

2015年上汽经营业绩优异企业

“大通速度”续写年度传奇

到2020年，产销规模将攀升到20万辆，争做商乘跨界的汽车制造商

实习记者 林升女

前几年还是无人知晓的汽车品牌，短短几年之后，品牌声量的提升速度已经成为行业瞩目的焦点。

上汽大通就是这个传奇的缔造者——近日，上汽大通迎来了品牌发展的5周年庆典。5年，对一个国家来说是新一轮发展战略的开启和实施，对一个人来说可能是一段难忘的成长经历，而对上汽大通来说，是历经诞生、起步、起飞极富张力的5年。

两个市场

短短数年，上汽大通已经形成了覆盖宽体轻客、MPV、新能源和房车等领域的产品阵容。2015年，宽体轻客V80全年销售21068辆，同比增长24%；在“主场”上海，宽体轻客市场占据的份额已经超过30%；中高端MPV车型G10全年销量达到13985辆，成为中高端MPV市场增长最快的车型之一。

在新能源方面，上汽大通于2015年强势推出纯电动宽体轻客EV80，其最高续航里程可达370公里。2016年一开年便创下新能源市场第一大单，向上海邮政速递交付300辆EV80。上海的临港工业园区、惠灵顿贵族学校，以及北京的新发地、中山的中山新能源巴士有限公司，这些企业和机构的车主都对上汽大通的新能源产品EV80有非常积极的反馈。

在海外市场，上汽大通交出了更为耀眼的“成绩单”。2015年年底，上汽大通向英国出口3000辆V80，此前还完成向爱尔兰邮政交付300多辆V80的采购大单，初步实现“重返欧洲战略”。在澳大利亚，上汽大通年销量达到近2000辆；在新西兰，上汽大通V80在当地宽体轻客市场份额已达15%。在发达国家市场的良好表现，彰显了“中国制造”的实力。未来，上汽大通海外市场将达到总销量的20%-30%。

针对海外市场，上汽通常务

副总经理徐秋华表示，“上汽大通还设计了一款对标海外市场，标配六气囊，可达到欧洲碰撞标准的皮卡，预计2017年上市。”

两端发力

在研发制造方面，4年多来，无锡生产基地投入26亿元，先后完成了一二期工程，形成了宽体轻客和MPV两大系列产品。去年，上汽大通与惠山开发区签约，投资20亿元建设三期工程，引入市场前景更为广阔的皮卡、SUV，以及新能源汽车等新产品。

在品牌建设方面，上汽大通继续打造“通天下、行无忧”的服务品牌；保证其在行业中领先的服务水平，增强消费者黏着力；在行业中率先推出了贴心到家主动上门服务、售后延保活动。截至2015年，上汽大通售后服务网络数已达285家。即使在海外市场，上汽大通也延续了高品质的售后服务。

继成为APEC峰会、青奥会、亚信峰会、上合组织会议等赛会官方指定用车之后，去年，上汽大通成为“9·3大阅兵”指挥用车，并服务了博鳌亚洲论坛。在大阅兵期间，上汽大通向军方和中央级媒体提供用车服务，向外界有力展现了上汽大通的军工品质。

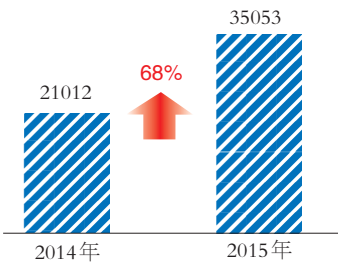
“智”能制造

上汽大通董事长蓝青松在上汽大通2016年营销商务年会上表示，上汽大通年销量要达到50000辆，同比增长要达43%。大通的底气从何而来？为实现增量目标，大通今年将布局“三驾马车”启动引擎。“上汽大通将商乘并举，形成宽体轻客、MPV、SUV和皮卡的产品组合，争做商乘跨界的汽车制造商。”蓝青松表示。

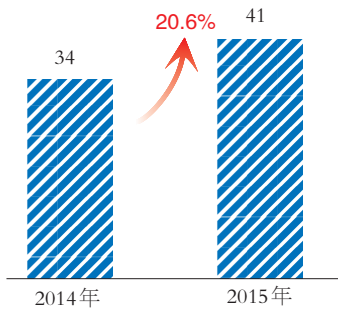
下一步，上汽集团拟募资150



上汽大通年度销量(辆)



上汽大通出口国家/地区(个)



亿元。其中，18亿元将用于上汽大通新能源汽车产品项目；20亿元将用于上汽大通的智能化大规模定制业务模式开发及应用项目。

针对大规模定制业务模式，上汽大通以房车业务为切入点，进一步打通C2B业务链，并以成为房车行业的“规则制订者”为目标，加快学习和成长，尽早实现上汽大通全业务链数据化。

上汽中东公司在阿联酋及科威特举办MG GS秀

本报讯 2月10日至3月5日，上汽中东公司和阿联酋总经销商AWR在Sahara Mall联合举办MG GS促销秀。目前，展台客流情况已取得理想效果，对集客量的提升起到了积极作用。

此前，上汽中东公司还携手MG科威特经销商Adel Alghanim Automotive集团，发布了MG首款

SUV产品MG GS。这也使得科威特成为继阿联酋后，第二个上市MG GS车型的GCC（海湾阿拉伯国家合作委员会）市场。据悉，科威特市场是上汽MG品牌在GCC区域的三大重点市场之一。2015年，MG产品对科威特市场出口同比增长134%。

(赵晨栋)

爱上运动，乐享健康 “上汽健康训练营”开营

本报讯 3月5日，上汽集团工会组建的“上汽健康训练营”正式开营。本次“上汽健康训练营”的主题是“爱上运动、乐享健康”。据悉，31名“特重兵”营员在经过企业推荐报名、统一专项体检后，将展开为期半年的健康瘦身之旅。其间，专业健身团队将为每位营员定制科学瘦身计划，通过每周集训、分散训练、家庭训练等方式，多元化、全天候为营员提供科学、系统、专业的瘦身指导。

此外，上汽集团工会还将利用“上汽职工之家”微信平台、《上海

汽车报》职工家园栏目等宣传阵地全方位、多角度呈现训练营项目的进展以及营员们的日常表现，并通过开展如“运动达人秀出来”、“健康减脂大作战”等丰富多样的线上、线下互动游戏，让广大员工都能够不断释放健康运动的正能量。

(贡惠)



扫一扫，关注上汽职工之家

上汽团委开展自主品牌新能源青年思想动态调研

本报讯 3月2日，上汽团委携下属多家企业的团组织负责人前往上海捷能汽车技术有限公司，开展自主品牌新能源青年思想动态调研活动。

会上，捷能公司相关人员介绍了上汽自主品牌新能源发展现状与未来展望，深入浅出地普及了新能源的技术要点，并就普遍关心的上汽新能源产品方面的问题进行了细致的解答。

随后，上汽团委“伙伴计划”课题组成员与在场的捷能青年员工代表进行面对面的交流，针对捷能公司青年的思想特点、工作生活动态、需求痛点，以及对企业文化和创新氛围的认知等多个方面进行了充分的沟通与了解。此次座谈会，一方面为进一步在上汽员工中普及新能源技术做好铺垫；另一方面也为上汽团委“伙伴计划”调研工作提供了丰富的基础素材。(李琳)

与战略合作伙伴“共享发展”

上海大众动力总成公司召开供应商大会

本报记者 阮希琼
通讯员 金晔琪

2月26日，上海大众动力总成有限公司召开了2015-2016年度供应商大会，近150家主要供应商参加了会议。此次大会旨在积极培育与核心零部件供应商的战略伙伴关系，建立交流平台，共享先进经验和发展成果，打造稳定、坚固的发动机制造业务链。

会上，供应商在大众动力总成KTM2（采购件管理项目）团队的

支持与引领下，通过生产现场实地考察，了解了大众动力总成先进的产品、工艺及设备，并切身感受了大众动力总成精益生产管理和康采恩质量标准。实地考察的目的在于提升供应商对大众生产体系KPS的理解和执行、提升核心供应商的战略协同能力、提升公司业务链整体实力，从而提高企业整体运营效率和运营安全。

据悉，2016年是大众动力总成第二个十年的开局之年。大众动力总成提出以“创·新十年”为主

线，深化公司“强中间·延伸两头”的战略。“强中间”旨在实施“精益智造”创新战略，建设数字工厂；“延伸两头”旨在将业务管理向制造环节的前后端延伸。在此战略下，大众动力总成将构建“纵向产业链互联集成、横向业务链集聚高效、客户价值链服务体验”的生产运营新模式，为实现“十三五”经营目标奠定坚实基础。而此次供应商大会的召开正是大众动力总成积极“延伸两头”的具体体现。

50辆红岩杰狮搅拌车 批量交付重庆用户

本报讯 2月26日，50辆红岩杰狮搅拌车批量交付重庆用户。上汽依维柯红岩、中集凌宇、重庆中集车辆、重庆混凝土协会、重庆三圣特种建材公司的领导，以及重庆市混凝土行业的相关企业负责人共100余名嘉宾参加了交车仪式。

三圣特种建材公司在交车仪式上表示，红岩汽车品质过硬，服务周到，公司将会一直使用红岩杰狮产品，让红岩杰狮产品成为公司发

展壮大的好帮手。作为红岩汽车的忠实用户，重庆三圣特种建材公司两年前购买了第一批红岩杰狮搅拌车并成功投入运营，今天再一次批量采购，充分体现了三圣特材对上汽依维柯红岩的信任、信赖和认可，也让红岩汽车深感作为一个民族工业品牌，肩上的责任任重道远，更需不断做好、做优产品，服务市场、服务用户。(何晓眺)