



庆祝建党百年 奋力开创新局



## 上汽集团党委书记陈虹上“七一”专题党课

# 干在实处 走在前列 续写新篇

7月1日上午，“庆祝中国共产党成立100周年大会”在北京隆重举行，习近平总书记发表重要讲话，全面回顾了我们的百年光辉历程，发出了“向第二个百年奋斗目标迈进，共创中华民族伟大复兴美好未来”的新号召。7月2日下午，上汽集团召开“庆祝中国共产党成立100周年大会”，对“两优一先”等先进代表进行了表彰。随后，上汽集团党委书记、董事长陈虹以“赓续红色精神血脉，奋进上汽发展新征程”为题，向上汽集团400余名党员领导干部上了一堂意义深刻的“七一”专题党课。

“中国共产党百年奋斗历程传承怎样的红色基因？”通过回顾百年历史，陈虹着重指出，中国共产党的先驱



们创建了中国共产党，形成了“坚持真理、坚守理想，践行初心、担当使命，不怕牺牲、英勇斗争，对党忠诚、不负人民”的伟大建党精神，这是中国共产党的精神之源。伟大建党精神与红船精神、井冈山精神、延安精神、抗美援朝精神等革命精神一道，构建起百年来中国共产党人的精神谱系。

陈虹强调，党的伟大精神集中体现了共产党人自我革命的可贵勇气。伟大事业孕育伟大精神，伟大精神引领伟大事业，在100年的非凡历程中，一代又一代中国共产党人顽强拼搏、不懈奋斗，塑造了党的伟大精神，锤炼出鲜明的政治品格。历史川流不息，精神代代相传。我们要继续弘扬光荣传统、赓续红色血脉，永远把党的伟大精神继承下去、发扬光大！

陈虹讲到，在学习党史过程中，进一步深刻感悟到，在中国共产党领导下，中国实现的沧桑巨变，以及上海汽车工业的发展壮大。

陈虹以上汽历史上最重要的五张照片带领

大家回顾了上汽的发展历程。尤其是在全球汽车产业面临重大调整的重要关头。2014年5月，习近平总书记视察上汽技术中心，提出了“建设汽车强国”的重要指示。上汽人传承“创新求变”的精神，在行业内率先提出并实践“新四化”发展战略，在自主品牌建设、新能源汽车发展、国际经营等领域，不断取得重大突破和长足进步。

陈虹强调，回顾上汽几十年的发展历史，也是靠着一代又一代上汽人，紧紧围绕中央和上海的决策，瞄准不同时期的产业发展主要矛盾，抓住不同阶段的时代发展重大机遇，通过“草窝飞凤凰、大胆搞合资、奋力上规模、自主造荣威、全力强创新”，筚路蓝缕、艰苦创业、接续奋斗，从一个以零配件起家的“小舢板”，发展壮大成为国内最大的汽车“航空母舰”。

当前，全球汽车行业正在经历着百年未有之大变局。这既是摆在我们面前的重大挑战，同时也是重大机遇。我们要认识变革、拥抱变革、把握变革，继续解放思想、实事求是，传承和发扬“为民情怀、创新精神、奋斗品格、革新勇气”，在新时代全力打造一个新上汽。

陈虹强调，回顾上汽几十年的发展历史，也是靠着一代又一代上汽人，紧紧围绕中央和上海的决策，瞄准不同时期的产业发展主要矛盾，抓住不同阶段的时代发展重大机遇，通过“草窝飞凤凰、大胆搞合资、奋力上规模、自主造荣威、全力强创新”，筚路蓝缕、艰苦创业、接续奋斗，从一个以零配件起家的“小舢板”，发展壮大成为国内最大的汽车“航空母舰”。

（综合）

（上接1版）也正因为时代在转变，车企传统的营销模式和触达机制正逐渐失效。陈虹强调：“对用户有新的认识，市场上采取新的打法，本质上，是要求我们加快改变业务模式，要从过去的to B全面向to C转变。”

在上汽高层看来，对用户人群的精准区分，是“一切工作的开端”。首先要将消费人群不断细分，从“标准像”演变出更多个性化的“特征像”。“有了这些‘特征像’，将有助于我们在产品研发的过程中，打造出真正受用户欢迎的‘长板’功能。”陈虹说。

国内车市正经历

从大规模普及化的“均质消费”向追求高品质和个性化的“体验消费”转变。实现从to B向to C的全面转变，实际上就是要提升直联用户的能力，打造优势产品，与用户“贴得更近”。今年以来，“新势力”智己汽车就推出CSOP用户权益平台，让用户参与到品牌的成长过程中，也为后续产品的开发提供了重要输入。

近几年，上汽在汽车市场上持续发力，目前已拥有了国内最大的基盘用户群体。陈虹进一步指出：“这是我们独特的优势资源，同样要进行深耕，通过营销创新和用户运营，充分

挖掘其中巨大的消费升

级‘增量机会’。”

### “技术创新”转变为“服务体验”

#### 加快培育新动能

不久前，机构投资者提出，“上汽不缺好的技术，缺的是好的产品经理。”这句话令陈虹印象深刻。他对此回应，上汽必须要让原先的产品研发“工程师思维”转一转、变一变。“机构投资者提到的产品经理，实质上是用户经理。或者说，我们现在的产品经理缺少‘用户思维’。”

上汽在“新四化”领域的技术布局在国内走得最早、布得最全。“但技术创新不是‘闭门造车’，也不是‘孤芳自赏’。”陈虹

说，“我们要坚持一切从用户实际需求出发，把创新技术更快、更好地转化为优质产品和服务体验。”简而言之，就是在抓产品研发时，上汽的方向与目标要“奔着用户去”。

围绕“用户”，上汽正主动打破“约定俗成”的老套路、老规矩。上汽高层明确表示，要充分运用市场机制与资本力量，推动创新业务，加快发展成为“独角兽”。其中，上汽已经明确，将继续对房车生活家、车电分离等创新业务引入社会资

本，探索资本结构多元化；对捷氢科技、中海庭、联创电子等企业，在市场融资的基础上，有序推进分拆上市工作，打造行业“小巨人”。

在电动智能网联新赛道上，汽车产业以十万亿级的市场规模，以及丰富的创新技术应用场景，正吸引着很多互联网企业和科创企业跨界进入。“这说明，汽车产业未来仍有很大的想象空间。”陈虹说，要“开疆拓土”产业链新边界，仅靠自身“单枪匹马”地干，既无可能，也无必要。上汽要持续拓宽“朋友圈”，充分发挥“新伙伴”在人工智能算法、芯片设计等方面

的特长，结合上汽自身在制造技术、市场规模、应用场景等方面的优势，打造更符合用户需求的产品。

通过一系列持续深化改革的创新举措，上汽正全速驶入新赛道，全力打造“新上汽”。

当然，陈虹清醒地看到，新上汽不是“轻轻松松、敲锣打鼓”就能建成的，上汽必须持之以恒，通过“一步一个脚印、一步一级台阶”的持续努力，化优势为胜势，聚量变为质变，从而推动上汽加快向技术升级化、业务全球化、品牌高档化、体验极致化的移动出行服务与产品的用户型科技公司转型。