

## 传薪火，开新局 上汽集团举办纪念“五四”运动102周年主题活动

## 让青春在奋斗中焕发绚丽光彩

本报记者 林安东

5月12日，上汽集团纪念“五四”运动102周年主题活动在上汽培训中心举行。活动以“建党百年传薪火，青春献礼开新局”为主题，对2020年度上汽“十佳青年标兵个人与集体”和“优秀青年标兵个人与集体”进行了表彰。上汽集团党委副书记、副总裁周郎辉，上汽集团政工部室、各企业党组织、各

单位团组织负责人和团员青年代表出席会议。

围绕“立足一个宗旨、总结一套方法、锻造一支队伍、凝聚一股力量”这“四个一”的工作思路，上汽集团团委负责人贾小雨在汇报过去一年的工作中列举了在全国范围内开展“团团购”活动、招募“享道出行深度体验官3.0”，以及组织智己汽车“青年品鉴官”等工作案例，总结出“只有

围绕中心才能找准方向，只有服务大局才能体现价值”的工作体会。上汽团委号召广大团员青年进一步与集团发展同向同行，在上汽创新转型发展的第一线建功立业。

赛可出行党总支书记、总经理吴冰代表党组织书记交流了党建带团建的相关做法，尤其是做好青年工作为企业发展所带来的真实价值。上海捷氢科技项目管理总监余意、

上汽通用五菱品牌事业部副总经理周研、上汽大众总装规划员靳上分别交流了自己投身氢能技术研发、塑造“人民需要什么，五菱就造什么”的品牌新形象和作为深度体验官参与享道出行运营数据分析的成长故事。他们在探索中更加深刻体会到，在公司创新发展的大舞台上，青春可以大不同。

周郎辉在讲话中指出，上汽团青工作是“为

党赢得青年，为企业赢得未来”。希望上汽青年要更加深刻地把握产业潮流和集团发展大局，在实干中“追求卓越”，在肩负重任时“放飞梦想”。希望各级团组织要更加紧贴经济工作和青年特点，在创新发展中“激发青年活力”，在凝心聚力中“赢得青年认同”。希望各级党组织要解放思想、大胆探索，为青年实践创新搭建更广阔的舞

台，为上汽青年成长、成才创造更多机会。

结合党史学习体会，周郎辉勉励上汽青年进一步坚定理想信念，加强学习实践，在“强手如林”的市场竞争中，加快成长为“知行合一”的上汽新青年；在上汽“十四五”发展的新起点上，主动担当创新发展的生力军和突击队，为上汽发展新征程谱写新篇章，以优异成绩庆祝建党百年。

## 上汽集团突围“软件汽车”，亮相“中国品牌日”

## 品牌向上与“数字化”共生

本报记者 严瑶

“香氛、音乐、灯光，甚至是智驾功能，有了这个App，你可以自定义个性化的驾驶模式，这些功能可以随意选择和调节。”5月10日，在“中国品牌日”上汽集团展台，一位观众正在进行车辆智能场景的编辑与创建。通过“场景工坊App”，根据个人喜好选取的功能模块很快组合成了独一无二的驾驶模式，并同步到车机上，一辆极富个性化的智能汽车便打造完成。

在数字化浪潮下，如今拥有海量应用软件、“千人千面”体验、贴心入微服务的“软件汽车”，已经初露峥嵘。

今年，上汽集团在展台最显眼的位置摆放了一辆透明汽车，内里含有“独步业内”的中央集中式汽车电子架构、汽车SOA软件平台等最新技术。据悉，SOA软件平台可以调用汽车上的近千个硬件，提供庞大数量的应用场景，带来像智能手机那样的海量应用软件。

除了为普通观众提供的简单模块功能体验外，针对专业开发者，上汽零束SOA软件平台打造了

车辆应用专业开发工具IDE，通过标准化的开发流程为专业开发者提供高效、敏捷的开发环境。“展区内的IDE展台展示了SOA开发工具的整体开发环境，可以让专业开发者快速了解SOA开发平台。”上汽相关人员介绍，汽车会从一个“硬件为主”的工业化产品，焕新成为一个自学习、自进化、自成长的“软硬兼备”的智能化终端。

目前，上汽零束已经为开发者开放了680项车端服务、980项云端服务、260项数据服务，覆盖车设车控、智能驾驶、信息娱乐等20余个领域。在此基础上，上汽零束和首批1万名开发者一起，携手打造了数十个智能汽车专属应用场景、几百个用户“千人千面”模式，以及部分典型的汽车智能化应用。

据悉，“十四五”期间，上汽集团计划在智能电动等创新领域投入3000亿元，全力推进电动智能网联汽车技术的产业化发展。不久后，这些创新技术将落地智己、R汽车等多个整车品牌，以此展现上汽向高科技企业全面转型的创新形象。



## ■一孔之见

## 从用户角度看品牌塑造

今年的中国品牌日，上汽集团的亮相方式充满了“科技范”：一辆透明汽车和几块触摸屏，让观众直接来到“软件定义汽车”的未来。上汽集团用这种方式告诉大家，品牌中的“科技”含金量正在与日俱增。

然而，在现场沟通中，观众仍然对“SOA”“全栈式”这些专业名词感到云里雾里。在一场直播活动中，零束公司的工作人员试图用“花博会”的概念进行解

释。嘉宾们刚一点头，很快又陷入专业名词的包围中，只能在表情中写出大大的“听不懂”。

记者感到，在品牌塑造过程中增加科技含量是一招妙棋。但是，在沟通过程中要让用户听得懂、记得住。千方百计说清楚的深度思考，其实也是一种用户思维的体现。让用户听得懂、记得住、用得爽的高科技，才能吸引更多开发者为之付出心力，实现快速迭代。（贝塔）

新能源汽车月销量增4倍，海外市场销量、口碑双丰收  
4月份上汽销量继续涨

上汽集团日前发布了4月份产销快报。数据显示，4月份，上汽实现整车销售41.95万辆，保持同比增长。今年1-4月份，上汽整车销量达156.2万辆，同比增长42.4%，行业龙头地位稳固。

4月份，上汽新能源汽车销量达5万辆，同比增长432.2%，实现国内新能源汽车销量月度冠军“四连庄”。其中，五菱宏光MINIEV销售近3万辆，上汽乘用车旗下荣威、MG、R汽车品牌新能源汽车销量持续破万。随着五菱宏光MINIEV马卡龙、上汽大众ID.4 X等全新产品加快发力，今年全年，上汽新能源汽车销量有望首次突破50万辆大关。

4月份，上汽海外市场销量高达4.29万辆，同比增长62.6%。其中，自主品牌海外市场销量达到2.9万辆，同比增长127%。MG品牌海外市场销量同比增长93%，继续位列中国出口单一汽车品牌第一，并成功晋级以色列“2021年度最佳品牌”，旗下纯电动

SUV MG EZS荣膺比利汽车协会“年度最佳电动车”。上汽大通MAXUS海外市场累计销量超过10万辆，在欧洲、澳新地区、美洲市场均实现累计销量破万。

上海车展上，豪华纯电智能轿车智己L7“天使轮版”启动预售，预售价格超过40万元。在每天限量推出200辆的情况下，平均2分钟左右就被“秒杀”，连续10天共售出2000辆智己L7。4月份，高端智能纯电动车品牌R汽车的“新标杆纯电轿车”ER6交付量环比增长26.5%，继续领跑细分市场。荣威全新SUV鲸全球首发亮相，其全新律动唤醒设计颠覆传统汽车设计。MG超级跑车众筹项目获得5000余名潮流玩家追捧助力，“全球首款纯电超跑电竞座舱”MG Cyberster正式推进量产。

“五五购物节”期间，上汽集合旗下13个整车品牌，打造汽车专场活动，让创新产品、优质服务、贴心价格直达消费者。

(龚闻)