

2021年1月24日

逢周日出版

本期16版

第4期 总第1870期
上海出版 全国发行

上海汽车報

上海汽车報微信号
请扫描二维码关注

上汽集团召开2020年度基层党组织书记述职评议会，陈虹要求 进一步增强危机感、紧迫感

详见P2



智己汽车：为打造极致体验而生

智能时代的汽车，应该是什么样子？为极致体验而生，“这辆车就是我”。在智己汽车的新车发布会上，1000km续航、永不自燃、20万公里零衰减的电池、服务自动驾驶的各种软硬件配备，以及“共创、共生、共享”的用户运营机制等颇为吸引眼

球。诸多亮点背后，是上汽在行业大变革的当下，跳脱传统竞争维度，打造用户极致体验的具体展现。

“‘极致’最大的作用不是需求替代，而是需求创造。”在最近举行的电动汽车百人会上，上汽集团总裁王晓秋阐述了对“打造极致体验”的理解。会

上，“1000公里续航”引起了广泛讨论。实际上，这个话题之所以能成为热点，正是因为消费者对于极致体验的需求与关注。

伴随“智己汽车”的诞生，《上海汽车报》持续推出相关专题报道。本期报道中既有对于“1000公里续航”的讨论，也有投

资者和证券机构对智己汽车的期待，还有新势力造车在用户运营方面“将生意做成朋友”的做法是否可借鉴、可持续的思考。他山之石，可以攻玉。我们试图从行业各个方面，与读者共同探讨如何打造极致用户体验这个话题。
(详见P2、P3、P8、P10)

落实干部大会精神，抓开局、抢先机

上汽大众ID.4 X开启预售，打响了新年开局的第一枪；上汽通用汽车的大楼里，一场关于“极致体验”的创新盛宴正在举行；乘用车R汽车首获5G“准生证”，MARVEL R预计于今年一季度上市；捷氢科技迎来2021年首批交付；博世华域、上柴等多个企业召开干部大会，部署新年工作，确立“十四五”目标……

落实上汽集团干部大会精神，抓开局、抢先机，各个企业都行动起来了……

详见P4-P7

联手百度、腾讯、富士康，吉利在下一盘什么棋？

吉利汽车将成为中国汽车代工产业的“富士康”？

P9 市场动态

消费者行为和购买决策的新特点

疫情从根本上改变了许多产品和服务品类的购买行为。有些企业还在采用传统方法定位产品、预测消费者习惯，但这种方法可能会过度简化不断变化的购买驱动力

P11 声音

碳化硅竞争即将进入“黄金赛道”

罗姆、意法半导体、英飞凌等都在大幅扩大碳化硅芯片产能，作为第三代半导体材料的代表，围绕碳化硅展开的竞争已进入白热化阶段

P16 国际新闻