

曝光量 8 亿，直播总观看量 1.1 亿；雪佛兰品牌直播曝光量超 8.6 亿，观看人数超过 1.3 亿，而凯迪拉克 CT4 上市直播观看人数超 1400 万，总互动量超 8 万。

与此同时，上汽通用汽车还通过别克 iBuick、雪佛兰 MyChevy 以及凯迪拉克 MyCadillac 超级 App 等三大品牌数字化服务平台为消费者提供丰富的线上服务体验；打通线上线下的全方位渠道，通过直播间、经销商 VR 展厅、在线问诊等形式，搭建起“海陆空”式的多维体验平台，为消费者提供了互动看车、买车养车的一站式便捷服务。

结构向上，品牌升级成存量市场竞争焦点

在强大的体系力支撑之下，上汽通用汽车销量自 4 月起稳步回升，7 月起国内批零回正，并抓住车市消费升级的契机，实现了三大品牌、全系产品市场销售结构的向上。

在中高级车市场，上汽通用汽车“双君一宝”全年合计销售 236,514 辆。其中，别克双君合计销售 190,852 辆，同比增长 16.7%，继续领跑中高级车细分市场。雪佛兰迈锐宝 XL 自 10 月起持续保持增势，销售结构进一步优化，其 550T 车型占车系销量的 49%。由此带动雪佛兰销售结构持续

改善，高端车型占比将近 30%。

在 SUV 市场，上汽通用汽车全年累计销售 433,539 辆，同比增长 25.5%。别克 SUV 累计销量达 228,824 辆，同比劲增 43.4%。其中，别克旗舰 SUV 昂科旗艾维亚和旗舰车型占比近 50%；全新上市时尚运动 SUV 别克昂科威 S 目前月销已突破万辆；中型 SUV 主力畅销车型别克昂科威 1-12 月累计销售 113,485 辆，同比增长 15.4%；别克昂科拉 GX 和昂科拉双车 1-12 月累计销售 38,194 辆，同比增长 78.6%。

凯迪拉克品牌 2020 年随着 CT4 的上市，1-12 月累计批售 230,007 辆，同比增长 8.2%，再次刷新在华销量新纪录。其中，豪华 SUV 矩阵全年累计销量达 146,678 辆，同比增长 27.1%，旗舰车型 XT6 全年累计销售 26,555 辆，六座车型比例达 67%；豪华后驱家族中，CT5 在 12 月刷新上市以来的销售新高，达 6,481 辆，同比增长 100%，2020 全年累计销量达 45,026 辆，中高配销量占比近 80%。

企业持续锻造体系竞争力的不懈努力也赢得了行业表彰。据统计，2020 年上汽通用汽车旗下产品、团队及个人累计荣获了超过 200 项奖项荣誉。目前，上汽通用汽车已连续十六年荣获“中国最受尊敬企业”殊荣、连续十二次荣登“中国企业社会责任榜”，并曾连续九年参选并获评“中国最佳企业公民”。

前瞻布局，决胜未知

决意转型，通用汽车未来 5 年将在电动汽车和自动驾驶领域投资近 270 亿美元，中国作为通用全球最大的市场，在上述新方向的投入也将不遗余力，未来五年，通用在中国市场推出的新车里，将有 40% 以上的占比是新能源车型。

2020 年，上汽通用汽车新能源车型累计销售 17,639 辆。其中别克微蓝家族 1-12 月累计销售 16,061 辆，同比增长将近 4 倍。未来，上汽通用汽车还将引入通用汽车全新第三代全球电动车平台和 Ultium 技术平台，依托全球领先的“智能制造”体系和强大的本土化供应链，为中国市场打造更具竞争力的优质电动车型。

在“2025 车联网战略”的指导下，2020 年 12 月，上汽通用汽车首次针对车载互联系统启动大规模 OTA 升级，覆盖别克、雪佛兰和凯迪拉克旗下的 17 个车系，未来，其车载互联系统 OTA 将保持一年多次的更新频率，覆盖旗下 80% 以上的车系。

而在智能化领域，2020 年 7 月，两款搭载 Super Cruise 超级智能驾驶系统的凯迪拉克 CT6 28T 车型已于 2020 年 7 月底在国内上市，目前，Super Cruise 超级智能驾驶系统全面覆盖中国境内超过 30 万公里城际高速公路、城市快速路，以及与高速公路相连的城市高架道路。

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正在上汽通用旗下车型上加速普及，同时未来 5 年内，Super Cruise 超级智能驾驶系统将覆盖凯迪拉克品牌大部分车型，并逐渐应用于别克和雪佛兰品牌车型。

在汽车向着电气化和智能化领域加速前行的过程中，传统车企最大的挑战在于，如何坚定方向，平衡好现在和未来的关系。身处全球最大的汽车市场，也是上汽通用已经耕耘了 23 年的市场，坚定的目标，技术的本土化以及高效的产业链联动，势必会使得上汽通用在未来的市场竞争中，保持传统赛道上稳步向前的同时，在电气化以及前瞻智能等领域同样保持竞争力。

