

2021年

7月4日

逢周日出版
本期16版第27期 总第1893期
上海出版 全国发行

上海汽车報

愿景使命

引领绿色科技
逐梦精彩出行

价值观

用户为本
伙伴共进
创新致远

庆祝中国共产党成立100周年特刊

百年恰是风华正茂，初心不改砥砺前行



摄影 寿俊骐

上汽集团召开2021年年中干部大会，陈虹要求进一步以“用户”为中心

奋进新征程，建设新上汽

本报记者 严瑶

“上汽要‘转思维、求变革’，全面转向用户、全面面向用户。”7月2日，在2021年上汽集团年中干部大会上，上汽集团党委书记、董事长陈虹再次强调了“用户”这个关键词。这是陈虹在近一个月的时间里，第三次明确提出要建立起直联用户的的新业务模式，前两次分别是在今年召开的资本市场沟通会和股东大会上。

从数据看，上半年，上汽集团经济运

行保持较好发展势头：整车零售增速跑赢大盘，产销结构持续优化；上汽新能源汽车销量同比增长超过400%，继续领跑全国；海外销量增长接近翻倍，出口稳居国内第一。集团主要经济效益指标增长高于销量增长，经营质量显著提升。

此时，提出“以用户为中心”的经营理念，体现的是上汽高层的深谋远虑：当前，汽车行业正经历着百年未有之大变局，在“市场演变、技术发展、行业变革”三

个维度上，发生着深刻变化。“我们面对的挑战前所未有的机遇也是前所未有的，只有一切从用户出发，不断为用户创造新的价值，才能在新赛道的竞争中继续领跑。”上汽集团党委副书记、总裁王晓秋说。

不久前，上汽发布企业新价值观。其中，

“用户为本”排在首位。“强调用户导向，就是要不断满足用户对精彩出行的美好梦想，这是我们工作的出发点和落脚点。”陈虹表示。

不难发现，在今后一段时期，以“用户”为中心，是上汽应对挑战、抓住机遇最关键的抓手。

从“标准像”到“特征像”

加快改变业务模式

在开年中干部大会前，陈虹一行来到2021上汽Tech-Show技术展现场。

与往年技术展略有不同的是，今年展会上，传统制造业范畴的零部件展品少了，数字

化产品和智能化产品更多了。有工程师感慨：“看着展台上一个个集成了各种芯片和电路的智能化产品，这就是一个高科技公司的技术展。”

本届Tech-Show技术展重点聚焦“新能源汽车、智能网联、软件与数字化、智能制造”四大技术领域的最新研发成果。在每一个展位前，陈虹都详细听取现场工程师的讲解，并不时与工程师互动沟通。

“这个产品的用户是谁？”“这样的功能

对用户是否友好？”“能给用户带来什么便利吗？”在和工程师沟通中，陈虹提到最多的就是“用户”。

如何在新时代构建起一个“新上汽”，上汽高层决意从“用户”破题。

从汽车消费群体来看，85后、90后正成为主流。他们身上呈现出“个性化、多元化、圈层化”的新特征。在陈虹看来，以往笼统的用户“标准像”，已经很难“全覆盖”。如今这个“精彩纷呈”的年轻群体。
(下转2版)

