

# 汽车周刊



新民网汽车频道  
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第 828 期 | 2020 年 7 月 8 日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:龚云阳 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

## 百万使命必达 上汽加码发力海外市场

墙内墙外“两开花”。作为中国最大的汽车集团，上汽不满足于中国为王，积极抢占海外市场，2019年实现整车出口和海外销售35万辆，同比大增26.5%，在全国整车出口普遍下滑的背景下，不仅出口销量继续排名国内第一，而且进一步扩大了领先优势。今年1-2月，上汽集团海外累计零售突破45000辆，同比增长约20%，一度形势喜人。面对全球车市寒冬和重大疫情的双重打击，今年上半年，上汽集团仍顽强实现海外整体销量13.2万辆，出口继续保持国内行业第一，销售速度好于大盘10个百分点。

### 内外兼修 打造真正世界级

拓展海外市场对于正在加快推动“电动化、智能网联化、共享化、国际化”新四化创新落地的上汽集团意味着什么？上汽集团国际业务部副总经理陆一在接受本报记者采访时表示，“一带一路”为中国企业走出去创造了很大的机遇。同时，全世界新兴市场发展是比较迅速的，汽车的需求也是比较大的。可以看到东南亚、南亚、中东，甚至南美市场都发展得非常快，这实际上是一个机会。

现在，汽车产业竞争越来越厉害，汽车巨头基本上都在布局海外市场。上汽一直在把自己定义为世界级的汽车公司，既然是世界级，肯定除了国内市场之外，开拓海外市



● 500 辆纯电动名爵 EZS 装船出口欧洲

场一定是上汽要走的路。中国汽车产业未来的增长可能更多地要到海外去增长。

### 立体作战 潜心海外巧布局

上汽海外业务异军突起绝非偶然。“上汽不是简单卖车，而是卖了一套与汽车相关的整个生产、制造、营销及物流、售后服务体系给消费者。整个的体系竞争力是我们海外能够发展的一个比较重要的举措。”作为上汽通用曾经的销售干将，如今陆一对上汽开拓海外业务的综合优势也是如数家珍：上汽集团已构建了包括创新研发中心、生产基地、营销中心、供应链中心及金融公司在内的汽车产业全价值链，整车产品进入五大洲60多个国家，形成了泰国、英国、智利、澳新、中东等7个“万辆级”区域市场。我们的产品很适用于发展中国家，这是我们的优势。

上汽集团人才队伍建设比较扎实，包括金融、物流、供应链管理、采

购、工程开发、制造、生产再加上营销、售后服务、品牌，有一个比较强的人才队伍。我们在伦敦、硅谷和特拉维夫有三个创新中心。上汽集团旗下的华域零部件在海外有93个基地，安吉物流已经覆盖近40个国家。整体来讲，从2013、2014年至今，上汽国际化布局已经形成一个规模。

### 顽强应对 衰退疫情不足惧

上汽的目标是2025年海外销量超过100万辆，而且是自主品牌超过100万辆。受全球经济的衰退和疫情的影响，今年整个世界汽车市场保守估计会下滑20%-30%，包括消费者的需求和购买力降幅较大。

陆一表示，疫情对销售计划影响较大。整体来看，上汽推出了一系列的用户关怀举措，首先是积极在当地参与抗击疫情，如赞助防疫用品。在当地想要推动销售，承担社会责任很重要。其次，上汽探索了一些数字化营销手段。中东公司打造了

电子商务平台，在法国巴黎以云上发布的方式开了第一家MG形象展厅。上汽不但宣传品牌和产品竞争力，也把中国在领先科技上的优势作为赋能要素。目前我们会逐渐把网联的技术应用在欧洲、澳新、中东各个市场。明年上半年会推出MARVEL X欧洲版。

### 逆势而上 自主品牌抢风头

可喜的是，尽管上半年全球车市因故大幅萎缩，但是上汽自主品牌出口却不降反升。6月，上汽MAXUS海外零售销量突破2000台，在疫情期间逆势同比增长30%，1-6月累计零售销量达7257台。MG名爵品牌上半年的海外销量超过7万辆，同比增长高达37%，尤其是在中东、东南亚、澳新、英国市场的销量增长显著。

上汽国际商贸公司承担着MG名爵品牌的出口重任，公司党委书记、副总经理赵爱民介绍说，“我们

是从去年下半年开始进入欧洲市场的，去年大概销售了10000辆左右，今年想有更大进步。欧洲是一个发达的汽车市场，也是最大的汽车市场之一。上汽进去以后，如果MG能站住脚的话，对其他的中国品牌会有一个非常大的带动作用，所以我们的投入从董事长到总裁都是很重视的。目前我们上汽国际已经拥有了卢森堡公司、欧洲销售公司，接下来还有德国公司、法国公司。我们的销售、市场、品牌、服务全部是当地化推进，配件每个月会有四个时间进行订货、配送。”

冲在销售前线的赵爱民深感拓展新市场的不易。“欧洲的传统汽车市场竞争非常激烈，消费者凭什么选MG？我们经过分析以后发现，欧洲的环保意识特别强，电动汽车在那边发展还是挺快的，我们从这条道路上参与竞争。”做好产品还是能够获得市场认可的。我们希望通过我们一系列的努力在世界上立足。“2025年的时候，我们在欧洲要做到每年20万台左右的单量，这是我们的目标。”

中国现代汽车工业从无到有迅猛发展，逐步孕育出了强大的制造体系实力。让“中国力量”站上世界舞台，作为中国汽车工业的排头兵，上汽集团大步迈向海外市场既是情势所驱，亦是水到渠成，更是使命必达。这将是“中国汽车产业”由大变强的明证。 本报记者 张云

## 加量不加价，广汽新能源埃安S上市

广汽新能源埃安S的年度升级车型日前正式上市。2020款埃安S为用户带来续航、科技、服务“三大进化”，补贴后售价为13.98万元起，加量不加价。

广汽新能源埃安S率先将中国新能源汽车行业带进NEDC续航500km+时代，更率先实现L2自动驾驶技术的量产搭载。今年1-5月，埃安S实现销售超1.6万辆，保持着同比猛增超100%的强劲势头。

2020款埃安S在取消魅Max 530及魅Evo 530两款车型的基础上，新增了NEDC续航460km的魅580及炫580车系产品，带来更长续

航性能，让通勤用户一周只需充电一次，且快充充满80%只需30分钟。

针对用户的出行健康需求，2020款埃



安S全系标配PM2.5滤芯和远程一键杀毒。此外，全系升级标配此前仅在高配车型上搭载的可开启式全景天窗、6扬声器、倒车影像。

在持续创新升级产品力的同时，广汽新能源坚持为用户提供世界级的服务，为2020款埃安S的用户提供三电终身质保承诺（非营运首任车主，每年少于3万公里），使广汽新能源成为业内唯一所有产品均提供三电终身质保的车企。 宝龙



7月10日，神秘绿盒空降魔都南京路步行街世纪广场。当晚，“超战力轿跑”第三代名爵6将在此上市发布，届时，其插电混动版本车型“超战力新能源轿跑”第三代名爵6 PHEV也将同步开启预售。现场设置了潮流不设限、智能不设限、性能不设限三大主题体验区，对公众免费开放。

第三代名爵6专为当代年轻人打造，拥有超高颜值，引领运动轿跑新风潮。同级最强黄金动力组合，赛道基因与Super Sport超级运动模式，让第三代名爵6有“10万级最强小钢炮”之誉；新车达到L2.5 PLUS级别智能驾驶。此外，全球唯一十速电驱变速箱也是这款运动轿跑的亮点。 江美

## 上汽MAXUS海内外迎来双增长

在中国车市整体不振的形势下，上汽大通旗下品牌上汽MAXUS(迈克萨斯)却走出了一条销量上扬曲线：6月，上汽MAXUS销量(批售)达12491

台，同比逆势劲增37.22%，其中国内销量10576台，同比大涨40.99%；海外销量同比增长30%，环比劲增172%，展现出强大的复苏态势。尤其澳大利亚市

场，6月上汽MAXUS零售销量达1472台，在疫情期间逆势同比大涨83%，创下了单月海外单一市场零售销量破千的全新纪录，勇夺海外细分市场中国汽车

品牌第一佳绩。

6月，上汽MAXUS海外零售销量突破2000台，1-6月累计零售销量达7257台。截至目前，上汽MAXUS海外累计销量(批售)已突破7万台大关，全球业务遍布48个国家和地区。

余音

## 红旗造超跑，到底靠谱吗

日前，红旗造超跑的消息在圈内传开，不少人瞬间被点燃了爱国热情而热血沸腾。作为一个具有民族情怀的品牌，红旗被赋予了太多的关注度。红旗品牌在众目睽睽日子不好过的2019年，取得12万辆的优异销售成绩。不过，凡熟悉红旗底细的人都知道，它并没有超跑的开发经验，砸下100亿元造超跑，究竟靠谱吗？

信息显示，红旗的“S系超跑”计划由长春市政府、中国一汽、美国丝尔科一同成立合资公司，用以搭建红旗S系列超跑的生产线和体验中心。五年内将投资超过100亿元分三期建设，并将逐步实现红旗S9、S7超级跑车产品的国内组装、交付，以及红旗S5、S3等车型的国内制造、交付。对此，一汽董事长徐留平之前透露：今年会发布红旗S系产品中一个重量级的超级跑车，并且这个车绝不是PPT，是要实现量产化的产品。

其实，在红旗之前，国内自主品牌在“跑车”领域也曾努力过，大都是高调入场，惨淡收场，无论是销量，还是口碑上，都距离预期十分遥远。而此番，红旗要造的不只是一款超跑，而是一个系列，红旗的野心无疑比以往的自主品牌都要大。它似乎是想在成熟的行政级别和逐步完善的民用领域之外，开辟一个类似于宝马M系、奔驰AMG、奥迪RS这类的高性能部门，提升品牌形象。

很多人担忧，这会不会又是一场“PPT”圈钱。同时，更多人士认为，一汽红旗“路没有走稳之前就想着跑，不然肯定会摔跟头的”。另外，虽然目前红旗品牌终于有了起色，但毕竟基础不牢，无论是从造车技术，还是品牌度来说，红旗造超跑有拔苗助长之嫌。研发并生产一款优秀的跑车，需要技术和文化的积累，以及人才的培养，更需要时间的磨练。

好在红旗此次造超跑，并不是单枪匹马，而是借助外援——美国丝尔科公司一起干。目前市面上如布加迪威航、帕加尼Zonda等顶尖跑车，也都是丝尔科开发的。从目前已知消息来看，首款超跑车型实现量产只是时间问题，但量产后的市场预期仍拭目以待。 雍君