起推动的成果。

2021年，不仅恰逢上汽大通成立十周年，更是上汽大通业务转型升级的关键之年。上汽大通党支部围绕客户、探索、成长、合作、感人五个主题深情讲述《我们的故事》，回顾十年来，大通人在工作、学习和生活上的不简单、不容易、不平凡，充分展现大通人的韧性、勇气和智慧。

在线上，“i大通”面向全体员工开展“点亮你心中的故事”征集活动；线下，各支部深入到员工群体中，通过组织生活、党员轮流讲故事，在活动期间共收集到464则故事。一周内，在员工中共产生了2万余次互动点赞，热情空前高涨。

十年来，上汽大通人身边的那些值得回忆的点点滴滴，再一次被组织挖掘、点亮。

在上汽大通，因为C2B业务模式的倒逼，公司组织全员前插，不断提高员工的客户经营意识。部门之间的壁垒被打破了，上下左右的沟通更有效率了，组织的手脚束缚也相应减少了。组织工作和业务工作一起谋划，一起部署，良性互促，组织的活力也大大地提升了。

借“庆生”之际，上汽大通拉开了员工赋能的大幕，多维度、全方位，动态推进全员赋能。“这一次庆祝活动，上汽大通的10000余名员工100%参与，全情投入，无一人缺席。”组织部门的相关人士自豪地告诉记者。

十年，上汽大通的发展史才刚刚开启；十年，见证着所有大通人的成长史。依靠拧成一股绳的决心，大通人无畏难、勇担当，并肩奋战；面对未来的挑战，大通人更有拧成一股绳的韧劲，不松劲、不放弃，创新突破。十年征程，砥砺前行！