

上汽轻卡AMT客户南京探秘之旅

2020年4月27日，上汽轻卡发布第六代跃进快运、跃进超运、跃进福运、跃进运霸系列新品，“好省、好开、好用”的“三好生”全面覆盖城市、城郊、城乡、城际四大物流场景。

与此同时，一批由上汽轻卡首批AMT自动挡用户组成的车友会，悄然来到现场与上汽轻卡同庆。但是他们的任务却不仅仅是见证发布盛况，更是担任着上汽轻卡寻“宗”的重任。

寻“宗”记探秘第一记：产品“宗”旨

当思绪重回到五十年代初，跃进人凭借满腔热血打造跃进130型轻型载货车，开创了中国汽车工业历史，这其中无数个日夜探讨、痛苦、折磨似乎被人遗忘，只记得成功的喜悦。

这次车友会的旅途与历史并不相似，是因为跃进人一直在抢占主动权，从用户中来到用户中去，用最优秀的产品带给用户好省、好开、好用的产品。4月27日上午，车友会成员第一次探秘的便是上汽轻卡的产品宗旨。

在工作人员的组织下，车友会成员来到上汽轻卡工厂直营店，首先聆听了企业组织的爱车讲堂，围绕实际的使用场景，车友们对如何使用跃进产品实现多拉货、少维修、高出勤、低能耗有了更多了解。

寻“宗”记探秘第二记：发展“踪”迹

从第一代到第五代，跃进人的开创精神终究在延续，这便是上汽轻卡最大的精神财富。经历60多年的风风雨雨，有起有落，但始终存在；经历60多年的质变，已然成就智变，在轻卡市场呐喊出自己的最强音：智慧物流的服务商。

从产品定位到企业愿景，上汽轻卡逐渐清晰自身发展方向，抛却冷冰冰的企业形象，成为用户最亲密的伙伴，紧随智能化趋势已经成为上汽轻卡最大的优势。4月27日下午，车友会成员第二次揭秘的便是上汽轻卡的发展踪迹。

在上汽轻卡位于南京江宁区的厂区发布会现场，车友会成员与公司领导、行业客户嘉宾、经销商代表及媒体共同见证第六代新品发布，感受现场激昂的情绪焕发以及智能价值的洗礼。

寻“宗”记探秘第三记：“纵”观全局

随着上汽集团的扶持以及上汽大通的支持，为上汽轻卡深度洞察用户痛点与需求、行业趋势与创新提供助力，易于掌控和把握未来的发展方向，同时上汽轻卡自身也在积极与用户沟通，努力做

到用户需求提前知晓并作出调整。

在上汽轻卡的理念里，企业与用户的关系从始至终都是紧密相连，不仅用户要向企业学习产品知识、技能，企业更要向用户取经困惑与问题。4月28日上午，车友会成员第三次探秘的便是上汽轻卡的“纵”观全局的用户思维。

寻“宗”记探秘第四记：“总”体实力

任何一款产品的上市，都不是简单的，既要梳理产品的研发、制造、生产等等步骤，同时也要完善营销、服务等配套环节，结合全方位实力打造用户最喜爱的产品。

从灯塔工厂到交易市场，跃进产品的智慧无与伦比，同时热销盛况不绝于耳。4月28日下午，车友会成员第四次探秘的便是上汽轻卡的“总”体实力。

车友会成员先是来到灯塔工厂，逐步参观冲压车间、车身车间、研发整车试验中心、总装车间的工作流程，大规模个性化智能定制模式，以及数字化、物联化、智能化、柔性化的制造体系能力，给车友会成员的带来强烈的视觉冲击，不仅亲身感受爱车一步步生产的流程，同时更为上汽轻卡的工艺品质以及科技实力为之喝彩；随后在工作人员的带领下来到南京久驰货车交易市场，在这里不仅可以听到跃进新品的火爆销售，更可以看到跃进二手车产品的超高保值率，更加奠定了车友会成员们对上汽轻卡的信心。

作为上汽轻卡AMT车型的“头号玩家”，上汽轻卡给予车友会成员诸多细致入微的权益回报，同时鼓励车友们为上汽轻卡积极建言。从历史的踪迹里迸发的无限开创精神，在加上立足全局眼光，上汽轻卡洞察产品宗旨和发展轨迹，从好省、好开、好用三大价值出发，让跃进产品成为用户的物流好伙伴。