



不惧疫情跑赢大盘， 上汽通用“向新而生”再出发

2020年已成为过去，但“疫情”却成为烙印在每个人心上挥之不去的记忆。在疫情影响之下，国内乘用车市场前11月累计销量仅1700万辆，同比下滑8.3%，或将以负增长收尾。

对于企业来说，疫情是一次全方位的压力测试，而答卷却并不简单的表现为销售数据，而是从困境中站起来、重新出发的能力，经营质量以及对于未来可持续发展的业务布局。作为受疫情冲击和影响最为直接的企业，上汽通用汽车在日前交出了2020年的年终答卷。2020年公司全年销量达到146.75万辆（国内1,400,851辆），完成了国内销量跑赢大盘的既定目标，市场份额也较上一年小幅提升。

更难能可贵的是，在动荡的环境之下，上汽通用汽车旗下三大品牌都实现了销售结构的调整和升级，在电气化和智能化领域，不仅完成了2020年的目标规划，未来还将引入全新第三代全球电动车平台和Ultium技术平台，也为下一阶段的电气化竞争提供了坚实的基础。在全面智能化和

网联化的大背景下，上汽通用汽车推出带20项智能驾驶辅助功能并支持OTA远程升级的新一代智能驾驶辅助系统，该系统也正在旗下各品牌车型上加速普及。

疫情是压力测试，而对于上汽通用汽车来说，2020年也是其累计产销突破2000万辆的里程碑之年。对于上汽通用汽车来说，当疫情给市场和行业按下暂停键的同时，也恰恰给了他们内部盘整和营销复盘以及总结思变的有利契机。与上年相比，业内对于2021年的预测普遍乐观，但勿容质疑的是，当市场休养生息，有准备的企业都借机调整节奏，转换打法，市场的竞争和产业新旧动能的转化将在下一阶段的竞争中表现得更加直接，谁能走得更远，谁将走得更稳，相信时间会给出答案。

“疫”中快速反弹，体系是最有力的保障

2020年4月8日，上汽通用武汉分公司，

一排排整齐的雪佛兰探界者整装待发，经“一带一路”铁路出口乌兹别克斯坦。上汽通用汽车武汉分公司是上汽通用全国制造体系的重要力量之一，其自2015年投产以来，已累计生产整车约265万辆。2020年突如其来的疫情，让武汉分公司备受冲击的同时，也打乱了上汽通用汽车在市场上的节奏。

但作为一家有成熟流程体系和完善应急能力的企业，上汽通用并没有“坐以待毙”，而是在积极响应政府防疫要求的大背景下，迅速制定了产业链的复产复工计划。一方面专人专岗、积极解决武汉分公司员工的复工通行问题，帮助湖北各地员工有序、安全地返汉返岗。同时以“1带200”，帮助武汉分公司的200多家供应商进行防疫防控，派遣大量专家和员工手把手支援供应商的复工生产，助力供应商实现复工。依托上汽通用汽车世界一流的精益生产和质量管理体系，雪佛兰探界者首批出口订单不仅按时顺利下线，更是在武汉解封的第二天就实现了出口发运，更于11月达成了基地第300万辆整车下线的里程碑。

疫情阻隔，市场消费特征也发生了巨大变化，无接触式看车以及在线消费等新模式，成为新的消费趋势。作为大宗消费品，汽车的在线消费需求与普通消费品并不相同，要在短期内提升产业链下游能力、搭建新的消费场景、并针对消费需求做出适应性的改变，对于长链条产业来说，并不容易。

好在，早在2019年，上汽通用汽车就已经意识到，在新的信息渠道和需求模式之下，传统的4S模式已经不能满足消费者的需求，由此提出全新的“7S模块化服务体系”。疫情期间，上汽通用汽车携手全国1600余家经销商店，基于“7S模块化服务体系”，积极展开对营销和零售创新模式的探索和实践。抓住二季度市场回暖的时机，上汽通用汽车集中推出近三十款重磅新车、升级及改款车型，所有新车均采用“云直播发布”，收获了巨大的关注度。其中，别克品牌上半年新车上市直播，总