

发扬“五四”精神，勇于变革创新

上汽集团召开纪念“五四”运动97周年大会

本报讯 4月29日，上汽集团召开纪念“五四”运动97周年大会。大会表彰了上汽集团2015年度各级各类先进青年集体和优秀个人。上汽集团党委副书记、副总裁周郎辉出席会议并讲话，他希望广大青年发扬“五四”精神，要善于破解难题，勇于变革创新、真抓实干、开拓进取，努力把上汽建设成为富有创新精神的世界著名汽车公司。上汽相关部门负责人、上汽所属单位党组织分管书记、2015年度先进青年集体与优秀青年个人代表，以及各单位团组织负责人参加了大会。

大会向奋战在上汽各条战线上的团员青年致以节日问候，并向受到表彰的各类先进集体和优秀个人颁发奖状。周郎辉指出，随着上汽的发展，广大青年要认清形势、坚定信心，进一步增强加快创新转型升级发展的紧迫感和使命感；要积极弘扬攻坚克难、敢于创新的进取精神，当好上汽创新转型发展的生

力军；在贯彻落实中央群团工作要求的同时，结合上汽实际，进一步加强团青工作。

会上，上汽集团党委副书记张东驰回顾了2015年以来上汽团委主要工作开展情况，并对“上汽文化

嘉年华”企业文化巡展活动等2016年团委重点工作进行了发布。上汽销售团委作为优秀集体代表、上汽大众徐大江作为优秀青年代表，在会上进行了交流发言。（郭林）

“五四”表彰名单详见P12

■微评

让创新成为青春远航的动力

本报记者 严瑶

青春是什么？青春是一首永不言败的歌，青春是一条永不停息的河。近日，习近平总书记在主持召开知识分子、劳动模范、青年代表座谈会时强调，“实现中华民族伟大复兴的中国梦，需要一代又一代有志青年接续奋斗。”

好风凭借力，扬帆正当时。

当前，上海正在按照中央部署加快建设具有全球影响力的科技创新中心。上汽青年要接过“五四”青年的精神火炬，在中华民族伟大复兴的关键时刻，敢于做先锋，而不做过客、当看客，让创新成为青春远航的动力，让青春年华在为国家、为人民的奉献中焕发出绚丽光彩，用无愧时代和人生的奋斗，携手开创充满希望的未来。

上汽前4个月销售整车208万辆 上汽大众领跑国内乘用车市场

本报讯 5月6日，上汽集团发布了今年4月份整车产销快报。快报显示，1-4月，上汽集团累计销售整车208.1万辆，同比增长5.02%。其中，4月份销售整车47.34万辆。

上汽大众今年前4个月累计销售整车67.42万辆，同比增长1.57%；其中，4月份销售整车14.53万辆。上汽通用前4个月累计销售整车54.64万辆，同比增长1.66%；其中，4月份销售整车12.73万辆。上汽乘用车前4个月累计销售整车7.3万辆，同比增长67.24%；其中，4月份销售整车1.7万辆。上汽通用五菱前4个月累计销售整车73.7万辆，同比增长6.04%；其中，4月份销售整车17万辆。上汽大通前4个月累计销售整车1.45万辆，同比增长

55.06%；其中，4月份销售整车3805辆。上海申沃前4个月累计销售整车506辆，同比增长60.13%。上汽红岩前4个月累计销售整车4807辆，同比增长59.7%。南维柯前4个月累计销售整车2.77万辆。上汽正大前4个月累计销售整车2619辆，同比增长927.06%。

又讯 继今年第一季度摘得国内乘用车市场销量冠军后，上汽大众再创佳绩，继续领跑国内乘用车市场。在4月的零售市场，上汽大众以143492辆的成绩，蝉联了国内乘用车市场月度销量冠军。

大众品牌1-4月实现销售573196辆，位列单一汽车品牌销量冠军。斯柯达品牌1-4月销售101034辆，旗下各车型表现稳健。

（刘佳 黄玮珏）

创新进行时

“创新引领发展”关键在人

上汽财务特色考核推动全员创新

本报记者 邹勇

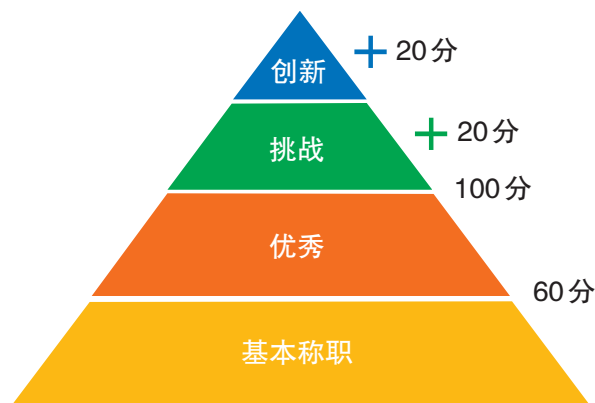
创新是上汽财务公司一直以来的不懈追求。2005年，公司提出“创新引领发展”战略。经过多年来不断探索、完善机制创新，公司制订了以“创新工作和挑战性工作”为核心的特色绩效考核模式，将“创新引领发展”从口号变成了员工的自觉行动，成为了各部门工作的重中之重。

目前，财务公司共获得包括2项国家发明专利在内的5项国家专利、6项软件著作权、1项集团软件奖、1项集团发明专利奖。创新现已根植于公司的企业文化之中，并对企业的发展产生强大的推动力。

创新的关键在于人。因此人力资源管理的机制创新是企业的重要课题。财务公司原有员工仅80余人，但随着近年来的业务发展，目前人员规模已达521人，员工平均年龄仅有30岁，他们大多思维活跃、上进心强。

上汽财务公司党委书记、总经理沈根伟介绍说，从2007年起，公司成立创新管理委员会，专门制订创新管理办法，建立起可量化、可衡量、可比较、操作性强、具有财务公司特色的考核模式，并摸索出一整套严格、规范的创新项目立项、评审、成果评估和评奖制度。通过优化绩效考核模式来激发员工创新潜力已成为公司的必然选择。

为了营造出浓厚的创新文化，财务公司设立了“100+20+20”的绩效考核评分方案。其中，日常工作考核占100分，挑战性工作和创



上汽财务公司绩效考核模式

新性工作各占20分。如能出色完成日常工作，并且无差错、无投诉，部门和员工最高能得到100分。挑战性工作是指未达到全国或行业首创标准，但需要通过较大的努力和创造性才能完成的单项任务和项目。创新性工作特指新的管理模式、新业务模式、业务流程的重大改进，新产品的开发、运用，日常工作的重大合理化建议等为公司带来额外收益和效益的工作。就是这后面的40分，能真正拉开部门和员工绩效表现的差距。通过该考核方案的执行，创新性工作、挑战性工作成为了更多员工努力的方向和目标，员工的潜力得到了充分挖掘。

2015年，为进一步鼓励全员创新，上汽财务公司在人力资源管理上推出“关键岗位人才见习培训制度”，将人才培养和创新项目培育、实施相结合，员工只要有经过专家评审、相关业务部门负责人会

审评价具备可行性的项目，公司将提供人力资源与经费的全面支持，并提供该创意项目负责人管理岗位见习培训的机会。如果该项目实施成功，经过多维度考核和评价后，员工可以获得破格晋升的机会。该制度自去年2月份推出以来，反响热烈，众多员工都跃跃欲试，创新成果不断涌现。

为更好地集中力量、集中资源对新业务进行研发，做好对前沿商业模式的研究，财务公司于去年4月成立“创新与发展部”。为营造创新氛围，公司正式上线上汽财务创新专栏微信订阅号，不定期推送金融同业创新的最新资讯和独家创新研究成果。创新与发展部还联合党工团组织策划“创新方案征集大赛”，就提高互联网金融O2O转化率、挖掘汽车后市场金融业务等专题征集创意设想，进一步点燃了员工的“创意火花”。

“上海-斯图加特汽车及动力技术国际研讨会”召开，上汽代表在发言中表示，

创新要贴近消费者生活需求

本报记者 阮希琼

日前，由同济大学汽车学院和德国斯图加特汽车及发动机技术研究所共同举办的“2016年上海-斯图加特汽车及动力技术国际研讨会”在同济大学召开。会议针对智能汽车、新能源汽车、整车设计三个主题，探讨了未来汽车技术的发展。

上汽集团技术中心常务副主任张觉慧参加会议并表示，未来是传统车企和互联网企业的一场赛跑，而创新源自于消费者的生活需求。

创新不是追求“高大上”，而是创造体验

张觉慧表示，创新技术不是少数人的“奢侈享受”，而是每个人都能触及到的差异化体验。对于传统汽车企业而言，拥抱互联网思维去创新并不是要追求“高大上”，而是去创造体验。

如何创造体验？这就需要洞察消费者的生活需求。以未来的车联生活为例，想象一下这样的生活场景：早晨7点闹钟叫醒用户，播报天气预报，手机显示汽车状态良好；用户在8点上车后，车机自动与手机无缝对接，读取日程，并自动导航至目的地……下午5点半到达机场附近，车辆显示自动跳出停车场信息并标注价格，在停车场显示登机口，并导向离登机口最近的停车场出口停车。

“以上的车联生活全部源于生

活场景。为创新埋单的一定是生活的需求，为创新点赞的一定是用户的体验。”张觉慧说。

未来配置是消费者需求和技术的结合

创新来源于消费者的生活需求。基于此，张觉慧认为，未来的汽车配置是消费者需求和技术的有机结合。

张觉慧以HMI（人机界面）配置为例进行了阐述。譬如，当消费者发现目前的语音识别过于死板时，语音识别开始演变为语义识别，并融入了方言识别技术。又如，为了丰富用户体验，手势识别被认为是一种发展趋势。但是在体验过程中，由于每个人的手势不同，手势识别不够准确。基于此，未来HMI配置不仅有手势识别，还需要通过增加眼球以及人脸识别来提高识别的精准度。甚至在未来，当这些都不能满足消费者需求时，这些技术会被脑电波技术所取代。

配置跟随着消费者的需求不断升级，而作为汽车工程师，张觉慧认为最重要的是要对不同技术进行拆分和归纳，了解功能配置背后的技术基础。在这个基础上，结合生活情景的想象，能衍生出更多满足用户需求体验的配置。

“譬如，手势控制这一配置的关键是红外线技术。而事实上，红外线技术可以覆盖到汽车很多其他的配置上。所以，最重要的是要掌握技术本质，把这些技术融合后将会产生无限体验。”张觉慧说。