

上汽集团“谋”与“略”：全面转型高科技企业“换挡提速”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“新能源汽车不仅成为了国内车市的强劲新增增长点,也成为了‘中国制造’参与国际市场竞争的靓丽名片。8年前,由习近平总书记亲自描绘的‘汽车强国’愿景,正在一步步变为美好的现实。”在“2022世界新能源汽车大会”主论坛上,上海汽车集团股份有限公司(600104.SH,以下简称“上汽集团”)董事长陈虹如是说道。

时间拨回到2014年5月,习近平总书记视察上汽集团时强调,发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路,要加大研发力度,认真研究市场,用好用活政策,开发适应各种需求的产品,使之成为一个强劲的增长点。

《中国经营报》记者注意到,近年来,在国家政策、企业创新、用户认可等共同作用下,我国新能源汽车产业迅猛发展。中汽协数据显示,1~10月,新能源汽车产销分别达到548.5万辆和528万辆,同比均增长1.1倍。

行业整体向上的背后,上汽集团也交出一份亮眼的“成绩单”。1~10月,上汽集团新能源汽车销售80万辆,同比增长44%,累计销量已超过去年全年水平。其中,10月份新能源汽车销量再次突破10万辆大关,达10.2万辆。

记者注意到,在“新四化”(电动化、网联化、智能化、共享化)的行业浪潮下,上汽集团正紧紧围绕“以用户为中心”,发力新一代电动智能汽车,加快向技术升级化、业务全球化、品牌高档化、体验极致化的用户型高科技企业转型。

与此同时,围绕“碳达峰、碳中和”国家战略目标,以及“数据决定体验、软件定义汽车”行业变革趋势,上汽集团持续推进创新转型战略,全力冲刺“电动智能网联”新赛道。

紧抓“新四化”发展机遇

在电动智能网联这条“全新赛道”上,上汽集团创新业务正在不断加快冲刺。

“发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路。习近平总书记的重要指示为中国汽车工业的发展和车企加快转型升级、实现高质量发展指明了方向。”陈虹说道。

作为国内汽车行业的龙头企业,在电动智能网联这条“全新赛道”上,上汽集团创新业务正在不断加快冲刺,并率先在多个领域实现领跑。

2021年,上汽集团自主品牌销

售285.7万辆(荣威和MG品牌合计销量约80万辆),在总销量中占比达到52.3%。1~10月,上汽集团销售整车427.4万辆,继续保持国内领先地位。其中,自主品牌销量突破219万辆,牢牢占据“半壁江山”。

面对高端化、个性化、场景化等行业发展的结构性机遇,上汽集团以智能电动汽车为主要载体,围绕智己汽车、飞凡汽车、上汽享道Robotaxi、上汽友道智途“5G+L4”智能驾驶重卡等重点项目,积极推

进创新技术不断落地,加快推动技术优势向发展胜势转化。

记者注意到,在首届上汽零束SOA平台开发者大会上,上汽集团正式宣布,“十四五”期间将在智能电动汽车等创新领域投入3000亿元,全面向高科技企业转型。

3000亿元创新投资计划取得了哪些成果?在第二届上汽零束SOA平台开发者大会上,上汽集团副总裁、总工程师祖似杰告诉记者,在产品方面,上汽集团推出



上汽集团以智能电动汽车为主要载体,围绕智己汽车等重点项目,积极推进创新技术不断落地。

本报资料室/图

了智己、飞凡两个品牌的新车型,电动智能网联化创新成果的集中体现。智己L7和飞凡R7两款车是上汽

以科技创新构筑发展根基

上汽集团之所以能够在电动智能网联赛道取得亮眼的成绩,背后离不开公司强大的技术实力做支撑。

“工欲善其事,必先利其器”。上汽集团之所以能够在电动智能网联赛道取得亮眼的成绩,背后离不开公司强大的技术实力做支撑。今年3月,上汽集团宣布成立“上汽集团创新研究开发总院”,整合创新研发资源,加快前瞻技术及创新工艺的布局和落地,打造“技术创新、团队创业、个人成长”三者有机融合的研发平台。

不仅如此,上汽集团还聚力

打造“上汽星云”纯电专属系统化平台、“上汽珠峰”机电一体化架构、“上汽星河”氢能源专属架构等三大整车技术底座,以及“蓝芯”动力总成系统、平台化“魔方”电池系统、“绿芯”电驱动系统、“银河”全栈智能车解决方案等四大关键技术底座。

对于上汽集团创新研究开发总院的工作,祖似杰向记者表示,“我们总院实际上做几件事情:一是作为

未来的前瞻技术的策源地,不断打造智能汽车新技术、拓展新领域;二是深耕七大技术底座,这是新赛道上汽车的基石;三是也为我们的品牌和海外业务产品工程服务”。

今年6月,“上汽星云”纯电专属系统化平台正式对外“亮剑”。作为上汽集团“新四化”战略和“云管端”技术的载体,“上汽星云”是加载“魔方”“绿芯”“银河”三大系统“技术底座”的梯度化超

级平台,将派生出不同级别的纯电专属架构,成为上汽集团全面实现电动化的专属主力平台。

祖似杰举例说道:“前段时间出口欧洲的MG MULAN,就是基于星云平台打造的中国汽车工业首款真正意义的‘全球车’,现在订单非常好,这款车在海外市场需求非常大,特别契合欧洲市场需求。”

此外,上汽集团还借力资本市场加快创新步伐。目前,上汽集团

已培育形成捷氢科技、智己汽车、飞凡汽车、零束科技、友道智途、赛可智能、联创电子等20家“科创小巨人”,通过科技创新赋能产业转型升级,并将积极借助资本市场,推进创新成果的产业化和商业化发展。

祖似杰表示,“电动化上半场,智能化下半场,终极一定是生态化,整个智能网联汽车变成一个大的生态,就像手机一样,手机本身不重要,重要的是手机的生态”。

国内国际赛道加速跑

在不断完善国内市场布局的基础上,上汽集团积极探索开拓海外市场,参与全球竞争。

“海外每卖出三辆中国车,就有一辆是上汽造”。在不断完善国内市场布局的基础上,上汽集团积极探索开拓海外市场,参与全球竞争。据悉,1~10月,上汽集团海外市场销售77.2万辆,同比增长46.1%,累计销量已超过去年全年水平。

祖似杰告诉记者:“今年我们海外销量大概能突破90万辆,我们开发的自主品牌车型包括新能源汽车,今年重点进入欧洲市场,完全满足欧洲所有的法规体系。

目前,我国汽车出口量已经超过了德国,是全球第二大汽车出口国,而且跟汽车出口量排第一的日本已经差距不大了,这点对我们汽车人来说非常骄傲,原来都是人家进口到我们国家,现在是我们走出去,而且我们新能源汽车在欧洲卖得比国内贵。”

记者了解到,作为中国汽车龙头企业,长期以来上汽集团坚持“有系统、有规划、成建制”推进国际经营,已经建立了集研发、营销、物流、零部件、制造、金融、二

手车等为一体的面向全球市场的汽车产业链。

记者采访了解到,目前,上汽产品和服务遍布全球90余个国家和地区,形成欧洲、澳新、美洲、中东、东盟、南亚6个“5万辆级”区域市场,海外累计销量突破300万辆。2021年,上汽海外市场销售69.7万辆,同比增长78.9%,连续6年夺得国内车企榜首。

2022年初,上汽集团宣布将全面发力欧洲市场,欧洲率先晋级上汽首个“10万辆级”海外区域

市场。9月13日,上汽集团旗下全球纯电超能跨界车“MG4 ELEC-TRIC”全球上市,并发布国内和欧洲市场售价分别为12.98万~18.68万元人民币(补贴后)、31990~37990欧元,至2023年新车将在全球六大洲80余个国家和地区全面发售。

同日,万辆MG MULAN在上海海通码头正式启运,远渡重洋,出征欧洲,积极助力上汽年内建成首个“10万辆级”海外区域市场。

据悉,今年MG4 ELECTRIC

将在国内,以及德国、法国、英国、意大利、西班牙、挪威、瑞典、丹麦、荷兰、比利时、卢森堡等近20个欧洲主要国家同步上市。

上汽集团表示,“2023年,MG4 ELECTRIC将进军澳新、中东、墨西哥、南美等地区,覆盖全球六大洲重点区域市场的80余个国家和地区,销量目标为15万辆,成为中国新能源车海外销量冠军。2025年,MG4 ELECTRIC将成为中国首款累计销量突破‘50万辆级’的全球车”。

—— 经营成就价值 ——

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

科技创新

我们这十年

十年来,在全国科技界和广大科技工作者的共同努力下,我国科技事业发生了历史性、整体性、格局性重大变化,成功进入创新型国家行列,走出了一条从人才强、科技强到产业强、经济强、国家强的发展道路。

十年来,全社会研发投入从2012年的1.03万亿元增长到2021年的2.79万亿元。

世界知识产权组织发布的全球创新指数排名,中国从2012年的第34位上升到2021年的第12位。

2012-2021年,我国高技术产业营业收入从9.95万亿元增长到19.91万亿元。

(数据来自国务院新闻办)

扫码了解更多