

2020年将发布13款新品，冲刺6万辆销量目标

上汽跃进品牌“百日振兴”见实招

本报记者 严瑶

巨大的时钟出现在会场大屏幕上，距离上汽大通南京分公司完成“百日振兴”项目还有45天。去年11月起，以上汽集团副总裁蓝青松为组长的“百日振兴”项目，在企业内部深入开展，尤其在组织架构、员工思想上形成了一场自我革命式的转变。

1月13日，在上汽大通南京分公司2020年商务年会上，公司常务副总经理施铁才表示，上汽大通南京分公司正通过“百日振兴”的实施，不断推进营销体系变革，“2020年，上汽跃进品牌将挑战销售目标6万辆，市场占有率提升到5.5%。”

“百日振兴”加速前进

跨进2020年，对上汽跃进品牌来说，面对的是背水一战的局势。蓝青松表示：“今年，上汽跃进团队要和经销商、服务商一起，更加专注市场，用两年时间迅速进入发展快车道，脱离市场边缘化的品牌形象。”

本次商务年会虽是对过去一年的工作总结，但更像是一次针对产品结构、网络管理、品牌推广等各项工作的研讨会，也是一场“开局即冲刺”的誓师动员会。



2019年，上汽跃进把握消费升级、新能源等增量机遇，陆续推出多款蓝牌轻量化新品；在电动化、智能网联化领域也动作频频，第二代新能源汽车产品陆续试销并定向投放、智能驾驶作业车启动示范运营、燃料电池车项目按计划进行。

尽管如此，上汽跃进品牌的整体运营状态与集团的任务目标相比，仍有较大差距。在上汽集团的指导下，一场名为“百日振兴”的项目在公司内部发酵，蓝青松在会上直指问题：“上汽跃进的体系能力仍不够强，能力背后其实是团队建设的问题。”

这些天里，上汽跃进围绕企业核心指标，优化项目管理机制，在市场营销、产品研发、降本增效、组织优

化等八大方面不断加快体系变革，提升运营质量，从而带动销量提升。

上汽大通南京分公司总经理王瑞表示：“跃进团队要以‘百日振兴’为突破口，以刮骨疗伤的态度、坚定自信的精神状态，挑战全年6万辆销量目标。”

合力共赢才能跃向前进

“小时候就看到满街的跃进车在跑，它伴随着我长大，因此我对跃进品牌很有感情。”一位经销商告诉记者：“今年，我们决心把跃进品牌在河南地区的销量翻番，有信心完成主机厂交给我们的任务。”

调任上汽跃进品牌不久的施铁才号召团队：“众人划

桨才能更快前进。”为实现2020年6万辆销量目标，上汽跃进将重点从“强化市场和经营意识、深入推进营销变革、新品密集上市、创新产品竞争力、持续提升组织效能”5大方面着手。

比如，今年上汽跃进品牌还将招募50名产品体验官，每个营销区域直联500个客户。渠道管理方面，其不断建立和完善经销商星级评比体系，打造标杆经销商，对低星级经销商业务进行整改。

产品布局方面，施铁才指出：“上汽跃进品牌将以城际、城市、城郊、城乡四大细分市场为导向，全面梳理产品开发和投放计划。”目前，跃进全新第六代轻卡快运H500产品正计划以崭新的面貌登场。

上汽财务公司获多个行业大奖

近日，凭借2019年度的优异表现，上汽财务公司收获多个行业大奖。1月2日，中国外汇交易中心公布“2019年度银行间本币市场评优公告”，上汽财务公司荣获“最佳进步奖”；同日，中央国债登记结算有限公司（以下简称“中债登”）发布“2019年度中债成员综合评定名单”，上汽财务公司荣获“优秀ABS发起机构”奖项；此外，上汽财务还荣登中国外汇交易中心公布的“2019年度银行间本币市场交易300强”榜单。

2019年度银行间本币市场评优旨在鼓励和表彰先进，促进市场持续健康发展。全国银行间同业拆借中心根据机构的交易成绩、信用等级，以及对市场建设的贡献情况进行综合评定。评优机构名单中，仅有两家财务公司获奖，上汽财务公司

是其中之一。本次上汽财务公司获评银行间本币市场“最佳进步奖”，凝聚了上汽财务各相关部门的辛勤付出，也充分体现了公司在银行间市场交易获得市场及同业机构的肯定。

“2019年度中债成员综合评定名单”每年开展一次。其中，“优秀ABS发行机构奖”由中债登根据本年度ABS发行量、市场影响力、创新性、发行方式、诚信评价五个方面的专家评审团打分，以及业务流程配合度、信息披露合规性、发行现场表现三个方面的相关业务岗位打分，筛选出总分排名在前的机构作为本年度优秀ABS发起机构。在此次公布的“优秀ABS发起机构”十强名单中，上汽财务公司是唯一一家获此荣誉的财务公司。

2019年，上汽财务公司总共发行完成四期资产支持



证券，总发行规模达300亿元，是2019年整个车贷ABS市场最大的发起人。同时，其还创下去年发行市场的四个“最”：单个发起人发行数量最多、累计发行规模最大、单笔出售资产规模最大和发行利率历史最低。

在中国外汇交易中心公布的“2019年度银行间本币市场交易300强”榜单中仅有5家财务公司，上汽财务公司是唯一一家地方国企财务公

司。2019年度，上汽财务公司的交易量超过2.8万亿元。公司挖掘业务潜力，积极拓展交易对手，整合同业资源，在风险可控的前提下，重点挖掘银行间投资品种与投资模式的赢利点，提升公司的市场知名度与影响力，提高资金回报；同时，积极维护公司在银行间市场诚信守约的良好形象，进一步拓展ABS融资朋友圈，达到降本增效双重效果。（尚才宣）

“这不是一款车，它是新物种”

新宝骏E300新年新登场

本报记者 严瑶

“这不是一款车。”上汽通用五菱前瞻设计中心总经理高陈炜，新宝骏E300的设计师于第一时间在微信朋友圈发了一条消息：“它是一个能感知、能连接、能成长，并陪伴你出行的新物种。”

1月13日，在新宝骏“跨界融合，创造出行新生活”发布会上，全球首款搭载HUAWEI HiCar智慧互联系统的量产汽车RC-6亮相的同时，首款新能源汽车E300也展现在众人的面前。这是“广西模式”发展下，上汽通用五菱又一新能源汽车力作E300的首次亮相。

“太可爱了！”参加发布会的一位经销商投资人说：“没想到看上去有些呆萌的电动车，居然还这么智能。”通过语音控制，开车聊微信只要张张嘴，新年发红包还能及时抢——新宝骏E300一登场就引起了众人的关注。

舞台上，刚刚亮相的新宝骏E300亮起了“回”字型大灯。“我们从来没有仅仅把它当成一辆车，包括在未来的营销中也

不会把它当做一辆传统车。”新宝骏首席营销官付昊开门见山：“它是新宝骏直联用户的产物，是我们思考用户需要的一种结果。”

此次亮相的新宝骏E300在延续“星际几何”家族化设计语言的同时，通过颠覆传统设计框架的外观造型，给人以极具未来科技感的视觉呈现。此次推出的新宝骏E300会有大量的赋能，“这款全新打造的新车型，集成了新宝骏品牌在移动智能空间内打造的智能驾驶、智能网联、万物互联、无人驾驶、智能辅助驾驶方面所有的前端技术，将以超低出行成本以及灵活车身，成为真正解决出行需求的新物种。”

去年，上汽通用五菱的智能化汽车产品销量达到了16万辆，新宝骏品牌逐步建立起完整的产品群，以手机赋能智能汽车的方式，成为当年乘用车细分市场上让人意外的黑马。这个诞生仅半年多时间的新品牌，帮助上汽通用五菱踏入了“十万元”级乘用车行列，实现了“质”的飞跃。



新宝骏实力护航广西“两会”

1月11日-12日，广西壮族自治区政协十二届三次会议、十三届人大三次会议在广西人民会堂召开。上汽通用五菱旗下新宝骏智能家族中的RM-5、RS-3、RC-6、RS-5入选2020年广西“两会”公务车，为与会代表提供智能、安全的用车服务。

新宝骏智能家族相较于传统汽车，从外观、内饰装备到核心技术都拥有革命性的蜕变，树立起智能网联领域的标杆，这与广西“两会”提出的“智造”理念不谋而合。

本次广西壮族自治区政协十二届三次会议首设“委员议事”集中采访，上汽通用五菱党委书记、副

（黄茹）