

# 上海汽车产业有序复工复产

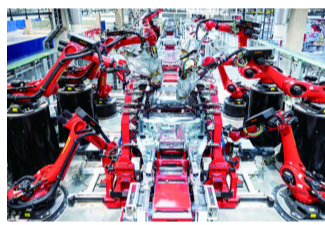
闻言培

上海是中国汽车工业的“心脏地带”。据统计,2021年上海市汽车总产量达283.3万辆,占全国汽车产量的10%,换句话说,每10辆国产汽车,就有一辆来自上海。

更重要的是,“上海不只是上海人的上海”,上海的汽车业不仅关乎上海自身,也是全国汽车供应链的关键所在。上海聚集了全球超半数的零部件巨头及其工厂,其中排名前十的有九家的中国总部选址位于上海,分别是博世、采埃孚、麦格纳、现代摩比斯、爱信、大陆集团、法雷奥、李尔和弗吉亚,辐射范围覆盖了我国绝大多数的整车企业。

然而,自3月份起,突如其来的疫情不仅影响了上海整车企业的生产,同时也让零部件企业遭遇停摆。据不完全统计,本轮疫情已导致超过1000家上海的汽车产业链企业不同程度地停产或减产。有业内人士指出,与2020年年初相比,这次汽车行业无论受波及范围还是产业链深度都明显更为严重,整个行业正在面临前所未有的严峻考验。

好消息是,在工信部等相关部门和上海市政府的统一部署下,在上海市疾控部门的指导下,上海汽车业在至暗时刻后,终于迎来希望



的曙光。自4月中旬以来,上海市经信委已经陆续公布两批重点企业复工复产“白名单”,越来越多的汽车相关企业按下了“重启键”,目前上海汽车制造业整车及零部件配套企业复工率已达到77%。

4月18日,上汽集团临港乘用车基地开启了复工复产压力测试,制定了疫情防控、健康筛查、闭环管理、准备保障和应急预案等一系列方案,还成立了包括安全、应急、后勤、消杀等在内的8个专业小组,全面落实疫情防控措施,对生产区域、物料区域、生活区域等消杀,严格进行网格化管理。

4月19日,压力测试开启后的第二天共下线了200多辆整车,包括智己、飞凡、荣威、MG名爵四个品牌在内的整车陆续下线。复产一周后,上汽乘用车对外透露,临港工厂已有4千余员工驻厂开展闭环运营和生产,计划采取单班工作制,



如果供应链能保持稳定,产能将逐步爬坡。

工厂不仅对近400家的供应商产能、库存、原材料等进行了全面摸底,也将尽可能协助支持供应商尽快复工。知情人士称,上汽乘用车目前的产能利用率已经从复工复产一周后的不足20%提升到了接近40%的水平。

与上汽乘用车临港工厂相隔不远的特斯拉超级工厂,同样于4月19日正式启动复产工作。特斯拉已有8千名员工陆续返厂,电池、电机车间更是在19日早晨就已恢复生产,目前多条流水线已经高效运转起来。其中,特斯拉二期整车车间是目前效率最高的一条自动化整车生产线。特斯拉超级工厂生产制造高级总监宋钢表示:“我们会在接下

来的3、4天内进行产能逐步爬坡,到整体单班满产。”

与此同时,上海市内的许多特斯拉供应商也在政府指导下积极联动、保证生产,打通物流支持特斯拉整车制造。

除了浦东临港,作为上海“汽车城”的嘉定也重新焕发生机。自上海白名单公布以来,上汽大众正在积极推进复工复产各项工作,安亭厂区的生产也正逐步恢复。与此同时,上汽大众采购、物流等部门时刻紧盯供应商的最新情况,逐步拉动零部件配套企业复工复产。

4月25日,上汽大众MEB工厂与安亭汽车三厂经过为期一周的压力测试后,实现全线开动,迎来工厂复工复产后首批整车顺利下线,

其中包括途观L、辉昂、全新奥迪A7L、ID.纯电家族等多款车型。

驻扎嘉定安亭的还有另外一家合资巨头上汽通用。作为首批复工复产“白名单”企业,上汽通用汽车正积极贯彻落实市政府防疫要求,严格管理,封闭生产,并在各级政府及相关部门的支持下,积极拉动供应链,稳步推进复工复产,逐步恢复产能。

值得一提的是,备受外界瞩目的奥特能纯电平台的首款车型——凯迪拉克LYRIQ已经于5月7日正式下线。该辆LYRIQ预生产车是位于上海金桥的凯迪拉克工厂自实行封闭生产管理后下线的首款全新车型。随着上汽通用汽车复工复产的有序推进,凯迪拉克LYRIQ的制造及验证工作也将进入最后的冲刺阶段。

在上海有序推进企业复工复产的“白名单”中,汽车零部件的重点企业也在其列。各大零部件企业均制定了疫情防控、健康筛查、闭环管理、准备保障和应急预案等一系列方案。

其中,安波福从3月疫情发生以来采用“闭环生产”模式,对员工在工厂或企业内进行闭环管理,最大程度上保证生产效率和产能,目前安波福已有超1800名员工回到工作岗位。

随着熟悉的生产线机器的轰鸣声再次在上海响起,这场汽车产业的保供攻坚战已经露出了希望的曙光。

## 产品、品牌多维度升格,皇冠为何能引领一汽丰田逆势增长?

2021年,在疫情、缺芯等黑天鹅事件的轮番冲击下,中国汽车市场再次承受巨大的压力,而一汽丰田却取得了逆势增长,取得了全年860019辆的销量成绩,同比增长8%。一汽丰田的强势不仅仅在于TNGA架构带来的全产品阵容竞争力提升,还与高端品牌皇冠的复出有着诸多的关系。

作为丰田在中国布局的一款全新SUV,皇冠陆放一经上市便迅速跻身细分市场第一梯队。同时,皇冠品牌也成为了一汽丰田品牌上攻的尖兵。

### 皇冠陆放 为何能成为后起之秀?

在消费升级的背景下,很多消费者对汽车的品质提出了更高的要求。而作为皇冠品牌的核心产品,皇冠陆放也沿袭了皇冠品牌对高端品质的执着追求。

在外观设计方面,皇冠陆放采用了蜂窝状前格栅镶嵌大尺寸皇冠LOGO,打造出强烈的尊崇感。下方

则使用大嘴式进气格栅,拉伸前脸的视觉宽度的同时,也打造出十足的速度感。再配合车身整体充满肌肉感的线条曲面,皇冠陆放既拥有不怒自威的气场,也营造出年轻化、运动化的气息。

来到座舱,皇冠陆放采用了极具质感和设计感的骨架式中控台,使用富有质感的内饰材料和细腻精致的缝制工艺,加上碳纤维材质、木纹饰板和红黑拼色设计的应用,营造出了高品质的内饰格调。皇冠陆放车长



达到5015mm,拥有越级的车内空间,同时,皇冠陆放还搭载了前排隔音玻璃、TNGA高分子减振材质及防音隔振材料,最终为用户带来了豪华、宽适、静谧的驾乘体验。

随着汽车智能化革命的要求不再是单纯的代步工具,而是一个充满科技和温度的第三空间。对此,皇冠陆放采用了双12.3英寸液晶屏,内置丰田最新的智能车机系统,同时,皇冠陆放全系标配新一代TSS 2.5丰田智行安全,具备L2级辅助驾驶能力,铸就了强大的安全实力。

一直以来,大尺寸的中大型SUV给消费者留下了费油、费钱的刻板印象,在油价高企的当下,很多人对用车成本更加敏感,也因此对中大型SUV望而却步。而皇冠陆放全系搭载丰田THS II混合动力系统,低至5.3-5.8L/100km的工况油耗仅相当于紧凑型轿车的

水平。卓越的经济性优势不仅切实降低消费者的用车成本,更让一汽丰田为中国的双碳事业贡献了更多的力量。

### 皇冠复兴,品牌升维

中国汽车市场的竞争态势日趋白热化,而皇冠陆放之所以能杀出重围、一炮而红,与TNGA架构与生俱来的全面强大和豪华品质有着密切的关系。

自2018年推出第一款TNGA架构车型奕泽开始,一汽丰田近几年一直基于TNGA架构进行产品线的焕新和扩张。但是,单纯的产品横向延伸并不是品牌发展的长久之计,皇冠品牌复出的使命并非单纯的寻求增量,更多的是帮助一汽丰田实现了品牌的向上升维。

2022年,一汽丰田将实现“年销百万辆、客户超千万”的企业目标。很多人认为,在疫情、缺芯的背

景下,这一目标极具挑战性。事实上,有了皇冠品牌的支撑,一汽丰田恰恰拥有足够的底气。

皇冠,是国人心中高端轿车的代名词,影响了一代人对高端车的认知。如今,皇冠变身“皇冠品牌”,丰田的历史沉淀再次放射出耀眼的光芒。凭借全面、豪华、强大的产品实力,皇冠陆放已经成为了一汽丰田重要的增量引擎。

当下,奔驰、宝马、奥迪等豪华品牌不断下探产品区间,很多缺乏高端基因的合资品牌只能被迫承压。一汽丰田则不然,拥有深厚历史积淀和高端品质的皇冠品牌让一汽丰田夯实了在30万元市场的基础,不惧豪华品牌的下压。更重要的是,皇冠还让一汽丰田拥有了继续拓展30万元以上市场高地的能力,未来能够进一步满足高端消费者的购车需求,一汽丰田势必会再造一个属于皇冠的黄金时代。

当下,国内再次出现疫情危机。对此,一汽丰田也迅速响应,在对经销商提供扶持政策的同时,还针对全国医务工作者推出了终身免费保养的政策,为逆行者们带来高品质产品和服务。

(明月)

