

争当国际经营的“干将”和“闯将”

上汽全球产业链布局中的党员先锋队

首席记者 李修惠

“还好有‘背影侠’的支持，让我们安然度过了在欧洲隔离的日子。”今年年初，张心露和同事担心国际航班会因疫情而停摆，便提前结束春节假期，飞赴上汽欧洲公司，并自我隔离两周。

由于事发突然，她们

无法做任何事先准备。好在身边的党组织及时化身“背影侠”，张心露说：“在党支部的号召下，上汽欧洲公司的同事们把吃的用的放在宿舍门口，按响门铃后就转身离开，只留下一个背影。因为疫情防控，虽然在隔离期间大家连照面都不能打，但心里还是感到很温暖。”

关心关爱合力“克难”

今年年初的经历对上汽国际全体员工而言都太特殊了。每年春节，往往都是上汽国际的外派员工休假回国，与家人共度佳节的时候。今年由于疫情爆发，出入境将面临严格的限制，为了不影响后续业务，上汽国际号召在海外度假的员工提前回国，同时，动员已经回到国内休假的外派员工尽早回到海外公司。

由于上汽国际的外派员工主要集中在第四党支部，那段时间，第四党支部的书记沈为民做了不少动员工作。“他们真的不容易，很多人才回到上海和家人团聚没两天，又得改签机票，提早回到海外公司。”沈为民说，“尤其是党员同志，他们充分发挥了奉献精神，一了解到国际航班有停摆的可能性，二话不说，立刻重新打包行李。”

“抗击新冠肺炎这场仗，中国打上半场，海外打下半场，海外华人打全场。”这句玩笑话来形容上汽国际今年的状态再合适不过了。上汽国际就是那个需要“打全场”的角

色。

上半场，在国内疫情较为严重的时候，身在海外的员工心系故乡，想方设法采购口罩等抗疫物资寄送回国。下半场，随着中国疫情得到控制，而部分海外地区成为重灾区，上汽国际又开始联系各海外公司，将他们需要的防疫物资寄出去。

同时，上汽国际也在今年加强了对外派人员家属的关心，让他们没有后顾之忧。“我们支部成立了一支‘志愿者小分队’，有党员也有群众，这些年轻的员工充满了热情和爱心。”据沈为民介绍，每个月一次，志愿者们都会将生鲜物资等日常用品亲自送到外派人员家属的手中。

细心的志愿者们甚至会时不时去发动、维护一下外派同事们停在公司的私家车。沈为民说：“我们留在总部的员工也多奉献一点，好让在海外一线的同事们更安心，能全力以赴地做好一线工作。”就像张心露说的那样，“外派工作从来都不是一个人的奔赴。正是因为有战友，我们才不孤独。”



MG巴黎旗舰展厅



上汽国际第四党支部部分成员合影



上汽国际第四党支部全体党员大会

传递激情共同“攻坚”

温暖过张心露的“背影侠”分别是何佳嘉、钟添悦和张晖。今年春节，他们为了保证MG巴黎旗舰店展厅能在5月按计划开业，甚至放弃了回国休假的机会，留在了上汽欧洲公司继续跟进工作。

“背影侠”们很忙，不但要照顾好正在隔离的同事，也要和时间赛跑，让MG巴黎旗舰店展厅如期开业，一场“抢滩登陆战”正式打响：受疫情影响，上汽欧洲公司一度连装修工人都找不到。张晖说：“我们想出了分楼层、分时段装修的方法，在保证工人不会在工作期间感染的情况下，装修工作才得以重新进行。”

身为党员的张晖，在时间不够的情况下迎难而上，为了更好地配合国内外工作节奏，他和同事开启了“中国+欧洲时间”工作模式，上午到傍晚与上海总部的同事对接，下午到深夜同法国经销商团队沟通。他们的热情与投入，激励着法方的每一位成员，“跨时区随时保持连线”逐渐也成为了法国员工的工作常态。

在中国和法国员工的共同奋斗下，MG巴黎旗舰店展厅如期开业。8月，上汽欧洲公司实现销售1033辆，在电动汽车前

沿阵地持续前进。

“张晖的妻儿都在上海，儿子还很小。”沈为民说，“我会时不时和他聊聊，尽量帮他纾解工作和生活上的压力。”有着8年外派经验的沈为民非常理解外派员工面对的压力和孤寂，作为支部的“大哥”，他不但在微信群里关心他们的工作进展、销售情况，还会隔三差五地与员工私聊，问问他们最近生活上有没有什么压力，是否需要支部为他们留在上海的亲人提供关心。沈为民表示：“和员工一对聊天，关心一下他们生活和工作近况已经成为我们的制度和习惯。”

同样被上汽国际“奋斗精神”所感染的还有南美员工。据了解，南美人对其他文化有着更开放、更包容的态度，外派到上汽南美公司的党员同事会趁着“七一”等节日给大家上“文化融合课”，讲一讲中国的发展和文化，并借此机会加强和外籍员工的交流，增进对相互文化背景的了解。沈为民表示：“外籍员工感受到我们的尊重后，也更容易向我们的文化和工作节奏靠拢。”在开展业务时，双方能更好地形成合力，促进销量增长。

培养输送更多“奋斗者”

疫情虽然对大部分海外市场造成了不小的影响，但在上汽国际全体员工的奋斗下，今年的销量还是不断创下了新纪录。8月，上汽国际零售销量首次“破万”，达到10085辆，同比增长98%。

“这样的成绩离不开身处海外的一线员工，尤其是一线党员的奋斗。”沈为民说，由于外派员工大多在第四党支部，支部为了鼓励大家比学赶超，组织了一个“海外销量创新高”主题立功竞赛，推进情况非常不错。

新的海外市场也在紧锣密鼓地开拓中。最近，上汽墨西哥公司开业了，目前负责该公司业务的刘磊此前曾成功地开拓过越南和菲律宾市场。沈为民回忆说，刘磊独自一人开拓越南市场时，他的丈母娘生病了。他通过上汽国际的“华姐热线”求助，工会和第四党支部迅速行动，为他的丈母娘安排入院治疗，并给予必要的关心和帮助。

“刘磊常说党组织的帮助让他很感动，并决心申请入党。”沈为民说，“我们要把党员培养成骨干，把骨干发展成党员，让人才队伍不断壮大。”

“一切为了前线、一切为了用户、一切为了打赢”，上汽国际为了培养出更多能“上前线”的骨干，也做足了功课。去年年底，上汽集团从下属企业招募到一批有志于投身国际经营事业的员工赴各海外公司挂职。这批员工本应于今年年初启程前往各海外市场，但受疫情影响，只有4人成行。对于那些无法亲身前往海外一线的员工，上汽国际也十分重视，沈为民说：“他们都是在销售、市场、品牌、营销等领域的一把好手，经验丰富。我们请他们开讲堂，授经验，帮助团队的其他成员共同成长。”

同时，上汽国际联动上汽集团国际业务部和上汽销售公司，甄选了25位高绩效、高潜力、高意愿的学员参加“海外后备总经理团”。学员们前往上汽销的各4S店，通过实战锻炼销售技巧，为今后的外派做好准备。

“我们所有的资源和奖励都是向奋斗在一线的员工倾斜的。”沈为民说，“党组织要为海外市场提供更多能干、能闯的‘奋斗者’，并为他们照顾好‘后方’。”