

不懈创新书写产业奇迹，销售额超越日产、宝马、现代

# 上汽怎样打响中国“汽车名片”

本报记者陆文军

汽车制造业是国民经济的支柱，也是世界各国比拼工业基础的重要指标。经过几十年的不懈拼搏，作为世界汽车工业“晚来者”的中国，已经逐步赶超，进入世界第一阵营。

不久前，美国《财富》杂志公布的最新一期世界500强排行榜上，上汽集团以2016年度合并报表1138.6亿美元的销售收入名列世界500强第41位，比上年度再次提升5名，不仅遥遥领先于国内其它汽车企业，而且作为中国汽车行业的龙头企业，上汽集团在全球汽车行业名列第七，已超过日产、宝马、现代等世界汽车巨头。

13年间，上汽集团一直作为中国汽车业的中流砥柱，从2004年作为唯一的中国汽车企业首次闯入世界500强，到如今营收比当年翻了近10倍，在世界最强企业的排行榜中实现跨越式攀升。

近年来，国内外经济形势波折起伏，全球汽车行业市场更是波澜激荡，但上汽始终站在行业的潮头，引领中国汽车业迎头赶上全球同行的脚步，紧紧牵住实体经济和高端制造业的

“牛鼻子”，打造强劲的经济增长极。

连续稳健高速增长，从行业的“跟随者”逐步实现赶超，超过了世界车业一座又一座高山，正在跻身全球产业的“顶级俱乐部”，上汽到底有什么秘诀？

上汽集团董事长、党委书记陈虹介绍，上汽的“成功秘诀”正是不懈创新带来的强劲动力。面对市场与行业格局变化的大趋势，上汽始终坚持创新驱动转型升级，瞄准“电动化、网联化、智能化、共享化”发展趋势，积极推进全球布局、跨国经营，用能力提升带动规模做大，目标直指打造世界著名汽车公司。

今年上半年，尽管国内车市并不平静，但上汽依然表现强劲，经营业绩再创历史同期最好水平，实现整车销售317.5万辆，同比增长5.8%；国内市场占有率稳步提升，增至23%；实现营业总收入3964.06亿元，同比增长12.85%；实现归属于上市公司股东的净利润159.58亿元，同比增长5.96%。

在全球“制造业回归”的风潮下，上汽闪亮业绩中的“中国制造”分量越来越重。今年上半年，上汽自主品牌表现亮眼，实现

爆发式增长：上汽乘用车公司荣威和名爵同比猛增113%，上汽大通销量同比增长30%。

与此同时，合资企业稳中求进，上汽大众、上汽通用销量稳居乘用车企业前三甲，上汽通用五菱成为国内唯一一家半年销量突破百万辆大关的企业。

刚刚度过20周岁“生日”的上汽通用汽车，累计销量突破1500万辆，再次刷新了中国汽车企业的发展速度纪录，“上汽通用速度”，成为中国汽车工业蓬勃发展的写照。

正在上海访问的通用汽车公司董事长兼首席执行官玛丽·博拉表示，与上汽合作在中国书写的“产业奇迹”，让通用更加坚定了对中国市场的信心，将来在豪华车、智能互联、新能源汽车领域，还将迎来巨大的产业机遇。

据介绍，上汽发展将紧紧围绕新四化趋势：电动化方面，作为国内唯一有能力覆盖插电混合、纯电动、燃料电池三条技术路线的汽车企业，上汽集团“电驱、电池、电控”三电核心技术达到国内领先、国际一流水平。

网联化方面，上汽已建立起车载硬件设施与车载互联网系统的应用开发体系，积极

打造汽车产品和服务完美融合的生态圈。

智能化方面，今年6月份上汽以开放的思维携手通信领域巨头中国移动和华为，共同推进5G车联网技术发展，抢占未来智能出行制高点。

共享化方面，上汽集团旗下的新能源分时租赁企业环球车享已进入全国28个城市，建成网点4500余个，累计投放新能源车辆9800辆。

陈虹介绍，“走出去”逐步成为全球性汽车集团也是上汽的努力方向，目前上汽积极响应“一带一路”倡议，已率先完成国际经营首轮布局，海外影响力不断扩大。目前，在美国硅谷设立创新中心，在东盟、中东、非洲、欧洲、南美、北美、澳新等15个重点国家和地区建立了营销网络，并在泰国、印尼建立了生产基地。

根据规划，到2020年，上汽全球整车产销规模将达到800万辆左右；自主品牌及本土化研发产品和销量占比超过60%；新能源战略全面突破，国内销量超60万辆；海外战略全面提升，海外销售力争50万辆。通过创新“组合拳”，推进全球布局、跨国经营，打造富有创新精神的世界著名车企。

贵州湄潭改善环境，打造致富产业，让一个个乡村实现华丽转身

## 昔日环境差，如今一角一隅都成风景

“10年前，我们村环境乱，垃圾乱堆，处理时乱烧；水电路差，门前土路，晴天走路吃灰，雨天走路裹泥，非常不舒服。”45岁的村民霍仁国说，现在不一样了，在政府的推动下，经过基础设施建设、村庄环境整治等工作，村民的房屋靓了，村里道路硬化了，周边环境美化了，产业也落地生根，发生了大变化。

霍仁国是贵州省湄潭县兴隆镇龙凤村田家沟组的村民。田家沟现有村民45户、218人。10余年来，湄潭大力改善农村人居环境和居住条件，打造致富茶产业，让包括田家沟在内的一个个乡村实现华丽转身。

作为贵州茶产业大县，湄潭现有茶园60万亩，农民人均茶园1.5亩。2016年茶叶总产量5.3万吨，茶叶综合收入88.5亿元。湄潭人民因茶而富，茶叶鼓起了湄潭农民的腰包，也为改善农村人居环境奠定了物质基础，提供了资金来源。

湄潭县规划局局长何江介绍，湄潭一边做大做强茶产业，一边以“七改一增两治理”为抓手，改造农村房、水、电、路、厨、厕、圈，加大环境建设和保护，实施农村生活污水和垃圾治理，在此过程中给予政策优惠，主动发动群众投工投劳。目前形成了“垃圾处理‘户分类、村收集、镇转运、县处理’的方式；建成了农村污水处理设施132套，覆盖全县119个村。

2015年，霍仁国将自家空置的猪圈、牛圈改成了厨房、客厅、卧室。猪圈和牛圈的改造花费3万多元，其中政府补助1万元。现在，他家厨房的操作平台上，消毒柜、洗碗池、净水器等一应俱全，实现了“城市家庭化”。霍仁国说他家还有六亩茶园，茶叶由公司统一收购，一年净挣两三万元。

攻城不易，守城更难。为让农村人居环境改善形成长效机制，湄潭通过村庄规划和村规民约这“两规”实现管控。全县820个村寨按示范型、提升型、普及型落实规划全覆盖，严格保护原有自然山水，不挖山、不填湖、不砍树、不破坏环境。

记者走进湄潭县新石村偏岩塘村民小组，看到街道干净整洁，几乎每户房屋都伴有菜园院落。黔北民居独特的“小青瓦、坡屋顶、转角楼、三合院、雕花窗、白粉墙、穿斗枋”七大核心元素处处彰显。

“过去村里污水横流、垃圾乱丢，这些年我们村民通过制定村规民约，严格落实门前卫生、秩序、美化三包制度，养成了爱护环境的好习惯。”村民杨恩德说，如今村中一角一隅都自成风景，吸引了省内外不少游客前来休闲游玩。

驻村干部杨俊说，村里还大力发展农业产业，精品水果种植面积已达2500亩，亩产值8000元以上。去年，全村人均纯收入12080元。（记者罗羽）新华社贵阳9月16日电

## 图谋要解散众院 安倍野心有多大

据新华社北京9月18日电据日本媒体报道，日本首相安倍晋三考虑在9月28日，即国会召集日解散众议院并提前举行选举。日本问题专家刘赞与新华社资深编辑葛晨深入讨论了这一问题。

葛晨：安倍之前多次放风要解散议会，为何最终选在本月？

刘赞：众议院的解散权被称为日本首相的“传家宝”。一般来说，首相总会在对执政党最有利的时机解散众议院举行大选，增加连任的把握。

眼下安倍支持率与今年6、7月间的低点相比有所回升，最大在野党民进党内部凝聚力下降，潜在竞争者小池百合子的新党还没成形，而且安倍也怕秋季的临时国会开会后再讨论他的一系列丑闻，所以他选择9月底解散众议院，10月大选。另外，考虑到特朗普可能在11月首访日本，10月选举也有利于准备特朗普的访问。

葛晨：安倍执政以来一直痴迷于修改宪法，自民党修宪推进本部上周二重新开始了有关修改规定放弃战争和不保持战力的宪法第九条的讨论，安倍政府再次表现出加快修宪的姿态，安倍先前提出力争2020年完成修宪，他为何对修宪这么执着呢？

刘赞：安倍对修宪有着强烈的冲动，原因主要有两个：一个是日本政治大环境，另一个是安倍的个人家庭背景。日本虽然在战后经过了民主化改造，但这种改造并不彻底。上世纪九十年代以后，日本左翼走向衰落，社会右倾化明显，这个大环境使主张修宪的人数增加。从安倍的背景看，他的外祖父岸信介是二战甲级战犯嫌疑人之一，但后来当上首相，他就曾积极推动修宪。

安倍是曾在任上完成修宪凤凰，所以对连任志在必得，这也是他修改自民党章程延长自民党总裁任期的原因。不过，要想修宪，他需要在众参两院都获得三分之二以上的支持。如果这次选举中自民党或者执政联盟不能获得三分之二以上席位，他的修宪计划将面临巨大困难。

葛晨：如今全球安全形势风云变幻，不安全因素带来的发展制约日益明显。大力推动修宪会给亚太地区带来什么影响呢？对日本自身又有什么用？

刘赞：日本修宪后，对外采取军事行动的门槛将降低，这使得日本可以更积极地参与美国主导的军事行动，在日美同盟中发挥更大的实际作用，帮助美国在亚太推行霸权策略，从而加剧亚太地区紧张局势。

在日本国内，虽然一部分人支持修宪，认为这样会使日本成为“正常国家”，但日本民众对战争的残酷有一定的认识，他们不愿卷入战争。

葛晨：如果安倍连任，修宪成功率大吗？安倍的野心面临着哪些掣肘因素？

刘赞：安倍连任概率不小，但修宪能否成功不好说。日本现在把朝核问题视为重大安全威胁，而最近这一问题处于关键阶段，如果安倍此时解散众议院举行大选，日本政坛将出现空白，不利于应对朝核问题。民进党党首前原诚司已经批评安倍提前大选是为了逃避丑闻、谋求连任，为求自保不顾国家利益。

日本舆论普遍认为安倍现在解散众议院并提前大选缺乏“大义名分”，而且安倍支持率的部分回升并不意味着他的丑闻已经解决，所以现在举行大选，自民党恐怕很难获得三分之二以上议席。如果选举结果不是那么好，安倍不仅难以实现修宪计划，自民党内的实力人物还可能对他追责，影响他连任自民党总裁。

去年全球通过北极东北航道的船舶猛增，今年中国5艘货轮已全部通过最危险航段

## 400年前的“冰上丝路”迎来航运新时代



▲中国货船“天健”轮日前顺利通过维利基茨基海峡区段。至此，今年航行北极的5艘中国货轮已全部通过这一北极东北航道最危险航段。新华社发(李朝良摄)

海家诺登许尔德率领的国际考察队实现。1878年7月，诺登许尔德从芬兰赫尔辛基出发，于第二年夏天绕过亚洲大陆东北角进入白令海峡。至此，经过3个多世纪的寻找与发现，人类终于将北极东北航道走通。

不过，东北航道并未立即为商业航运所利用，因为坚冰的阻挡，也由于无法保证沿途安全，直到20世纪60年代苏联核动力破冰船队水平的提高，沿途航行安全体系的初步建设，这条远洋航线开始尝试商业运输。

1967年，苏联在这条国际航线上开出了第一艘货轮，但直到21世纪初，东北航道才真正成为一条初具规模的国际商业航线。

俄罗斯北极物流中心数据显示，2016年经由北极东北航道航行的船舶共297艘，比上年增长35%。业内人士预测，随着北极海冰加速消融，中俄、中欧来往东北航道的船舶将会逐年增多。

2013年，中远海运集团所属“永盛”轮作为中国货轮首次航行在这条航道上，开始了探索中国商船北极东北航道的项目化、常态化运行。

北极东北航道目前的通航时间为3个月左右，9月是航道两侧冰山和浮冰最少的黄金航期。记者搭乘“天健”轮连日经过北极的楚科奇海、东西伯利亚海、拉普捷夫海、喀拉海、巴伦支海后发现，除了在拉普捷夫海和喀拉海之间的维利基茨基海峡及其东西出口处见到数处浮冰外，其他海域的航道两侧见不到任何冰山和浮冰。

随着全球气候变暖、北极海冰加速消融，适于航行的时间将不断加长，沿途基础设施建设也在不断加强，这条东亚与欧洲间距离最短的国际航道正在迎来商业航运新时代。

以国家之任为任，以百姓之心为心，做到“有贫困村的地方，就有电商脱贫站点”

## 中国邮政电商精准扶贫故事多

进入金秋9月，一场别开生面的电商活动跃然而出，“邮乐919购物狂欢节”由中国邮政这样的国企推出引起了社会各界的广泛关注。国企玩电商，还要办节，如此新鲜事一经传出便迅速发酵，政府、厂商、消费者，特别是众多网友纷纷投去关注。有赞许，有疑惑，有希望，有猜测。活动就是在这样的氛围中一幕幕往前推进。“邮乐919购物狂欢节”开展以来，不仅轰轰烈烈地吸引了广大消费者和邮乐购店主，重要的是，将扶贫有效嵌入其中则让邮政的电商节与众不同。其实，通过电商精准扶贫邮政人已经默默耕耘多年，此次集中曝光于众，偶然中有必然，只有读懂其背后的故事，才能对邮政办电商节有进一步的了解。

### 对接政府需求

### 加强农村电商渠道建设

近年来，中国邮政认真落实中央关于“电商精准扶贫”的工作要求，积极推动“工业品下乡”与“农产品进城”双向流通渠道建设，提供线上线下“一条龙”服务，带动贫困人口脱贫致富，被誉为“农村电商的国家队”“精准扶贫的生力军”。中国邮政基于邮政电商购物平台“邮乐网”和农村电商信息平台“邮掌柜”系统，依托线下农村邮政网点、邮乐实体店等渠道，构建了“购不出村、销不出村、金融不出村、生活不出村、创业不出村”的“五不出村”邮政农村电商生态体系。截至今年8月底，中国邮政在全国拥有网点5.4万个，邮乐购站点43万个，智能仓储配送中心千余个，主动对接电子商务进农村综合示范县达496个。目前已有291个县级邮政企业深度参与了当地电子商务进农村示范项目，做到了“有贫困村的地方，就有电商脱贫站点”。

中国邮政将农村电商与邮政业务相结合，对全国农村邮路实施信息化、机械化改造，全面提升县—乡—村物流配送能力，解决了农村投递“最后一公里”难题，实现了“电商站点建到哪

个村，邮路就通到哪个村”。

### 服务百姓生活

### 支持农村居民创业致富

中国邮政高举“电商扶贫”“服务三农”大旗，重点结合各级政府关注的农产品返城难题，将陕西商洛、江西革命老区等地区的特色农产品组织起来，通过线上预售、邮乐小店拼团、线下“集订分送”等方式销售出去，彰显邮政作为央企的责任担当。

中国邮政在邮乐网力推邮乐地方馆，打造“一县一品”，探索邮政代购、代运营、“邮乐网+原产地认证+地方邮政+农村合作社+农户”等多种运营模式，助力农产品进城，帮助农民脱贫致富。截至目前，中国邮政已在全国开通邮乐地方馆300余个，覆盖28个省(区、市)，引入商家3000余家，商品数量超过40万种，打造了新疆哈密瓜、广西百色芒果、河南大蒜等“万斤”项目。

湖南省邮政分公司先后拓展了炎陵黄桃、城步冬笋、永顺松柏猕猴桃、靖州杨梅、祁东黄菜等59个农产品进城项目，带动农产品销售额超过3亿元。邮政组织开展的十八洞村“418”桃树公益众筹项目，短短8天时间就为十八洞村筹集资金169.7万元。永顺“松柏猕猴桃”返城项目，通过邮政线上渠道销售60多万斤，为96户建档立卡贫困户开辟了致富新天地。

江西省瑞金市王田镇凤岗村是国家贫困村，邮政携手当地政府，帮助该村80多岁的普通农妇廖秀英成立了“廖奶奶咸鸭蛋专业合作社”，吸收23个贫困户抱团致富，创造了半年销售咸鸭蛋14万枚的神话。

贵州省邮政分公司探索黔货出山、农产品进城渠道，自2016年以来销售农特产品41.85万件1000多吨，销售金额近1000万元，帮助贫困人口4000余人，助农创收620万元。

中国邮政在近期推出的“邮乐919购物狂欢节”中，重点上线了革命老区、偏远山区、贫困地区中的2.2万种特色农产品，为农户提供营销、包装、寄递等全流程配套服务，并出台专门的寄递优惠办法，为“原汁原味原产地”的农特产品进城搭建绿色通道，有效满足城市居民对绿色农产品的消费需求，帮助农村贫困家庭实现脱贫致富，为助力国家精准扶贫事业贡献力量。此外，中国邮政充分利用大数据分析等技术，研究农村地区对快销品和工业品的需求特点，提供“日用品批发+耐用品代购+仓储配送”一条龙服务，推动工业品下乡，推动农村地区消费升级。

同时，中国邮政积极利用农村电商综合服务平台，整合各方资源，培养农村电子商务应用人才，帮助农户触网开店，推动大众创业、万众创新，让农民通过触网走上双创新舞台，促进农村留守儿童和留守妇女等社会热点问题的解决。目前，在全国已帮助上千位返乡农民工圆了创业梦。

### 践行普惠金融 加大金融扶贫力度

近年来，中国邮政储蓄银行致力于改变贫困地区普惠金融需求难以满足的难题，初步构建了一个适合贫困地区的低风险、高保障、广覆盖、多层次的综合化金融服务体系，实现了“取款不出村、贷款送上门、理财送下乡、资金通天下、服务全天候”的普惠金融服务新格局。

针对贫困户“短、小、频、急”等金融需求特点，邮储银行积极开发以“扶贫小额信贷业务”为代表的特色产品，精准支持贫困户，特别是对建档立卡贫困人口进行重点支持。截至今年上半年，邮储银行金融精准扶贫贷款余额达419亿元，其中建档立卡贫困人口

贷款余额113亿元。仅2015年至2017年8月末，在832个国家重点贫困县(区)累计投放小额贷款1115亿元，服务近119万人次。加大对家庭农场、农民专业合作社等致富带头人的扶持力度，累计发放新型农业经营主体贷款908亿元。支持建档立卡贫困户、下岗失业人员、复员转业军人、农村妇女、青年大学生等创业就业，累计发放再就业贷款1653亿元，服务220万人次，帮助数百万家庭创业就业增收。

2015年，时年49岁的华水林回乡开办了绿色蔬菜基地。2016年初，瑞金市邮政分公司在他家建立了电商精准扶贫果蔬收寄点，让华水林走上了“互联网+农业”的道路，收入水平逐步提高，由此摘下了几十年的贫困帽子。此外，邮政加大了产业金融扶贫力度，仅在华屋村内就发放扶贫小额贷款17笔，金额达330万元。其中为华水林发放了“产业扶贫信贷通”贷款10万元，用于扩大种植规模。2016年8月22日，中央领导来到江西省瑞金市华屋村邮乐购电商脱贫站点视察，肯定邮政电商加快了农产品流通，为农村公共服务提供了很好的保障。

邮储银行积极创新金融扶贫新模式，形成了宁夏扶贫“蔡川模式”，内蒙古扶贫“三到村三到户”、四川“金融立体扶贫”、江西“扶贫产业信贷通”等金融扶贫模式，力争实现从“输血”变为“造血”。

以国家之任为任，以百姓之心为心。中国邮政作为央企，始终牢记服务宗旨和社会责任，深入落实国家精准扶贫战略，义不容辞地践行国家战略，承担社会责任，重点助力农产品进城，成为政府推进扶贫工作的命运共同体。服务农村、助力农业、致富农民，使得政府满意、农民受益，进一步树立邮政电商扶贫的品牌形象，为农村经济社会发展作出更大的贡献。（陈雪飞）