

## 立足“进”“实”“拼”，育先机 开新局

## 着力企业未来可持续发展

## 上汽大众全力推进“ReSet 2022”

本报记者 甘文嘉  
本报通讯员 董铭

模具中心在MEB工厂规划阶段就将模具减序作为战略目标，进行技术储备和攻关，至今已成功在7个侧面、翼子板模具中实施。为推进“成本与效率”，模具中心从可制造性分析入手，成功地实施了德国大众认为无法实现的翼子板模具五序工艺方案。由模具中心自制的翼子板模具首次供件用于装车验证，单件尺寸合格率超过80%，单件表面QK分值达2.4，标志着模具中心MEB车型模具技术提升初见成效，更难能可贵地总结出了一系列降本创新方案。

这是上汽大众今年全力推进“ReSet 2022”取得阶段性成果的一个成功案例。

## 谋在要处 闻风而动

谋在要处，方能胸有成竹。2020年，面对复杂、严峻的市场形势，上汽大众启动“ReSet 2022”。“能生存下来的，不是最强壮的，也不是最聪明的，而是最能适应变化的。”上汽大众总经理陈贤章强调，“ReSet 2022”不仅是面向2022，为了应对当前危机，更是使公司适应市场变化、环境变化、技术变化，着力未来可持续发展的重要项目。

“ReSet 2022”的核心

理念是“零基思考”，要求从“成本与效率”“销售收入”“组织与领导”三个方面，对企业各项业务、组织、流程等进行全面检视和彻底梳理。

推进ReSet，就要打破思维定势。在推进“ReSet 2022”过程中，上汽大众各部门、各条线结合自身业务工作，开展了一系列专题研讨，明确方向与行动方案。上汽大众本部各党总支、党支部积极组织，通过书记上党课等形式，向全体党员、员工宣贯“ReSet 2022”宗旨，并通过一些生动形象的案例，引导大家打破束缚、唤醒潜力、自我挑战。比如，不受权威或规定影响而思考尝试新方法，重新回顾原来“失败”过或因各种原因“不能做”的方案，敢于突破创新、勇于试错。车身研发组织了以“ReSet 2022 团队文化建设”为主题的专题研讨会，探讨如何进一步提高领导力，促进有效沟通，助力公司战略决策的执行。

成本与效率是“ReSet 2022”的重要一环。基于此，计划物流与控制举办了“零部件包装优化”专题KVP Workshop，围绕过度包装优化、包装满盈率提升等课题，探讨如何持续优化物流费用，降低一线劳动工时，改善人机工程。之后，该部门又组织KVP Wave 2

系列活动之“在线零件拉动逻辑设计Workshop”，聚焦如何优化业务流程及架构，提升工作效率。

人力资源部门在每一次敏捷变革中都扮演着至关重要的角色，通常推动着整个组织的变革管理活动。着力于企业未来的可持续发展，组织与外籍党支部召开了“守初心、担使命，ReSet-LO模块业务专题推进会”，会议以搭建面向未来的敏捷、高效、精益的组织为目标，围绕组织效率和运营效率提升确定了5个专题项目，分别成立了“导师+青年党员”的专项工作组，并将持续推动组织机构优化与精益、业务流程高效运转。

## 干在实处 初见成效

干在实处，才会更接地气。目前，一些部门总结出来的建议已在逐步推进，并产生实际效果。

途观NF车型最早引入时，预计需要备库420个库位的定位销，每种备库8个，单个加工成本达150元。运用信息共享化方式建立标准和规范后，途观NF车型现只需要新增137个库位定位销，减少备库成本33.96万元，这是安亭汽车三厂探索信息共享化在定位销管理中运用的结果。

基建规划通过调研动力设备运行数据，优化动力规

划设计流程，并提出调整动力容量指标、节约设备投资的方案，获得了公司执管会的高度评价和认可。

作为“ReSet 2022”的三大支柱之一，提升销售收入对于公司整体运营有着至关重要的意义。斯柯达品牌渠道管理积极调整服务营销策略，从便捷客户的角度出发，推出“原厂认证轮胎服务套餐”，以轮胎直销（到店即换）和轮胎预售（下单后预约安装）两种形式同步开展，在提升客户体验的同时，有效增加了轮胎销量，也为经销商创造了更多营销契机。

“ReSet 2022”也在各个沪外工厂积极推进。例如，南京工厂油漆车间的“漆彩智汇创新”工作室以优秀改善案例评选为切入点，对车间质量优化、管理优化和业务创新等各方面工作开展讨论交流。长沙工厂通过在PVC吨桶与材料之间增加内衬袋来解决吨桶的原厂回收问题，实现底部PVC吨桶100%回用、PVC零消耗，全年实现降本3.1亿元，全年废弃物KPI优化0.5Kg/台，这一成果就来自绿色制造底部PVC“零消耗”项目。

未来，“ReSet 2022”将继续层层推进、强化落实，助推公司未来可持续发展。

## 上汽安吉物流及天地华宇成为第十届中国花博会官方指定物流服务品牌

12月9日，上汽集团规划部、移动出行与服务事业部负责人和天地华宇总裁杨兼文等一行前往第十届中国花卉博览会筹备组，参加沟通会议。

会上，筹备组领导详细听取了天地华宇围绕此次花博会制订的整体解决方案，充分肯定了天地华宇展示出的专业性及对前期筹备工作的高度响应，并就如何做好展会期间的疫情防控及后勤保障工作与团队进行了深入的探讨和交流，提出了进一步的

工作要求。

12月10日，第十届中国花博会第三次筹备会议在上海崇明召开，上汽集团作为“第十届中国花卉博览会官方合作伙伴”，携旗下享道租车、天地华宇、房车生活家出席了现场推介会。天地华宇作为此届花博会的官方指定物流品牌，在活动现场就整车、零担运输，以及仓储、配送等服务产品向各省市的花协进行了全方位的推介。

(安流宣)

## 着力培养更多复合型、创新型人才

## 上海汇众举办“翼家”工程师论坛



本报通讯员 丁瑾

“有了这个平台，我们就有了切磋武艺的舞台。”12月10日，第一届上海汇众“翼家”工程师论坛举办。此次上海汇众创新搭建的“翼家”工程师论坛，专门为企业内的工程师提供了一个新的技术分享平台，从而帮助工程师们更好地顺应“新四化”发展要求，并为企业培养出更多复合型、创新型人才。

此次论坛以“挑战”为主题，8位年轻工程师同他们的导师共同发布和分享研究课题。课题分享结束后，在交流互动环节，现场观众踊跃向技术负责人提问，与他们进行互动。活动举办前夕，论坛通过企业微信平台的宣传预热、线上报名等准备工作的开展，吸引了大批来自技术中心及沪内生产基地的年轻工程师来到活动现场，沪外基地也通过网络连线的方式参与其中。

上海汇众总经理阳春启指出，“翼家”工程师论坛在拓展工程技术人员之间的影响力方面有重要意义，作为人才培养及品牌传播的载体，今后应该将其作为固化活动，定期举办。对于年轻工程师而言，应把握该平台提供的展示自身思维表达能力，以及交流分享、对标学习的机会，并将对标先进、思考学习的意识植入到日常的工作中，善于发现日常工作中的细节差异，真正做到质量追求极致、成本挑战极限、管理做到极致。

据悉，“上海汇众工程师翼家”是上海汇众党委为促进工程师队伍能力提升，丰满其技术能力“羽翼”而打造的人才培育平台，着力于将工程师“Engineer”打造成技术专家“Expert”，发挥党员的骨干作用，锤炼一支高素质的工程师队伍，为企业实现“三擎四驱”战略目标增添羽翼。

## 上汽欧洲首款混动SUV MG EHS上市

12月7日，上汽全新插电混动SUV——MG EHS在欧洲大陆上市。

随着MG品牌登陆欧洲市场，其首款上市车型MG ZS EV自9月起连续三个月在挪威纯电SUV市场取得销量第一的成绩，位列年度最佳车型榜第三。在获得欧洲汽车市场的初步认可后，上汽欧洲顺势在欧洲大陆推出了第二款车型MG EHS。

MG EHS采用了领先的插电式混合动力技术，集低

能耗、强动力、安全和环保于一身。另外，它还拥有令人满意的超越C级SUV尺寸的驾乘空间、令人惊叹的运动美学外观设计及高品质内饰座舱，以及人性化的智能互联科技。此外，其燃油车型已取得欧洲NCAP五星安全评级。

上汽欧洲负责人表示：“今天的汽车驾驶者希望拥有一辆电动汽车，但又不必担心行驶里程，因此我们新上市了这款插电混动SUV——



MG EHS，以供他们选择。”

作为上汽首款“出海”欧洲大陆的插电混动SUV，MG EHS为当地消费者的电

动化出行提供了更多选择，并将力争实现海外销量与用户口碑“双赢”。

(宗何)