春暖花开 扬帆出海 上汽轻卡开辟高品质海外出口新天地

上汽集团作为2022年出口第一的整车企业，旗下的上汽轻卡更是当仁不让。上汽轻卡在海外渠道耕耘多年，在品牌、产品、渠道等方面的不断提升，以C系列、H系列为代表的高端轻卡产品，越来越受到海外消费者的认可。在2022年，上汽轻卡取得'五新'成就，其中就包括国内海外两个市场战略布局再上新高度，尤其海外市场包括DHL在内的大客户订单，全年累计交付近2000台。从最初的非洲、拉美市场逐渐向南美、中东以及欧盟等中高端渗透导入，开辟了中国汽车品牌高品质出海的新天地。

夯实质量基础，理念接轨国际

众所周知，欧洲市场是全球汽车准入法规最为严苛、汽车消费最为成熟的市场。作为中国自主品牌中坚力量，上汽轻卡一直以来都将欧洲市场视为重要战略市场。上汽轻卡依托达沃斯灯塔工厂卓越的智能制造实力和品质控制体系，抓住客户潜在核心需求，坚持以科技创新不断赋能产品，始终秉承品质造车理念，在品质管控和产品细节上已经达到国际标准，打造了名副其实的高端物流运输工具，实现了上汽轻卡在中高端市场的持续引领。

持续深耕海外，展现卓越能力

作为中国汽车出海的先行者，上汽轻卡前瞻布局，深度制定了国际化战略，长期致力于海外出口业务的发展。先进智能制造、严苛试验验证都是为上汽轻卡下线的每一款产品品质做强有力的背书。国内外轻卡使用场景和条件各不相同，对于海外出口车型，上汽轻卡进行了一系列针对性产品优化措施，比如，中东沙漠地区升级强化空滤，低温高寒地区进行空调系统，确保满足海外区域当地使用的配置功能，最大限度提升用户用车满意度。上汽轻卡致力于为全球用户提供更好的用车出行体验，让海外客户对上汽轻卡的接受度日益提高，也为后续发展打下坚实基础。

逆境稳中求进，务实发展步伐

过去的一年，考验重重，全国多地因疫情变化进行政策调整，多地出现静默、封闭等管控手段，生产生活受到影响，对生产业也造成巨量冲击。然而，逆境方显真章，真正的强者，从不畏惧变化，用实力面对每一次变化。在过去两年，因疫情令海外产能受限，中国汽车产品出口高速增长。2023年，伴随着市场的复苏和需求的增长，将是上汽轻卡面临的全新机遇与挑战。上汽轻卡将充分对标日韩车型，持续提升产品竞争力。

以客户为中心，贡献高质服务

海外发达市场发展较为成熟，用户在使用车辆时，也更加关注售后服务，上汽轻卡悦享5优服务一直是行业标杆，也为上汽轻卡塑造了良好的海外市场口碑。为了更好地开拓海外市场，上汽轻卡秉持“以客户为中心”的售后服务理念，截至目前，上汽轻卡在海外区域已经建立覆盖中东、南美等区域四百多家销售网点和经销网点，逐步实现对海外区域市场的全覆盖，为海外区域消费者提供全生命周期的解决方案。让客户在海外复杂的网络环境下，具备与国内相同的高质量售后服务。

古语云：“不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海”。上汽轻卡产品配置和技术有实力对抗合资、国际品牌轻卡，包括电动化、燃料电池、互联网体验，都走在行业前列，一方面得益于上汽轻卡近年来全面深刻的改革与进化，另一方面则是上汽轻卡始终坚持加大产研投入的力度，为企业的可持续发展提前铺路。

“中国制造”，是世界上认知度最高的标签之一。现如今，很多中国品牌的产品，像曾经海外产品走入中国那般，走进了外国人的日常生活。正是中国企业一次次地突破，不断夯实中国制造根基，让中国产品不断地被坚定、被认可，才能让中国产品走向世界。未来，上汽轻卡海外布局再提速，将会把更多优质的产品和服务带给全球用户。