

## 前4月销量暴增185.6%，上汽跃进“一路跃进”续写新能源传奇！

今年1-4月，新能源物流车行业交出了相当不错的销量成绩单：累计销量超过16万辆，同比增长42.5%。有着68年造车历史的老品牌上汽跃进始终坚持长期主义、用户至上、互信共赢的理念，在新能源化转型的道路上精耕细作，也取得了“一路跃进”的好成绩。

电车资源统计数据显示：2025年前4月上汽跃进新能源物流车产品累计销量2838辆，同比增长185.6%。其中，新能源纯电小卡福星ES80销量更是逼近2000辆关口，同比增长665.3%；新能源轻卡大拿T1销量也近千辆，同比增长52.4%。

### 01

## 68载风华，坚持长期主义

上汽跃进的发展历程可追溯到上世纪50年代，至今已风雨兼程走过68载。毫不夸张地讲，上汽跃进不仅是我国轻卡事业发展的见证者、参与者，更是引领者。

众所周知，是第一代跃进人用榔头敲出了中国轻卡的脊梁。从那时起，“跃进”二字便便与新中国国民经济和国防建设的蓬勃发展休戚相关。1986年，一句“跃进131，走遍天涯和海角”的广告语响彻神州大地，跃进的豪迈，成为一代人的记忆。

3月27日，上汽跃进迎来68周年生日。在这个特殊的日子，“一路跃进，万家幸福”上汽跃进品牌日暨超越H500大咖上市活动在达沃斯灯塔工厂上汽大通南京分公司综合楼大厅隆重举行。

上汽大通汽车有限公司副总经理练朝春回顾上汽跃进68载发展历程说道：“1958年跃进是榔头与双手的碰撞，2025年上汽跃进将是智能与匠心的交融。变的是技术，不变的是跃进与各位合作伙伴‘共享共创’的初心。”

练朝春表示，68年风雨兼程，跃进的每一步跨越，从来不是单打独斗，离不开合作伙伴的并肩同行：供应商的精准协同、经销商的渠道深耕、广大跃进用户的长期信赖。

“因为你们，所以‘中国第一轻卡品牌’跃进，至今仍在不断创新，续写传奇。”说道动情处，练朝春重申2025年上汽跃进合作伙伴大会上与各位伙伴们的“约定”，践行“三个坚持”，即：

坚持长期主义，不做短视逐利者，共同深耕城乡物流电商跨境贸易等新兴场景；坚持用户至上，以数据互通和流程再造，实现订单响应提速、售后服务效率跃升；坚持互信共赢，打破传统甲方思维，构建“韧性更强、价值更高”的产业共同体。

## 02

## "油电并进"，同心同行

2025年，物流行业正经历智能化、绿色化的深刻变革。传统老牌商用车品牌如何转型，是一道必答题。面对行业变革带来的机遇与挑战，奉行长期主义的上汽跃进选择了“油电并进”的稳健发展策略，以“用户需求导向 + 技术驱动创新”发展模式，全面深化产业协同。

在产品布局方面：一方面，发挥传统油车优势，以“智能网联+高效动力”为核心，稳步提升燃油车的全球竞争力。3月推出的搭载上汽自主πPlus高效动力的超越H500大咖，优化迭代智能网联技术，重新定义燃油轻卡“高效、节能、舒适”的宜商宜乘新标准。另一方面，抢抓新能源赛道商机，构建规模化、高品质、更节能的电动轻卡生态，助力新时代的“中国智造闪耀世界舞台”。

在新能源卡系车产品方面，除了经典畅销的福星ES80以及基于行业首个“全球纯电智慧轻型车架构平台”MILA开发的新一代新能源轻卡产品大拿T1，上汽跃进积极从新能源商用车应用场景、产业生态以及渠道赋能等方面构筑护城河。

据了解，在产业链协同方面，上汽跃进积极与供应商伙伴紧密协作，联合攻关MILA2核心技术，加速新能源产品迭代，持续构建规模化、高品质的电动轻卡生态；在渠道赋能方面，过数字化工具与精细化运营，助力营销终端提升品牌和服务竞争力，让用户从选车购车，到用车换车悦享服务全程无忧。

上汽跃进“油电并进”战略，既可以为传统油车用户提供更先进、更高效、更节能环保的燃油轻卡产品，又能为新客户提供更长续航、载重更强、更智能化的新能源轻卡。可以说，兑现了对新老客户的“三坚持”承诺，与用户同心同行。

“一个人很难，一群人很燃。”上汽集团总裁贾建旭的这句话既道出了汽车行业的不易，也道出了上汽跃进68载自主创新，续写新能源商用车传奇的密钥。坚持长期主义，坚持用户至上、坚持互信共赢，与时代同频，与客户同心同行。如今，跃进品牌依托上汽集团七大技术底座和达沃斯灯塔工厂的智造实力，正以更开放的姿态，携手全球上下游合作伙伴开拓增量市场、共筑创富梦想、共创发展机遇。

