

抗疫生产两手抓，兄弟企业同频共振

# 上汽印度公司帮助制氧企业提效率

首席记者 李修惠

近日，上汽印度公司总经理 Rajeev Chaba 的一条推特引来点赞。他表示，从5月4日起，公司将为工厂员工安排新冠疫苗免费接种服务，“第一天，400多位当地员工就接种了疫苗！”

4月以来，印度新增新冠肺炎确诊病例数屡创新高，在全球范围内引起广泛关注。上汽印度公司从4月初就根据疫情最新动态、以及芯片和工业氧气的供应情况，及时调整生产计划。

然而，随着疫情及芯

片到货情况的不断恶化，4月末，上汽印度公司宣布工厂临时停工7天。幸运的是，在上汽通用五菱及上汽大通等兄弟企业的紧密协调下，一些芯片紧缺的零件已部分运至印度，印度工厂于5月6日暂时恢复了生产。

## 帮助制氧企业提升产能

张文宏医生谈及印度疫情时说，印度目前对氧气的需求胜过任何药物。很多年轻病人原本只要有 一口氧气吸就能活下来，但一瓶氧气在印度黑市的

价格飙升到了600美元。

在此情况下，上汽印度公司也决定帮助印度制造目前最需要的氧气。

4月下旬，上汽印度公司宣布与古吉拉特邦一家著名的医用氧气生产商 Devnandan 合作。仅用了一周时间，上汽印度公司的工程师就帮助 Devnandan 将其医用氧气的产量提升了 15.24%。

据悉，未来半个月内，双方会再将产能提升 25%，最终目标是将产能提高 50%。

另外，上汽集团和上汽印度公司还从中国紧急进口了一批家用制氧设

备，供公司员工及直系亲属使用，患病员工及家属对此都表示十分感激。

## 销量略受影响，依旧供不应求

今年3月，MG 在印度销量突破 5000 辆；4 月，由于疫情导致大面积封城及工厂停产等因素，最后一周的销售量几乎为零，造成4月整体销量成绩下降至 3354 辆。不过，MG 在当地上市以来，一直处于供不应求的状态，工厂和经销商手里鲜有库存，订单排到了两三个月之后。

自去年新冠肺炎疫情

在当地蔓延以来，印度汽车行业整体销量收缩 18%，但 MG 品牌在当地依旧实现逆势增长。

印度汽车市场竞争相当激烈，以和 MG 品牌差不多时间进入当地市场的韩国起亚为例，起亚在新品投放、经销商扩张等策略上都比 MG 品牌激进。为此，MG 在当地每上市一款新车，都要找到其独特的优势。Rajeev Chaba 说：“我们的客户体验是独一无二的，我们每款产品所蕴含的高技术含量，特别是智能网联化优势是我们对比竞品最大的差异

化。”

据透露，内部代号为 Model K 的 MG ZS 汽油版车型将在印度当地上市。此前，该车的新能源版本 MG ZS EV 已经上市，并在当地新能源汽车基础设施建设尚未完全成熟的情况下，依旧受到消费者的认可，体现出非凡的竞争力。印度公司全体员工对计划投产的 Model K 充满信心，将和上汽乘用车等兄弟企业的同事一道克服疫情等不利因素，确保产品质量及按时顺利投产，打造一款适合印度消费者的“精品小车”

创业路上 奋斗有我

上汽人的奋斗故事

# 画车点睛的色彩设计师们

泛亚汽车色彩材质前瞻设计团队助力 GL8 四座版量产

在 GL8 四座版概念车的发布会上，伴随嘉宾的揭幕，暮空蓝环绕着满月白的内饰座舱，大漆饰条如游龙穿梭其中，点亮整个空间。这种从传统艺术中发掘出的美与汽车工业设计交相辉映，将艺术气息带入现代设计，演化出独有的匠意之美。舞台下，观众起立，镜头闪烁；网络上，弹幕迸射，评论沸腾。询问订货的客户络绎不绝，上汽通用当机立断将四座版量产！

一辆汽车是否能打动消费者，一方面取决于汽车的内部造型设计，另一方面，则是汽车的品质感。在泛亚，有这么一支设计色彩材质前瞻创意设计团队，他们在色彩、材料、纹理等方面投入越来越多

的创意与想象。下面就通过几个镜头，来看看别克 GL8 艾维亚四座版，是怎样经过他们神奇的双手，融入了更多的前瞻设计元素，不断散发着大气悠扬、蓄势待发的优雅气韵。

镜头一：从上海大剧院出来，看完张艺谋导演的《对话寓言 2047》，设计师段然的思绪久久不能平复。团队一直追寻合适的切入点将艺术的美带入汽车行业，这场由别克出品，传统艺术与现代科技完美结合的观念之作让她豁然开朗，连夜赶出一份设计灵感笔记。

镜头二：为了拜访散落在街坊中的匠人们，设计师翁子彬走遍了福州的大街小巷，终于在北峰山遇见了如山老师——大漆艺术的非

遗传承人。“漆本木生”，传统漆器以木为胎骨，但是，这居然成了此次遇到的最大难关！车内环境不同室内，不同行驶条件也会

产生极大温差，必须要解决漆面收缩开裂问题。经过多次实验，尝试现代材质，增加附着力配方，从胎骨到最后的推光，历经数百道工序，最终打磨出别克上的这一抹蓝，呈现出手工独有的温润与幽然。

镜头三：面对实验室里整墙的瓶瓶罐罐，设计师王艺和配漆师一遍又一遍地讨论如何再调整，让金色更好地呈现出手工大漆那种富贵而幽然的光彩。汽车行业材料不比手工艺品，它在批量生产、耐久使用等方面有着严苛的标准，而金色饰条只

是汽车上几十种外观材料之一。设计师不仅要发掘出适合工业制造的工艺与配方，更重要的是守住匠意的初心。

镜头四：别克天猫官方直播间，GL8 艾维亚四座版的主题直播热度爆棚，设计师王梓作为主播与销售顾问一起，讲述每一个设计细节背后的故事。设计师登上直播的舞台，带领观众回归设计本质，将 GL8 艾维亚四座版的尊贵与艺术、独特与巧思娓娓道来，让用户都能感受到产品不一样的灼灼匠心。

这些镜头只是泛亚汽车色彩材质前瞻设计团队的一隅，整个团队秉持同心同行的设计精神，带着对艺术的敬仰、对文化的执着、对客户体验的推崇，成就

了 GL8 艾维亚四座版的成功。他们不断实现产品创新的突破，通过新能源车平台色彩材质的设计，成为了品牌设计演进的新标杆。同时，首次以数字化方式展示设计灵感故事和整车外

观方案，开创国内数字化 CMF 技术先河。从客户需求出发，以参数化设计方法为高端车型打造专属设计特征。

古人云“女为悦己

者容”，对于女生来说，美妆是她对自己的欣赏和赞美，对于一辆车来说，色彩和材质就是带给用户的效果加成。从四座版概念车到量产车上市，不断创新设计、攻克瓶颈，这个女性占了 70% 的团队，以睿智力量，知性包容，不断创新设计、攻克瓶颈，博得了用户的认同。

(段然)

## 微评



泛亚色彩材质前瞻设计团队以客户思维为导向，坚持精益求精的匠心精神，在激烈的市场竞争中乘风破浪，打造第一时间吸引客户的设计方案，助推 GL8 四座版成功上市。她们以设计力量注入产品研发，不断践行“懂客户，做对车”的理念，助力产品持续提升市场竞争力。

泛亚汽车技术中心党委书记 胡奇志