# 上海大众2025年工作总结

来源：网络 作者：心上人间 更新时间：2025-07-06

*第一篇：上海大众2024年工作总结2024年工作总结2024年主要经营指标完成情况：整车销售目标，实现销售台，目标完成率%。整车保险目标万，实际完成万，完成率为%。整车精品目标万，实际完成万，目标完成率%。个贷业务目标万,实际完成万,目标...*

**第一篇：上海大众2025年工作总结**

2025年工作总结

2025年主要经营指标完成情况：

整车销售目标，实现销售台，目标完成率%。整车保险目标万，实际完成万，完成率为%。整车精品目标万，实际完成万，目标完成率%。个贷业务目标万,实际完成万,目标完成%.现将2025年度销售部工作总结汇报如下：

销售管理工作：

一、2025年通过各部门及销售部的全体努力，销售量完成公司年初制定2025年任务台的%；从2025年所交付车型可看出朗逸台，占27.9%；新polo台，占27.6%；途观台，占16.4%；帕萨特台占10.9%；途安台占1.79%，桑塔纳台0.6%;志俊台占6.19%.二、客户资源的收集和邀约：

2025年接待来展厅客户xx组，其中首次进入xx组，再回展厅xx组，未留电话xx组，售后其他来店xx组，来电话xx组；合计接待：xx批，有效客户xx批，建卡 xx批；综合建卡率 xx%。

2025年预计因市场常规淡季的原因以及修路等约束，预计客流资源会相对减少，在保持每周一次店头活动，每月两次大型店头团购活动的基础上，运用我们六月团购的方式，提前准备，公司每个部门分担责任及分派任务，全员邀约客户参与活动，责任到位、考核到位，将周期性积累的客户通过活动促进成交。

三、2025年销售部共收集订单台，从所定车型上可以看出新朗逸占比在所有车型中是最大的台占所有车型的31.3%；其次是POLO台占18.18%，途观台占16.1%；帕萨特系列台占17.3%，劲取台占5.4%，桑塔纳系列台占1.75 %。其中展厅订单达占整体的87%，大客户台占整体的5.3%，二网台占整体的7.6%，其中增加比较明显的为5月9月12月三个月，主要原因为这几个月都有大型车展活动的支持。其中5月 车展，9月 车展，9月中旬 车展，12月 车展车展连续四个大型车展，为应对人手严重不足的困难，我们对公司的后备人员和销售后勤等岗位人员进行强化培训。由于组织得当，分工明确，公司领导的支持和鼓励，销售顾问都发挥出了精诚协作、敢拼敢抢的 汽车精神，最终5月车展订车台，5月车展订车台,6月订车台,9月汽车展订车80台，10月汽车交易会订车,12月车展台.重大车展上每次订单收集量都在同城家店中排名前列。2025年销售部将加大与市场部活动及政策的沟通，重点考核销售顾问的邀约数量和质量，确保每周都有活动主题，争取在展厅活动和团购策划中争夺更多的订单资源，保持销售量的稳步提升。

四、大客户（关键客户）销售在公司领导的支持下有了新的突破，实现了对公检法等部门的政府采购销售。在2025年店已经签订绝大部分出租车合同的情况下开拓了等出租车公司的特种车业务。2025年政府采购用车政策将进行调整，同时上海大众增加了政府采购特供车型，新到岗大客户专员9到11月份重点走访了铁路，投资集团，金融，中石油，交通，电网，在维护老客户的同时，争取更多的老客户转介绍新客户，2025年度的政府采购即将在3月份开放，工作的重点走访将在政府及公检法的领域开发，结合我们1.8T政府采购车型及新桑塔纳的产品，在销售车辆的同时捆绑精品一起销售，努力的在完成公司交给的大客户的量要求同时追求利润的增加。

五、2025年以提升市场占有率和确保客户满意度为标准进行二级市场，同时考察了 等地的网点经销商进行了初步的合作。目前我公司共有，共五个地方的二网，实现销售台，增长%其中排名前三分别是。其他二网的销售一般，这其中也有我们本身的原因，我们的展车比较少，二网的经销商对我们的产品不够熟悉，直营店也存在这样的情况，同时上海大众的经销商也比较多，当我们没有产品资源的时候，在二网很容易流失客户，但是渠道的开发对公司形象，对争取跟多的客户还是比较重要的，希望在2025年能给我们的二网更多的帮助，加强他们的产品知识的同时，也开发当地的教练车的市场。

六、信贷、二手车置换等增值服务： 2025年我公司引进六家保险公司，设立专门的保险专区，对销售顾问进行了专门的话术技能培训和设立投保率考核，通过客户分析、政策制定促进成交（保险补贴、保险礼包等）和加大部门考核力度几方面做重点调整，从数据上来看，我店保险销售一直保持着递增的趋势，保险从一月的万一直到12月突破万销量,全年保险销售万万，完成年初月度目标万的%，投保率%；

精品的随车销售与途观的能力有直接关系，途观在二季度开始加价能力逐渐减弱，同时因价格竞争的原因，新帕、朗逸等原来有较大前装能力的车型随价格优惠难以前装,2025年精品销售万元,完成目标万元的%；2025年展厅原厂附件销售量低,2025年将与售后进行沟通协调，设立了原厂精品的专门负责人与安装技术人员来保障原厂精品的安装和销售.信贷业务在2025年个贷业务的渗透率%，收取按揭服务费用元，大部分信贷车辆是三年保险，对车辆销售的促进作用和保险的贡献率较高。车辆信贷是汽车销售的潮流趋向，能极大的促进销售量的增长和缩短成交的时间。上汽财务按揭占比明显提升，除了上汽财务推出的低利率贷款活动有很大的作用以为销售顾问的积极推广也有一定关系，客户也越来越倾向办理分期一来可以向银行贷款提前消费，解决经济上的压力。二来快速融资。贷款下来的钱可用于其他融资。贷款将成为一种趋势及时尚，销售顾问也能确保保险的购买提升收入，公司通过办理上汽财务收取的金融服务费也是一笔不少的收入，多方受益，信贷业务对保险和销售利润的贡献都非常大，同时有助于汽车销售的快速成交，虽然我公司月度的信贷开票量从年初的十台左右已经上升到了12月的台，合同总量有稳定的提升，但同城的的信贷渗透率都在%，我们还有很大的追赶空间，提升信贷申请率和渗透率是2025年销售提升的重点。为了更好的开展信贷业务，销售部将对全体销售顾问进行系统强化的信贷培训。同时从以下多方面提升信贷业绩

1、保持展厅的宣导和物料新颖，引导客户的关注度和销售顾问的开口率。

2、加强对销售顾问的意向客户、申请量、合同量的考核。

3、定期进行案例分析和培训，提升销售顾问的甄别能力和成功率。

4、充分合理的利用上汽财务的政策方案。同时开拓银行信贷，将部分条件不足的客户转化，提升信贷的成功率。

2025年是上海大众建店年的日子，已经拥有一定的基盘客户，2025年新增加了二手车业务和二手车专员，2025年需要做的工作如下以取得业绩的突破。

1、加强对销售顾问的有望客户收集和考核，尽可能增加有效有望客户数。

2、加紧对销售顾问培训，提高销售顾问二手车业务知识也二手车有望客户的把握能力。

3、制作完善二手车置换相关优惠政策。

4、提高市场推广，适当投入广告，让二手车业务成为我们公司的一个亮点，区别于竞争对手。

5、建立二手车区，提高展厅二手车置换氛围。

6、维系好老客户，同时与售后保持好信息沟通，争取从老客户处拿到更多的置换客户来源。

7、二手车专员加快专业知识的学习，与其他品牌（别克、丰田、日产、大众其他店）二手车负责人、二手车市场做好沟通，控制二手车价格，增加二手车置换利润。

七、我们销售部的同事都是年轻而富有激情的，这是我们的优点也是我们的薄弱之处，在过去的1月-12月，利用下班时间或每周星期一总共完成了近70余次的集中式培训，平均达到每周4次，每月平均16次以上但我们做得更多的是知识培训，按照厂家下发的培训课件进行讲解和传授、考试。销售顾问的基础知识有了，但我们的技能培训没有跟上来，大部分的销售顾问是懂得了但不会说、会背了但客户听不懂，我们缺少了现场的演练和提升，没有形成自己的话术和问题的应对，没有掌握竞争对手的应对话术针对这个问题2025我们将调整培训方式更多的结合实操在早会后进行演练，给销售工作打下了坚实基础。

八、css及ms

一、在一年的厂家考核当中，可以明显感受得到厂家的定位和标准不断在提升，同时我们全国600多家的经销商伙伴也都在一同不断的进步，让我们不得不时时警醒自己，不进则退，进步得慢了，同样也会被淹没在汽车销售战场激烈的竞争洪流当中。在此也不断的反思，我们在这段时间客户满意度的分数下滑，更多反映出来的是我们对自身的要求降低了、不够严格了。厂家的满意度标准正在改变，特别是MS的考核。客户扮演者从只是简单模拟流程提升到真实客户来访；检查评分内容从只检查做或不做提升到检查有没有做好；从有时间规律的到来提升到无规律的随时发生，从固定的人数提升到不固定的人数批次。厂家考核的变动表达了一个很直接的信息，现在厂家对考核的真实水平要求越来越高，用最直接的办法来反馈经销商的真实管理水平和销售顾问的真实接待服务水平。在这种严格考核之下，来不得一点点松懈。同时CSS更注重成功回访和信息真实。现场检查更注重标准细节的落实。在我们已经过去的一年里，我们CSS方面由于试乘试驾、信息核实、交车后任然关心、二网客户管理等四方面管理不够严谨细致导致成绩波动。所取得的分数令我们自己羞愧，让公司利益受损。在2025年我们已经没有退路了，我们必须马上实现几个转变通过弱项改善并制定更细致、有效改善措施和严谨的管理制度，争取在新的一年得到跨越式的进步：

1、对自身要求以及对身边同事的要求的转变。我从自身做起，严格要求自己，对于公司及厂家的标准要求严格执行，严谨细致、不符合标准的行为绝不放松要求。

2、对接待客户的方式和态度的转变。我们很多销售顾问在之前存在用猜测和判断等方式来接待客户，觉得自己能判断出客户不是神秘客户后，就大胆的按自己的喜好和方式去接待客户，甚至有销售顾问对购买欲望不是很强烈的客户经常出现不介绍完以及不邀约试乘试驾的情况。其实客户的购买欲望完全取决于我们自己和客户的沟通和带动，如果一名作为销售顾问都不能主动出击、用尽办法去带动客户、提升客户的热情度和购买欲望，怎么能称之为称职呢！同时我们的主动出击是完全可以和我们的接待流程结合起来的。

因此在接下来的工作中我将更加多的去宣导、明确这种观点，增加更加多的接待过程中的考核，比如客户表示不需要茶水时先主动倒一杯再介绍我们现有的增值服务、至少三次邀约客户试乘试驾、至少让客户动手操作感受两次车辆的配置等。销售顾问必须要处于积极主动的状态，站在客户的感受角度来服务客户。严格考核销售顾问，通过展厅经理值班检查表及日常临时突击抽检一旦发现还有销售顾问存在侥幸心理，不严肃看待客户满意度的事情，接待客户出现没有主动迎接、主动出击、主动邀约客户试乘试驾等消极情况的严格进行淘汰处理。

3、培训演练方式的转变：之前的培训方式过多偏向于书面的记忆考试或者简单的标准流程考核，所以出现的现状情况就是销售顾问能背、能说、能熟记流程但不能灵活运用，特别是客户出现抗拒以及不按照标准的流程来走的时候，销售顾问就出现错误判断或者不做完服务流程的内容。现在开始就按高标准的要求来进行真实情景的模拟演练，能够在各种抗拒和干扰下要求销售顾问完成流程的执行。抽查将由销售总监、零售经理、内训师分时间段来随机抽查。

4、监控考核及考核方式的提升转变：我们之前的展厅管控的弱点是值班经理到岗不及时以及接待销售顾问到岗、出门迎接不及时，虽然经过几周的时间的整改，已经有很大的改善，但贵在坚持。同时我们平常利用值班经理检查表对销售顾问的管控

二、虽然9月份厂家神秘客户（MS）调查首次只获得了 分的低分，通过关爱部和其他部门的监督和协作，不断的自我改进提升，到10月获得 分、11、12月都稳定在了 分以上，销售顾问都得到了锻炼和成长，对于综合考核偏低的员工也进行了调岗或淘汰面对销售压力及MS的薄弱，2025年销售部将通过考核、培训、展厅布置来提升销售顾问的开口率、签约率、客户满意度。同时强化整车销售、订单转化率和大客户开发、网点开发管理、销售服务满意度等方面工作，所以须在2025年销售部将加强以下几点开展工作：

1、销售顾问流程考核项目不熟悉、重视度不高，责成内训师重点培训练习，加强现场演练。2025年销售部已经对销售业绩较差或者客户满意较差不适应销售岗位的销售顾问进行岗位调换或者是劝退对所有销售顾问采取考核上岗制度，不合格的销售顾问停止接待调整为一个月的引导员。再度考核通过后才可继续上岗接客。

2、对MS低于80分的销售顾问直接进行辞退，对CSS成绩低于980分的销售顾问除进行经济处罚外还要进行考核上岗严格与绩效挂钩.九、人员调整

2025年销售部经过多次调整、培训和筛选，由原来的12名销售顾问增额到20名销售顾问，在人员的补充和成长的过程展厅的接待和销售得到了保障。与此同时以提升服务、超越客户期望、为目标对销售的服务质量进行了不断的整改和提升：1.通过内训师的培训以及厂家系统的课程学习提升销售顾问的专业知识和流程的标准，平均每周两次的培训或考试、演练，定期的考核和抽查；2.检查和考核的执行和循环改进：每天夕会进行黄卡检查和工作分析，每周进行业务总结和问题整改，每月进行绩效考核和KIP考核和弱项整改；3.流程执行、监督和优化：制度经过不断地改进，形成有众源特色的接待流程和服务流程，形成了各种监督和支持机制：固定岗制度、展车检查制度、交车制度等进行现场调配和监督。2025年在招聘人员到位的前提下开展适当的人员的竞争淘汰，留存更多优秀的人员。

在上半年的厂家DCA检查结果就反馈出了很多问题，比如黄卡管理、试乘试驾管理、商品车库存管理都是理解不到位和薄弱的环节，这些环节恰恰就是我们销售的重点核心环节。在之前虽然有发现问题但都没有及时的整理、完善制度，又或者虽然进行改进方案，但在改进的过程中没有及时的检查改进措施的落实情况，致使改进的效果减弱，问题反复出现。2025年重一月开始销售部将严厉管控黄卡的新建及回访，每天下班及时将当天黄卡上交零售经理进行审核签字，并进行相关的登记，月底统一进行考核，经过几天的管控销售顾问的自觉性普遍提高，后期将加大黄卡的监管力度，严格按照公司及部门制度进行考核坚决不心软。从而不断的审视自己的工作和效果，思考改进的方式并马上落实，不断地检查确保改进措施的落实和生效（过程KPI和结果KPI）。只有在这样不断地提升改进才能成就蜕变。

**第二篇：上海大众**

上海大众培训

一、上海大众有限公司结构

1984年10月，中德双方在北京人民大会堂举行合营合同签字仪式；1985年成立上海大众有限公司，该公司是一家中德合资企业，投资比例分别为：上海汽车集团股份有限公司50%，德国大众汽车集团40%，大众（中国）投资有限公司10%，总部位于上海安亭，占地面积333万平方米。

1995年上海大众通过了ISO9001质量体系认证，2025年又相继通过了VDA6.1（德国汽车工业协会质量体系）和ISO9001（2025版）体系的审核。

二、卓越的企业文化

企业文化是保持企业基业常青的根本。上海大众在推进企业发展的同时，适时地对企业文化进行了梳理，在继承和创新的基础上，提炼出以“追求卓越 永争第一”为核心价值观的卓越文化。

上海大众的卓越文化，源于历史的积淀，现实的努力，以及对未来的追求。上海大众成功探索、创造了利用外资、引进技术与自我发展相结合的模式，以不畏艰险的开拓精神、令人瞩目的发展成就，把“卓越”刻进了企业的历史进程。随着市场环境的变化，追求卓越更是上海大众坚定的信念、前进的动力。

2025年，在实现企业规模和造车实力双双迈上了一个新台阶的基础上，为了继续巩固并保持在中国汽车市场的领先地位，并为下一个全新发展阶段提供可持续发展的强劲动力，上海大众进一步完善企业价值观体系，并启动“卓越企业形象”战略。“卓越企业形象”的战略目标，就是明确历史使命、立足未来发展，致力于打造企业在品牌、研发、技术、产品、市场、销售等方面的核心竞争能力，实现企业新的跨越。

序言

上海大众卓越文化源于历史的积淀，现实的努力，对未来的追求。上海大众是中国最早的轿车合资企业，成功探索、创造了利用外资、引进技术与自我发展相结合的模式；在自身滚动发展的同时，带动了一大批相关产业的发展进步，成为中国汽车产业的领头羊。上海大众以不畏艰险的开拓、令人瞩目的成就，把“卓越”刻进自己的历史进程。随着市场环境的变化，竞争日益加剧。面对挑战，上海大众积极调整转型，以市场为导向打造体系竞争力。在调整转型期，追求卓越更是上海大众坚定的信念、前进的动力。我们挑战自我，在秉承优良传统的同时，打破不适合发展的各种制约，勇敢地变革创新、与时俱进。我们敢于竞争，竞争让强者更强，上海大众在激烈的市场竞争中发展、突破，获得持久的生命力。作为奥运会的合作伙伴，上海大众发扬“更高、更快、更强”的奥林匹克精神，团结所有员工、经销商、供应商和其他合作伙伴，奋勇拼搏，不懈追求。

发展的道路永远不会一帆风顺，引领我们向前的是心中的信念。“追求卓越，永争第一”，上海大众人以此为信念，锲而不舍。

愿景

保持在中国轿车市场的领先地位，参与并赢得国际竞争。

这一愿景源于我们创造的辉煌，拥有的实力。上海大众在二十多年的发展历程中，创下中国汽车产业诸多第一，被誉为“中德两国成功合作的典范”。上海大众具备了完善的产品系列，建立了完整的研发系统，构建了全国最大的营销服务体系，拥有了一流的生产设备和工艺，培育了专业、高效、富有创造性和事业心的团队。

在这一愿景的指引下，我们不满足于已有的成绩，积极面对日益加剧的市场竞争和全球化挑战。我们通过在营销、研发、运营、服务、管理等方面持续不断地改进，继续保持在中国轿车市场的领先地位，积极参与并赢得国际竞争。

壹

使命

我们致力于提供适应中国顾客需求并符合国际标准的汽车。以安全、优质、节能、环保的产品和卓越的服务，提高消费者的生活品质；以诚实、高效的经营，为用户、股东、员工、社会和其他合作伙伴创造价值。上海大众恪尽职守地承担对相关各方的责任：

对用户不断提高产品和服务品质，持之以恒地改进创新，满足用户的需求，超越用户的期望。对股东以良好的效益回报股东，保障中德双方股东的长期利益。对员工积极为员工提供合理的报酬、学习培训的机会、多元化的发展道路、良好的工作氛围。对社会不断提高产品的节能、环保性能，积极拉动汽车产业链及相关产业的发展，关爱社会、关注环境、支持公益事业。

对合作伙伴与供应商、经销商及其他合作伙伴相互尊重、协同互助、合作共赢。价值观

核心价值观

追求卓越永争第一上海大众是中国现代汽车产业的开拓者，二十多年来一直引领中国汽车产业的发展，在行业内创下了诸多第一。上海大众在发展中蕴育了“追求卓越，永争第一”的卓越文化。随着市场环境的变化，竞争日益加剧。面对挑战，上海大众更需要以“追求卓越，永争第一”的信念鼓舞、激励所有员工，使整个企业形成强大的凝聚力，同心同德，为实现共同的目标而努力。竞争总有潮起潮落，但“追求卓越，永争第一”的信念不可改变。“争”体现我们锲而不舍、奋勇争先的精神和行动，我们以市场为导向，打造成本领先优势、差异化优势、专业化集中优势和速度领先优势，使企业在竞争中不断发展，与时俱进。“永争第一”的企业总是能够更好地战胜自我，在竞争中脱颖而出。永远追求卓越，争当第一才能始终位于时代的前沿，做时代潮流的引领者。

三、全新的营销服务

上海大众是国内保有量最大的轿车生产企业，产品和营销服务网络也遍布全国各地。经过二十多年的不断发展，上海大众“四位一体”经销商和特约维修站总计达到1000多家，全国的地级市覆盖率超过70%，南至三亚，北至漠河，东至佳木斯，西至喀什，形成了分布最广、布点最密的轿车营销与售后服务网络。上海大众汽车有限公司作为国内最早引入客户关系管理（CRM）的汽车企业之一，上海大众在2025年就筹划实施了CRM项目。五年来，上海大众的CRM日益完善，并蝉联2025、2025中国汽车行业最佳CRM实施企业。2025年9月，上海大众售后服务热线启用新号码10106789，此举标志着CRM的重要一环——客户服务中心完成了售前、售后呼叫中心的业务整合工作，从而使客户享受到上海大众全过程统一的标准服务，确保各类咨询和建议得到最快速的响应，并且通过对客户生命周期的全程跟踪实现个性化服务。

2025年10月，上海大众推出了全新的服务品牌“Techcare大众关爱”，为用户提供购车、用车、换车、装饰车等全方位的服务，让用户真正体会到360度的全程关爱。系统化的销售服务，透明诚信的二手车置换，便利化的汽车金融服务，个性化的汽车附件，以及维系客户忠诚度的车主俱乐部等与标准化专业服务的有机融合，是上海大众服务品牌的六大支柱。

四、到目前为止有五个生产基地，它们分别为：

1）上海大众汽车一厂： 位于上海市安亭汽车城洛浦路63号，是上海大众汽车历史最早的生产基地，自1985年生产桑塔纳轿车起，至2025年7月进行全面改造扩建。目前汽车一厂总占地面积363147平方米，其中车身车间占地面积27000平方米，油漆车间占地面积19000平方米，总装车间占地面积35566平方米。生产车型为上海大众polo系列和斯柯达fabia（晶锐）系列。

在车身车间大量采用机器人焊接，首次选用了世界最先进的激光在线测量设备；先进 贰 的激光焊接技术得到了更广泛的运用，使车身强度和钢度大大提高，而且外形更加美观。

在油漆车间首次采用国际最先进的ESTA自动喷漆设备，Rodip全浸式前处理工艺，配备有注蜡水洗等工艺

总装车间采用了自动化程度很高的生产设备，结合模块化生产方式，极大地提高了劳动生产率；四轮定位测试、灯光测试、转鼓测试、道路测试、雨淋测试等一系列先进的整车检测项目，确保车辆质量稳定可靠。采用先进的FIS系统对生产以及物流过程进行控制，对部分颜色件采用排序的生产方式进行配送；引入德国最先进的物流新概念，首次采用Warenkord物料配送技术，通过该项技术，可以减少物流送料对生产基地的要求，还可以大大降低零件错装、漏装的概率，有助于提高整车装配质量。

2）上海大众汽车二厂： 位于上海安亭汽车城昌吉路82号，始建于1992年，厂区总占地面积为22万平方米，总建筑面积为16万平方米；其中，车身车间占地面积12528平方米，建筑面积25056平方米，新油漆车间占地面积19655平方米，建筑面积37638平方米，总装车间占地面积24353平方米，建筑面积52014平方米。目前，汽车二厂主要生产朗逸和桑塔纳B2.汽车二厂朗逸车身的焊接工艺采用了多种先进的工艺，如：激光焊接术、中频点焊技术、中频凝胶技术、机器人滚折边技术、一体式焊钳等先进工艺技术。

涂装过程中采用磷化、无铬钝化、无铅电泳涂装、三大环保涂层，给车身穿上防锈铠甲，保护车身抵抗各类气候的侵袭。

总装过程中同时拥有ZP71ECOS、前束、转鼓、LEP、ZP8ECOS等较高电器检测要求。车间还能满足道路测试，在线防盗匹配等现代化生产要求。

3）上海大众汽车三厂： 位于曹安路5888号，距离上海市中心30公里，建成于1992年12月，全厂占地面积为45万平方米，总建筑面积27万平方米。目前生产Passat新领域、Tiguan途观、Touran途安、Octavia明锐、Superb昊锐等车型。

汽车三厂车身车间最先采用业内领先的激光焊接及CMT焊接技术，选用高强度的热成形工艺钢材，引进国内独有的Arplas焊接技术，从多方面保证车身的强度及钢度要求。

油漆车间二线预处理电泳采用在新型多功能穿梭机，显著提高了预处理电泳质量，消除气泡；采用UBS翻转小车进行输送，从人机工程学的角度考虑显著降低员工的操作强度。

总装车间也是国内最早采用柔性化生产方式的车间，采用订单化生产系统，根据客户需求定制所需车辆，实现智能化生产。

4）上海大众汽车四厂： 位于南京市江宁经济技术开发区，建于2025年4月18日，占地面积63.5万平方米，拥有冲压、车身、油漆、总装四大整车生产车间。主要生产全新帕萨特和桑塔纳志俊车型。

汽车四厂全面采用上海大众先进成熟的工艺技术，以及生产制造，质量控制等管理体系。先进的全自动化冲压生产线，冲压20线使用了一模双件（含内外覆盖件），一模四件的设计理念，极大地提高了生产效率。

先进的激光焊接技术、高度自动化的机器人焊接，大大提升了生产工艺，提高了车身结构的钢性强度和表面的光洁度，采用德国大众最先进的水性漆工艺，取消了中途喷漆工艺，大大提高了环境保护力度，凸显了环保技术在上海大众绿色生产上的优势。

总装车间采用先进的模块化生产方式以及先进的整车检测系统，确保了轿车的制造质量稳定可靠。

5）上海大众发动机工厂： 分为一厂（于田路）和二厂（昌吉路81号），一厂区占地面积107402平米，其中生产面积30799平米，目前生产全新的EA888发动机；二厂建于1995年1月，厂区占地面积197694平米，其中生产面积22167平米，主要生产EA113的发动机。

经过27年的积累和滚动发展，公司注册资本已从最初的1.6亿人民币增加到115亿人 叁

民币，总资产由9.8亿人民币增长到581.3亿人民币，经过一、二、三期的技术改造工程以及资产收购，上海大众形成了4个整车制造厂、一个发动机厂、一个技术开发中心和一个模具中心布局，2025年末，新车销量突破621万辆。

五、公司坚持运用世界一流的生产设备和工艺，主要体现在以下几点：

1）先进的全自动化冲压生产线，2000T全封闭快速成形多工位压机，SCHULER新型高压冲压线，大量采用的机械手，确保冲压件的制作精度；

2）先进的激光焊接技术，大量的焊接机器人，提升了车身结构的钢性和表面光洁度； 3）双面镀锌钢板，先进的空腔注蜡工艺和装配线冷测技术，确保了发动机的优良性能； 4）模块化生产方式的总装线，先进的激光在线检测设备，确保轿车制造质量稳定可靠。27年来上海大众在开发领域投入累积近67亿元，不仅培养了一支高效率、高素质的开发团队，也建立了功能完善且具备国际领先水平的技术开发中心，已初步具备整车开发能力。

技术开发中心包括试制试验基地和试车场两大部分，基本满足了轿车车身自主开发的需要，而且能够针对汽车底盘系统和关键零部件进行深入的研究和开发，技术中心配置了先进的整车开发和认可设备，如：电磁相容性试验室、气候模拟实验室、汽车声学试验室、台车碰撞试验系统、发动机耐久试验台。并形成了样车和样件的试制能力；集各种特殊试验路面于一体的试车场，是中国国内第一家为轿车的开发试验而建造的专业试验场，为新车型的开发、试验、鉴定提供了可靠的保障。经过规划和调整，公司已形成了从市场调研、产品规划、造型、总布置、模拟计算、结构设计到产品试制、试验全过程的开发流程；形成了包括车身自主开发，发动机、底盘、电子电器匹配开发在内的整车自主开发能力。

六、上海大众汽车品牌

桑塔纳

从1984年引进至今，上海大众桑塔纳已经进行了几百项技术改进，技术含量不断提升，并一直保持着良好的销售势头，被誉为中国车坛的“常青树”。虽然新车市场逐渐萎缩，但宽大、实用、适应性强的优点使众多二手车消费者对其青睐有加。该厂坐落在桑塔纳山谷下，该山谷以盛产名贵葡萄而饮誉世界，并且该山谷还经常刮起一股类似“科罗拉多”旋风，所以当地人就把这种旋风叫做“桑塔纳”。上海·桑塔纳轿车是上海大众汽车有限公司于1987年引进德国大众汽车公司的产品。在车前仍使用大众公司的商标；2025年前在车尾使用文字商标“上海·SANTANA”，2025年10月开始，按照国家的相关规定使用中文“上海大众”和大众标志。

PASSAT新领驭

2025年4月上市的PASSAT新领驭，保持了PASSAT品牌一贯的优秀品质和纯正血统，将大众最新造型理念与中国B级车市独特审美需求相结合，产品形象更加年轻现代和尊贵豪华。凭借更为丰富的人性化配置、舒适的空间和良好的操控性能，以及多年积淀的品牌效应与市场上大批的忠实消费群体，PASSAT新领驭已在激烈的竞争中把握先机。

POLO POLO劲情、POLO劲取、CROSS POLO、POLO Sporty 2025年6月，与德国大众同步开发的POLO劲情、POLO劲取上市，成为时尚精品小车的象征。

2025年12月，全新跨界车型CROSSPOLO上市。CROSSPOLO在延续POLO品牌的高品质与时尚风格的基础上，巧妙地融入了越野车、轿车、旅行车等风格，个性鲜明，更富激情。

POLO家族的最新成员POLO Sporty，以激发潜藏的运动渴望为设计灵感，闪酷熏黑前大灯、16寸动感铝合金轮毂、融入F1赛车令旗的黑白方格图案造型的水箱格栅、全黑酷感运动型内饰、多项酷感配备，尽显动感个性。

肆

桑塔纳VISTA志俊

2025年1月上市。作为桑塔纳品牌的革新之作，桑塔纳VISTA志俊传承了这一经典品牌皮实耐用、稳定可靠的性能品质的同时，以更富活力的外形为“实力·真朋友”的品牌内涵注入了更多时代的元素。

途安新一代

2025年1月上市。从视觉到驾乘感受，途安新一代均让人耳目一新。途安新一代兼具轿车的舒适、安全和MPV的多功能性，在家用、商务和休闲性上达到了完美结合，成功进入多功能轿车第一军团。

LAVIDA朗逸

2025年6月上市。模块化开发战略的应用，使得LAVIDA朗逸突破平台的局限，跨级别地使用了车身控制模块、轮胎气压监控系统等多项先进的技术和装备。凭借明朗动感的外观、明快舒适的内饰、虚拟6碟CD/MP3播放机等丰富便利的人性化娱乐设备，以及德系车有口皆碑的工艺品质、安全科技和操控性能，LAVIDA朗逸迅速成为A级车市的新一代标杆产品。

途观

2025年3月上市。作为上海大众首款SUV车型，途观在外观气质、整车工艺、动力系统、安全配置等方面，处处展现着超越格局的大气和追求极致的完美，其以豪车级别的诸多高科技配置实现了在操控性、舒适性和安全性上的独树一帜，使途观超越了SUV越野功能的操控性和轿车般的舒适性，从而树立了“智能化都市SUV”的新标杆。

从企业成立的那天起，上海大众就着手建立售后服务网络体系, 使用户可以享受到全面、快捷、方便的优质服务。经过多年的发展和完善，上海大众旗下的大众品牌“四位一体”经销商和特约维修站总计达到600家，南至三亚，北至漠河，东至佳木斯，西至喀什，形成了分布最广、布点最密的轿车营销与售后服务网络。2025年，上海大众推出了国内第一个将营销与售后服务进行业务整合的服务品牌——“Techcare大众关爱”，纳入营销、售后服务、汽车金融、二手车置换、附件、车主俱乐部六大内容，提供买车、用车、换车的全过程服务。

七、备注知识 Ⅰ）转鼓试验

组成

加载装置，测量装置，转鼓组件，车轮举升装置，冷却装置，约束装置，地坑覆盖板

形式

单转鼓： 转鼓直径一般在1500mm以上，2025—2500mm以下（定位要求高，车轮对中困难，精度较高）

双转鼓： 转鼓直径一般在185—400mm，随车速而定（试验精度较低，但使用方便，成本低）

功用

在转毂试验机上测试ABS的性能，可保障ABS正常工作，避免车轮抱死事故的发生，试验汽车在试验机的转毂上模拟在路面上行驶的各种动态工况，并利用各种装置对各动态工况进行测量、分析和判断。多功能转毂试验机由计算机和可编程控制器控制：在被测试汽车加速时，通过电动机提供阻力矩模拟行驶阻力；在被测试汽车制动时，用惯性转毂和传一3O一动部件的转动惯量模拟汽车移动部件的质量和转动部件惯量。

Ⅱ）LEP 简介

LEP（Light Emitting Plasma），由美国LUXIM公司推出新一代等离子光源，他不同于 伍

传统的金卤灯，高压钠灯，无极灯，也不同于LED光源，完全是新一代的发光原理，光效综合利用效率可达99%，照明效果更出色。在美国已经得到业内人士和政府的认可，目前已成功引入国内。

LEP光源特点

LEP等离子光源发出的金白色光具有，透雾性强，发光效率高，射程远，不诱虫，显色性好，耗电少，寿命长，照射路面层次感强等特点。可以广泛应用与城市交通照明，高速公路照明，码头港口照明，工矿企业的厂区照明等户外照明，它具有下列特点：

1.光效高：120lm/w（光源），85 lm/w（系统）

2.寿命长：50，000小时

3.发光面积小：8mmX16mmx4mm

4.光通量：23，000lm

5.可智能调光

6.显色性高：Ra=80 Ⅲ）麦弗逊式独立悬架

优点

a． 由于具有较大的有效距离C，作用在车身连接点E和D处的力较小； b． 弹簧行程大；

c． 省去了三处支承；

d． 易于构造前部车底板形状。

缺点

行驶在不平路面时，车轮容易自动转向，故驾驶者必须用力保持方向盘的方向，当受到剧烈冲击时，滑柱易造成弯曲，因而影响转向性能。稳定性差，抗侧倾和制动点头能力弱，增加稳定杆以后有所缓解但无法从根本上解决问题，耐用性不高，减震器容易漏油需要定期更换。

Ⅳ）ESP（车身电子稳定系统）Electronic Stability Program

组成部分

1、传感器：转向传感器、车轮传感器、侧滑传感器、横向加速度传感器、方向盘油门刹车踏板传感器等。这些传感器负责采集车身状态的数据。

2、ESP电脑：将传感器采集到的数据进行计算，算出车身状态然后跟存储器里面预先设定的数据进行比对。当电脑计算数据超出存储器预存的数值，即车身临近失控或者已经失控的时候则命令执行器工作，以保证车身行驶状态能够尽量满足驾驶员的意图。ESP组成

3、执行器：说白了ESP的执行器就是4个车轮的刹车系统，其实ESP就是帮驾驶员踩刹车。和没有ESP的车不同的是，装备有ESP的车其刹车系统具有蓄压功能。简单的说蓄压就是电脑可以根据需要，在驾驶员没踩刹车的时候替驾驶员向某个车轮的制动油管加压好让这个车轮产生制动力。另外ESP还能控制发动机的动力输出什么的，反正是相关的设备他都能插一腿！

4、与驾驶员的沟通：仪表盘上的ESP灯。

工作过程

1、当车辆左转出现转向不足的时候（就是速度太快拐不过来了）。ESP各个传感器会把转向不足的消息告诉电脑，然后电脑就控制左后轮制动，产生一个拉力和一个扭力来对抗车头向右推的转向不足趋势。

2、还是左转，后轮抓地不足或者后驱车油门踩猛了出现转向过度的时候（就是甩屁股）。ESP会控制右前轮制动，同时减小发动机输出的功率。纠正错误的转向姿态。

陆

3、直线刹车由于地面附着力不均匀出现跑偏的时候（这时有ABS的车也会出现，我下雪的时候老在雪地上这么玩，这时候车身会向抓地强的一边跑偏）。ESP会控制附着力强的轮子减小制动力，让车按照驾驶员预想的行驶线路前进。同样当一边刹车一边转向的时候ESP也会控制某些车轮增大制动力或者减小制动力让车子按照驾驶员的意图行进。

Ⅴ）TCS（牵引力控制系统）Traction Control System

原理

TCS主要是使用引擎点火的时间、变速箱档位和供油系统来控制驱动轮打 滑的情形。当TCS感应到车轮打滑的时候，首先会经过引擎控制电脑改变引擎点火的时间，减低引擎扭力输出或是在该轮上施加刹车以防该轮打滑，如果在打滑很严重的情况下，就再控制引擎供油系统。TCS在运用的时候，变速箱会维持较高的挡位，在油门加重的时候，会避免突然下挡以免打滑的更厉害。TCS最大的特点是使用现有ABS系统的电脑、输速感知器和控制引擎与变速箱电脑，即使换上了备胎，TCS也可以准确的应用。

TCS与ABS的区别在于，ABS是利用感测器来检测轮胎何时要被抱死，再减少该轮的刹车力以防被抱死，它会快速的改变刹车力，以保持该轮在即将被抱死的边缘，而TCS主要是使用引擎点火的时间、变速箱挡位和供油系统来控制驱动轮打滑。

装置有TCS和人类的感觉有所不同，正确来说，应该是机械来判断各种状况，把它当作一种信号来分析，进而分配驱动轮上的动力。

作用

TCS对汽车的稳定性有很大的帮助，当汽车行驶在易滑的路面上时，没有TCS的汽车，在加速时驱动轮容易打滑，如果是后轮，将会造成甩尾，如果是前轮，车子方向就容易失控，导致车子向一侧偏移，而有了TCS，汽车在加速时就能够避免或减轻这种现象，保持车子沿正确方向行驶。在TCS应用时，可以在仪表板显视出地面是否有打滑的现象发生，它有一个控制旋扭，如果想要享受一下自己控制的快感，在适当的时机可以将系统关掉，车子重新启动时TCS就会自动放开。在系统运用时，仪表板会经由灯号显示出地面是否有打滑的情形 发生。TCS不会有影响车辆油耗的情形，关掉之后，车子只要重新发动TCS就 会自动开放。

TCS不但可以提高汽车行驶稳定性，而且能够提高加速性，提高爬坡能力。

Ⅵ）ABS（车轮防抱死系统）Anti-locked Braking System

ABS的功用

制动性能是汽车主要性能之一，它关系到行车安全性。评价一辆汽车的制动性能最基本的指标是制动加速度、制动距离、制动时间及制动时方向的稳定性。

制动时方向的稳定性，是指汽车制动时仍能按指定的方向的轨迹行驶。如果因为汽车的紧急制动（尤其是高速行驶时）而使车轮完全抱死，那是非常危险的。若前轮抱死，将使汽车失去转向能力；若后轮抱死，将会出现甩尾或调头（跑偏、侧滑）尤其在路面湿滑的情况下，对行车安全造成极大的危害。

汽车的制动力取决于制动器的摩擦力，但能使汽车制动减速的制动力，还受地面附着系数的制约。当制动器产生的制动力增大到一定值时，汽车轮胎将在地面上出现滑移。其滑移率

δ=(V t-V a)/V t × 100 %

式中：δ--滑移率；

V t--汽车的理论速度；

V a--汽车的实际速度。

据试验证实，当车轮滑移率δ= 15 %一 20 %时附着系数达到最大值，因此，为了取得 柒

最佳的制动效果，一定要控制其滑移率在 15 %一 20 %范围内。

ABS 的功能即在车轮将要抱死时，降低制动力，而当车轮不会抱死时又增加制动力，如此反复动作，使制动效果最佳。

注意事项

1）更换制动器或更换液压制动系部件后，应排净制动管路中的空气，以免影响制动系统的正常工作。）装有 ABS 的汽车，每年应更换一次制动液。否则，制动液吸湿性很强，含水后不仅会降低沸点，产生腐蚀，而且还会造成制动效能衰退。）检查 ABS 防抱死制动系统前应先拔去电源。

Ⅶ）EBD（电子制动力分配系统）Electric Brakeforce Distribution 功能

EBD的功能就是在汽车制动的瞬间，高速计算出四个轮胎由于附着不同而导致的摩擦力数值，然后调 ebd流程整制动装置，使其按照设定的程序在运动中高速调整，达到制动力与摩擦力(牵引力)的匹配，以保证车辆的平稳和安全。

当紧急刹车车轮抱死的情况下，EBD在ABS动作之前就已经平衡了每一个轮的有效地面抓地力，可以防止出现甩尾和侧移，并缩短汽车制动距离。

EBD实际上是ABS的辅助功能，它可以改善提高ABS的功效。所以在安全指标上，汽车的性能又多了“ABS+EBD”。

在刹车的时候，车辆四个车轮的刹车卡钳均会动作，以将车辆停下。但由于路面状况会有变异，加上减速时车辆重心的转移，四个车轮与地面间的抓地力将有所不同。传统的刹车系统会平均将刹车总泵的力量分配至四个车轮。从上述可知，这样的分配并不符合刹车力的使用效益。EBD系统便被发明以将刹车力 ebd运作流程做出最佳的应用。

EBD是Electronic Brake-Force Distribution的缩写，中文全名为电子刹车力分配系统。配置有EBD系统的车辆，会自动侦测各个车轮与地面将的抓地力状况，将刹车系统所产生的力量，适当地分配至四个车轮。在EBD系统的辅助之下，刹车力可以得到最佳的效率，使得刹车距离明显地缩短，并在刹车的时候保持车辆的平稳，提高行车的安全。而EBD系统在弯道之中进行刹车的操作亦具有维持车辆稳定的功能，增加弯道行驶的安全。

Ⅷ）SOHC 和 DOHC 的比较如下：

单凸轮轴机械结构简单，问题比较少，低转速扭力较大。单凸轮轴的进排气门开启时间是固定的，但是机械结构简单，维修容易，经济省油都是单凸的优势。

双凸轮轴因为可以改变气门重叠角，所以可以发挥出比较大的马力，但是低转速的扭力比较不足 而且也因为机械结构的复杂会造成维修上一定的困难。双凸轮轴的技术来自于赛车，主要是可以控制进气门跟排气门的时间差。

由上可以看出，SOHC在扭力和油耗上有优势，所以比较适合市区行车，DOHC在马力上有优势，所以比较适合高速行驶。

SOHC：single overhead camshaft，表示单顶置凸轮轴发动机，即一个进气门一个排气门。低转速时扭矩较同排量DOHC发动机大，爆发力更好。

DOHC: double overhead camshaft（Twin-cam）,表示双顶置凸轮轴发动机，一般每缸有多个气门，普遍是4气门（即2个进气门2个排气门），多气门发动机燃烧更充分，能让更多新鲜空气进入发动机，排放效率更好（结构较SOHC复杂）。通常DOHC有较强的高转速功率是不假,但是其燃油经济性与低转速扭距与同排量的SOHC发动机相差太远。

2025年7月

捌

**第三篇：上海大众车友会**

概述

组建目的通过建立通立公司上海大众系列车友会，广泛吸纳社会各界成功人士成为会员，搭建车主及社会各界成功人士信息交流的平台，增进会员间的友谊、促进经贸合作的机会，共同进步、共谋发展。

宗旨

通过会员制的形式，以车为载体，通立公司将为所有会员提供金融信贷、文化活动、学术争鸣、消费服务等立体式综合服务，组织高层次、专业品牌的文化沙龙，努力营造中国汽车服务行业的高品味专业俱乐部的氛围。

理念

以车会友品味尽享

组织形式

开放式、松散型、非赢利的民间社团

发起人

通立公司上海大众售后服务部

组织设置

本会最高权利机构为理事会。理事会成员名额应控制在9-15人。

理事的增选名额严格控制，增选的理事应酌情从新增会员中挑选，标准为愿意承担互助义务并有一定组织能力和社会活动能力的车友，及热心于发展汽车文化的社会各界人士，并由理事长提名，理事会各理事半数同意即可。

本俱乐部的日常工作由理事长主持，再由当选理事长提名，自理事中挑选任命：副理事长、秘书长、常务理事的人选。首任理事长的任期为一年，一年后由各位理事选举产生新任理事长。新任理事长的任期为两年。

理事长是本会的代表，也是理事会的代表。负责召集理事、会员参加联谊活动，组织和领导会员自驾游活动，编制不定期内部发行的“会刊”以介绍汽车行业资讯、旅游活动内容及反馈、驾驶技巧交流、维修保养注意事项等与会员息息相关的问题。

服务范围

本会本着人无我有、人有我精的原则，通过发行具有金融附加值的会员卡，竭诚为广大会员提供便捷、舒心、尊贵的全方位、多功能服务，使会员真正得到一卡在手、车行天下，首次提供或逐步提供以下服务内容：

1．购买新车

提供车型介绍、咨询

代办新车上牌入户手续

代办购车按揭手续、提供多项按揭计划

2．理财功能

个人购车按揭贷款

路边咪表泊车

高速公路不停车收费

提供车辆保险计划和代办保险手续，在会员使用车辆期间发生保险范围内的责任事故，提供快捷、合理的理赔。

3．汽车文化沙龙

定期或不定期的举办以会员为对象的企业经营管理讲座

爱车课堂

车险缴费

车辆年检、驾驶员年检

油品优惠

违章罚款缴费

4．汽车保险代理

会员汽车运动、改装交流会

会员间的经贸交流会等

5．汽车维修及保养

对会员车辆定期发出车辆维修保养提醒，对会员到厂维修保养车辆给予免费或优惠政策，并提供快修绿色通道

6．专业知识讲座

定期或不定期的举办针对汽车的有关知识讲座，增进人车之间的了解，提供车辆保值的小知识

7．自驾游、野营活动

根据会员的需求，提供自驾游及野营等联宜活动，增进会员之间、会员家庭成员之间的情感交流与升华。

8．二手车指南

提供二手车的评估、交易

以旧车换新车等特色服务

9．在线服务

网上查询、理赔、订货；

通过访问我们的网站，获得内容丰富、翔实可信、方便快捷的更多服务信息与反馈。

10．其它与汽车有关的服务如：

代办年审

代办规费缴纳、续保

代办车辆过户手续

代办车辆缴纳养路费、车船使用费

代办车辆证件遗失补领手续

市区内免费拖车

市区内会员免费紧急送油等

11．并逐步发展建设成为由加油站、销售商、宾馆、旅游及救援机构等参与的全国范围内网络式多元化服务机构

会员守则

会员资格

会员必须年满18周岁，拥有？汽车或为我们公司管理内客户，热爱汽车休闲运动及户外运动，无不良嗜好并能够维护集体利益和遵守集体纪律的社会各阶层车友。

会员守则

本守则对在会所有会员均有在会约束力，并构成本会与各会员间的一份合约，您一旦成为本会会员，即被视为同意本会会员守则的约束。

本人志愿加入“通立公司上海大众车友会”俱乐部，并自觉遵守本会所明示的规章与守则，积极维护本会的声誉，不做有损本会利益之行为；

会员可向理事会建议联宜及出游线路等活动安排。在建议中，应如实介绍活动及出游经验。如果建议出游线路还应提供旅游景点、旅游线路、道路状况、质优价廉的宾馆、风味风俗等相关信息。本会经理事会讨论采纳后，将给予两人免费参加该次活动的奖励，费用由参加该次活动的车友会员均摊；

会员必须具备较强的集体意识和荣誉感，在活动过程中，积极配合、遵守本会的活动安排，发扬“助人为乐”的中华传统美德，主动帮助车友解决在活动中遇到的困难；

在参加活动中，会员如果恶意争逐抢先、危及队友安全或鼓励车友脱离集体队伍、破坏集体活动者，经提醒后不改正者，予以谴退本次活动并视同其自动放弃本会会员资格；

会员有义务宣传“通立公司上海大众车友会”的建会宗旨，积极响应和参加本会组织的各项活动并按时缴纳会费；

本会有绝对权利依实际情况于任何时间终止本会的运作。在本会运作被终止后，您作为会员的一切及优惠即告终止。在任何情况下，您不得因本会终止运作而向本会提出任何性质的索价或要求；

会员向本会提供的个人资料皆出于自愿，本会将按国家有关规定严格履行为其保密的义务。

无违章驾驶、犯罪记录

会员优惠项目：

本会向全体会员提供优质、及时、舒心的连锁服务：配件供应、购车按揭、精工维修、洗车吸尘、专业美容、车饰精品、汽车改装、技术咨询、技术培训、驾驶培训、24小时紧急救援等

会员注意事项

会员在长春通立德美汽车服务有限公司非指定的保险公司购买车险，本会只能提供理赔咨询及建议，不便参与理陪过程；

年审：以车牌号码尾数为年审月份，敬请会员及时办理或通知本会代为办理年审事宜，否则，因补办手续较为繁琐而造成的不便与损失，本会不负任何责任；

会员活动的组织方式

本会在准备活动前，先由理事会向各会员发出征询意见调查表，根据会员反馈信息做出相应的决定，也可由会员提议，经理事会讨论通过并经相应调查后向会员发出通知；

活动立项决定后，由理事会秘书长、常务理事筹建该活动项目的联系小组，小组成员由理事会相应成员及部分会员构成，负责本次活动的相关日常准备活动；

会员在决定是否参加活动时，应本着“自觉、自愿”的原则，依据自身情况做出选择。

本章程的解释权、修改权归“通立公司上海大众车友会”理事会所有。章程的修改须经由理事会半数以上理事表决通过

**第四篇：上海大众公司简介**

成立于1985年的上海大众汽车有限公司（以下简称上海大众）是一家中德合资企业，中德双方投资比例为：上海汽车集团股份有限公司50%，德国大众汽车集团40%、大众汽车（中国）投资有限公司10%。经过多年的发展，目前已经形成了以上海安亭为总部，辐射上海安亭和江苏南京、仪征的三大生产基地。此外，宁波工厂、乌鲁木齐工厂正在规划建设中。

上海大众是国内规模最大的现代化轿车生产基地之一。基于大众汽车、斯柯达两大品牌，公司目前拥有Polo波罗、Touran途安、Lavida朗逸、Tiguan途观、Santana桑塔纳、Passat帕萨特和 Fabia晶锐、Octavia明锐、Superb昊锐等十大系列产品，覆盖A0级、A级、B级、SUV等不同细分市场。

成长的上海大众

上海大众27年的风雨兼程，是中国汽车工业实现“从小到大”发展的缩影。

1978年11月，改革开放总设计师邓小平的亲自批示，正式拉开了轿车中外合资经营洽谈的序幕。经过六年缜密的谈判，1984年10月，中德双方在北京人民大会堂举行隆重的合营合同签字仪式，上海大众应运而生。

在探索合资经营的道路上，上海大众迎难而上，走出了一条独特的利用外资、引进技术、滚动发展的道路，为中国汽车工业在上世纪90年代中后期的快速发展，提供了崭新的发展理念和成功的实践模式。在扩大自身生产规模的同时，公司开展了振兴中国轿车零部件工业的桑塔纳轿车国产化工作。这一跨地区、跨行业的宏大系统工程，带动了一大批配套工业的技术进步，为形成符合国际水准的零部件生产打下扎实的基础，为国内轿车工业的蓬勃发展发挥了无可替代的奠基石作用。

经过27年的积累和滚动发展，公司注册资本已经从最初的1.6亿元人民币增加到115亿元人民币；总资产由9.8亿元人民币增长到683.3亿元人民币。截至2025年年末，上海大众累计产销各类轿车735万辆，是国内保有量最大的轿车企业。鉴于上海大众在自身发展和市场竞争中的出色表现和巨大成功，中德合资双方提前续签了延长合营合同，将合作期限延展至2025年。

在一个跨国界、跨文化、跨时代、跨技术的大背景下，上海大众中外双方精诚合作，开拓进取。在发展历程中，上海大众创造了中国轿车工业的多项第一。公司曾连续八年荣获中国十佳合资企业称号，八度蝉联全国最大500家外商投资企业榜首，并连续九年被评为全国质量效益型企业。作为中国改革开放后中外合作的一个成功典范，上海大众已成为世界了解中国的一扇窗口。

卓越的企业文化

企业文化是保持企业基业常青的根本。上海大众在推进企业发展的同时，适时地对企业文化进行了梳理，在继承和创新的基础上，提炼出以“追求卓越 永争第一”为核心价值观的卓越文化。

客户导向、质量领先、创造价值、变革创新、勇担责任、持续发展、以人为本、坦诚交流、合作共赢，是上海大众的九条基本价值观，体现了上海大众肩负的使命和责任，展现了公司高层的管理理念和行动纲领，明确了上海大众人的行为准则。核心价值观“追求卓越 永争第一”，则体现了上海大众人锲而不舍、奋勇争先的精神和行动。

上海大众的卓越文化，源于历史的积淀，现实的努力，以及对未来的追求。上海大众以不畏艰险的开拓精神、令人瞩目的发展成就，把“卓越”刻进了企业的历史进程，随着市场环境的变化，追求卓越更是上海大众坚定的信念、前进的动力。上海大众将始终坚持以先进的文化理念引领企业发展，融合德国大众精良造车的汽车文化和中国汽车人开拓创新的进取精神，发展成为“最具创新性的汽车合资企业、中外合作的典范”。

先进的工艺设备

公司坚持运用世界一流的生产设备和工艺。

先进的全自动化冲压生产线、2000T全封闭快速成型多工位压机、SCHULER新型高速冲压线、大量采用的机械手，确保冲压件的制作精度；

先进的激光焊接技术、大量的焊接机器人，大大提高了车身结构的刚性强度和表面的光洁度；

双面镀锌钢板、先进的空腔注蜡工艺，结合先进的轿车涂装工艺和自动喷涂设备，保证车身多年防腐； 精密的水珩磨工艺、自动化的生产线和装配线冷测试技术，保证了发动机的优良性能；

模块化生产方式的总装线、先进的激光在线检测设备，确保轿车制造质量稳定可靠。

上海大众始终密切关注和跟踪国际汽车工业的发展动态，不断地进行技术升级改造，保持车型、工艺技术和加工、检测设备的先进性。

严谨的质量管理

质量是上海大众的生命。根植于心的质量意识和严格的管理制度，为上海大众赢得了消费者长期的信任。

作为中德合资企业，上海大众秉承了德国大众对产品质量的严谨态度和精益求精的精神，精湛的制造工艺技术从一开始就融入企业的血液之中，“质量领先”的理念和原则贯穿于产品开发、供应商、生产、销售及售后服务的整个业务链。公司建立了完善的质量保证体系和质量评估体系，从生产规划、工艺装备的确定到设备的维护保养，从原材料进库到成品出厂，每一道都处于缜密的监控之下。

1995年，上海大众在中国汽车行业中率先通过了ISO9001质量体系认证。2025年又相继通过了VDA6.1（德国汽车工业协会质量体系）和ISO9001（2025版）体系审核。凭借质量、经济效益等方面的显著绩效，上海大众于2025年成为中国汽车行业首家也是惟一一家获得全国质量管理奖的企业，并在2025年顺利通过该奖项的再次确认。2025年、2025年、2025年，上海大众三度将“上海市质量金奖”收入囊中。2025年，上海大众被评为“全国用户满意服务明星班组”、“上海市实施用户满意工程先进单位”。2025年，上海大众获得“上海市推行全面质量管理先进单位”、“全国实施卓越绩效模式先进企业”两项大奖。2025年，上海大众获得“上海市市长质量奖”，这是上海市质量领域的最高奖项。

雄厚的开发能力

27年来，上海大众在开发领域投入累计近67亿元，不仅培养了一支高效率、高素质的开发队伍，也建立了功能完善、具备国际领先水平的技术开发中心，已初步具备整车开发能力。

技术中心包括试制试验基地和试车场两大部分，配置了先进的整车开发和认可设备，如电磁相容性试验室、气候模拟试验室、汽车声学试验室、台车碰撞试验系统、发动机耐久试验台等，并形成了完整的样车和样件试制能力。其中，集各种特殊试验路面于一体的试车场，是国内第一家为轿车的开发试验而建造的专业试验场，为新车型的开发、试验、鉴定提供了可靠的保障。经过规划和调整，公司已形成了从市场调研、产品规划、造型、总布置、模拟计算、结构设计到产品试制、试验全过程的开发流程；形成了包括车身自主开发，发动机、底盘、电子电器匹配开发在内的整车自主开发能力。

培养人才，是上海大众整车开发能力建设中重要的一环。早在1998年，上海大众就精心挑选了40名年轻的工程师，送往德国大众进行了历时三年全过程开发培训，如今他们都已经成为了上海大众开发中心各领域的核心骨干。2025年，上海大众挑选的第二批30名、平均年龄25岁青年开发人才也远赴德国，结合参与新项目的开发实践，系统学习德国大众的开发流程、开发手段、开发标准。目前，上海大众开发队伍已超过1000人。

通过桑塔纳3000型、Passat领驭、Polo劲情、Polo劲取等一系列产品的实践，上海大众的开发实力正逐步显现。2025年，由上海大众自主设计和研发的A级车Lavida朗逸成功上市，其大气时尚的外观设计广受市场的好评，同时上海大众对市场的准确把握力也得到广泛认可。2025年，上海大众与德国大众合作开发的一款基于德国大众新一代B级平台、面向中国市场的全新帕萨特上市，这是中国轿车企业首次直接参与国际一流汽车制造商的全新产品开发，也标志着上海大众的研发工作正逐步融入大众汽车集团全球开发体系。

以人为本

人才是公司长远发展的根本，人力资源是支撑公司稳定增长的关键。上海大众重视员工发展，并建立了完整的基于培养、考核和激励的员工综合发展体系，充分调动全体员工的积极性和创造性，不断提高员工满意度。

上海大众“追求卓越 永争第一”的企业文化，渗透于工作、流程、人才发展等各个方面，营造了良好的学习、创新和员工积极参与的氛围，使公司成为名副其实的学习型企业。多元化发展道路极大地鼓励了员工专注于本职岗位并不断提升专业能力，加强了高技能人才队伍建设，为公司的可持续发展提供源源不断的人才支持。

上海大众始终秉持尊重每一个员工的理念，与所有员工共同发展，回报员工对企业所做的贡献。科学系统的员工培养体系、多元化的员工发展通道以及和谐的工作环境氛围，上海大众多方面的人才激励机制，实现了较高的雇员承诺和人才吸引力，并先后获得“2025年中国大学生最佳雇主”、“2025最佳雇主奖”、“2025年卓越雇主——中国最适宜工作的公司外资企业最佳雇主”等多个大奖。领先完善的人力资源管理体系和不断加强的竞争力优势，也帮助上海大众连续六年获得“中国杰出雇主”，成为了国内汽车行业中获得此奖项最多的企业。

负责的企业公民

在向社会提供一流产品的同时，上海大众承诺以科学技术为依托，尽最大的努力减少产品及服务中所造成的环境影响。上海大众于1997年在国内汽车行业中第一个取得ISO14001环境体系的认证，并在2025年再次通过该体系的审核。上海大众已经将产品环保扩展到了密闭蒸发、电磁干扰、车内气味排放等各个环节，并由此成为国内首家全部实现绿色产品的企业。

上海大众可持续发展的目标是实现企业环境管理、产品环境性能及市场环境需求的最佳结合。从建厂开始，上海大众就将环保确定为基本方针，并遵循大众汽车集团在全球范围内制定的22条环保准则，结合自身产品和生产流程特点，通过与供应商和经销商等伙伴的紧密合作，摸索和总结出了适合自己的、行之有效的“绿色行为准则”。该准则涵盖了工业用地最小化、禁止使用危害健康物质、噪音控制、水资源循环、能源节约、废物管理等一般性原则；以及汽车生产特殊工艺及过程的环保控制，涉及有害物质排放控制和特定成分使用控制等众多细节。通过环保准则的实施，上海大众有效地实现了与环境和谐发展的“绿色生产”，达到了经济与生态的双赢。2025年，上海大众汽车三厂被国家环保总局授予汽车行业“国家环境保护百佳工程”；2025年，上海大众再获“爱心环保企业”殊荣。

在加强传统汽车节能减排技术研究、坚持绿色生产的同时，上海大众注重通过新能源、代用燃料技术、新技术的研究和开发，进一步提升产品低排放的水平。上海大众将电动汽车列为企业战略支柱之一，并已完成了首辆电动车样车的开发工作。

在发展进程中，上海大众始终本着回报社会、造福社会的理念，广泛地参与社会公共事务。二十多年来，上海大众累计捐赠约4.03亿元，涉及科学、教育、文化、卫生及各种社会公益事业。

中国汽车市场已越来越繁荣，而竞争也愈发激烈。背负光荣历史与未来梦想的上海大众，面对新的产业结构升级的机遇，居安思危，正满怀信心地以更快的速度、更高的效率、更强的举措，以“追求卓越”为

自己的信念，锲而不舍地“永争第一”！

**第五篇：上海大众公司简介**

上海大众公司简介Company Profile

 行业：

汽车/摩托车

地区：   上海市

规模：

大型(1000人以上)

公司简介

成立于1985年的上海大众汽车有限公司(以下简称上海大众)是一家中德合资企业，中德双方投资比例为：上海汽车集团股份有限公司50%，德国大众汽车集团40%、大众汽车(中国)投资有限公司10%。经过多年的发展，目前已经形成了以上海安亭为总部，辐射上海安亭和江苏南京、仪征的三大生产基地。此外，宁波工厂、乌鲁木齐工厂正在规划建设中。

上海大众是国内规模最大的现代化轿车生产基地之一。基于大众汽车、斯柯达两大品牌，公司目前拥有Polo波罗、Touran途安、Lavida朗逸、Tiguan途观、Santana桑塔纳、Passat帕萨特和 Fabia晶锐、Octavia明锐、Superb昊锐等十大系列产品，覆盖A0级、A级、B级、SUV等不同细分市场。

成长的上海大众

上海大众27年的风雨兼程，是中国汽车工业实现“从小到大”发展的缩影。

1978年11月，改革开放总设计师邓小平的亲自批示，正式拉开了轿车中外合资经营洽谈的序幕。经过六年缜密的谈判，1984年10月，中德双方在北京人民大会堂举行隆重的合营合同签字仪式，上海大众应运而生。

在探索合资经营的道路上，上海大众迎难而上，走出了一条独特的利用外资、引进技术、滚动发展的道路，为中国汽车工业在上世纪90年代中后期的快速发展，提供了崭新的发展理念和成功的实践模式。在扩大自身生产规模的同时，公司开展了振兴中国轿车零部件工业的桑塔纳轿车国产化工作。这一跨地区、跨行业的宏大系统工程，带动了一大批配套工业的技术进步，为形成符合国际水准的零部件生产打下扎实的基础，为国内轿车工业的蓬勃发展发挥了无可替代的奠基石作用。经过27年的积累和滚动发展，公司注册资本已经从最初的1.6亿元人民币增加到115亿元人民币;总资产由9.8亿元人民币增长到683.3亿元人民币。截至2025年年末，上海大众累计产销各类轿车735万辆，是国内保有量最大的轿车企业。鉴于上海大众在自身发展和市场竞争中的出色表现和巨大成功，中德合资双方提前续签了延长合营合同，将合作期限延展至2025年。

在一个跨国界、跨文化、跨时代、跨技术的大背景下，上海大众中外双方精诚合作，开拓进取。在发展历程中，上海大众创造了中国轿车工业的多项第一。公司曾连续八年荣获中国十佳合资企业称号，八度蝉联全国最大500家外商投资企业榜首，并连续九年被评为全国质量效益型企业。作为中国改革开放后中外合作的一个成功典范，上海大众已成为世界了解中国的一扇窗口。

员工关怀

卓越的员工带来卓越的绩效，而卓越的员工需要依托卓越的体系来发挥效能。由此可见，一个科学合理的体系，对于员工而言是至关重要的。于是，上海提出要让每一位员工成为健康的员工、愉悦的员工、创新的员工以及满意的员工。

“员工是上海大众最宝贵的财富”，这是每一位人力资源工作者心中永远牢记的座右铭，那如何爱护这份财富呢?首先要让员工们做健康的员工。上海大众有一套成熟的安全卫生机制，对于流水线上每一个岗位，都会进行必要的安全培训教育，同时尽可能地将每个工位的安全风险降到最低，另外，对于工作负荷和强度的测定也有着一套严谨的方法，合理地分配劳动强度，将由疲劳带来的风险降到最低。与此同时，公司还注重安全卫生方面的监督，对于办公区域有定期的5S检查，让员工能够工作在一个干净清洁的环境中，对于每一位员工都会定期安排体检，将一些健康隐患尽快排除。特别是，公司也很注意员工心理健康，会定期开设例如：如何平衡工作与生活之间的关系、如何应对不良情绪等等的讲座，还会有关于员工EAP的电子杂志《幸福月刊》，会通过电子邮件发送给每一位员工。

在身心健康得到保证的前提，让员工愉悦地工作，又是一个新的课题。上海大众经过多年的时间，摸索出了一系列完善的机制，用来保证员工能上海大众建立了一套完善的权益保障和发展机制，对于每一名员工不仅可以享受相同的权利，同时人人都有发展权以及晋升通道。另外，公司有一套严谨公开的平等协商机制，对于重要的规章制度以及政策的变更，之前都会召开平等协商会，听取各方意见，从而将不合理、不规范提前的情况规避。公司还建立了通畅的员工沟通机制，设有如总经理信箱、双周思想动态双周一报等等，我们会听取来自员工的每一个意见，小到班车点的设置、用餐种类的建议等等，都会有专人负责回应，让员工感到企业在聆听员工的心声，为员工着想，从而才会有一个愉悦的心态投入到工作中去。

在有了愉悦的心态投入工作以后，公司更鼓励员工做创新的员工，并设计了一系列鼓励创新的措施，例如：合理化建议系统，员工可以就自己遇到问题或者不合理的地方，登陆员工内部网的合理化建议系统，反映问题并提出改进建议，一旦予以采用，公司会给予一定奖励，对于在合理化建议方面贡献突出的集体，也会得到表彰和奖励。最后，企业为了了解员工是否满意，上海大众使用了一个名为 “员工情绪晴雨表”的调研工具，它可以说是大众汽车的独门功夫。它包括以下环节：预热阶段的宣传，覆盖全员的调研，调研数据的挖掘，各级组织的内部研讨，制定改进措施并实施。

情绪晴雨表的鲜明特色在于：高效的问卷：员工可以在1分钟内完成;精确的统计：各级组织的情绪差异得以量化;合理的比较：跨部门或者上下级部门的员工情绪都可以进行对比;有效的措施：部门立足于自身能力提出的改进措施，具有很好的可行性。

为鼓励员工发表真实见解，情绪晴雨表的问卷是匿名的，通过IT工具的帮助，进一步确保了匿名性。其能够测量雇员对于公司和产品的认同程度，对于质量的满意程度，对本部门及跨部门合作的满意度，以及对工作压力的承受，对工作乐趣的体会等。人力资源部门据此，可以不断优化管理的方向和手段，提高雇员满意度。

薪酬福利

上海大众在经过了多年摸索以后，建立一套独特的薪酬福利体系，我们称之为全面薪酬。它是一套为员工发展设计的薪酬策略，在考虑各方公平性的前提下，对员工有一定的激励性，同时它又是基于高分位的市场薪酬水平，对外有相当的竞争力，并且与公司的效益以及可持续发展紧密联系，能够充分体现个人的绩效和岗位的价值。

上海大众薪酬结构

上海大众的全面薪酬体系中，除了颇有竞争力的薪酬和浮动奖金以外，还提供有丰富的各类津贴和福利。其中，由于公司总部位于上海市的安亭地区，与城市中心有超过一个小时的车程，为了方便员工上下班，我们提供了购车贴以及交通补贴。另外在长期福利方面，除了社会统筹部分，上海大众还建立了一套企业个性化福利制度，包括补充公积金、补充医疗、等多项福利计划，提高员工生活风险保障。往往青年人只听说交“四金”的就是好公司，其实上海大众还拥有更多富有吸引力的福利项目，比如企业年金、补充公积金、家庭财产保险等等。

上海大众薪酬体系理念

激励机制

现代社会，人员流动愈发频繁，对于企业来说，如何留住人才成为当务之急。“留人须先留心”，上海大众为了与员工建立“心理契约”，专门设计了一套全新的人才激励机制。我们将整个激励体系分为三大部分：成就感导向的荣誉体系，凝聚力体系以及个人发展体系。

2025年，公司启动了全新荣誉体系管理项目，在梳理了公司现有各种员工荣誉奖项的基础上，构建和规划了分层次、分类别的公司的荣誉体系，打通了公司内的员工荣誉层级发展的通道，以及各类别荣誉向集团、上海市、行业乃至国家等各类更高层次荣誉奖项输送的通道，为公司发掘人才和培养人才提供了有力的支持。我们还组建了由多个部门共同负责的公司荣誉体系管理委员会，以保证公司荣誉体系管理的体系化和可持续性发展。

同时公司也非常重视凝聚力的建设，会定期举行一些员工日活动，邀请员工的家属来公司参观体验生产过程，或者来到员工活动中心，参加一些竞技游戏等等。同时，公司还设有卓越俱乐部，目的在于构筑一个新平台，让来自不同科室的同事能够相互交流，共同成长，为了能在工作中合作无间打下良好的基础。

另外，上海大众也非常重视员工的发展，为员工提供两类成长路线：成为管理者的后备道路，以及成为专家的技术道路。尤其是在培养智能型员工方面，上海大众依据企业发展战略，坚持“以人为本”的人力资源管理理念，充分借鉴德国大众的成熟的考评体系，面向包括产品研发、生产规划、采购、质量保证、物流等职能部门在内的知识型员工，开发建立了一套以“8+2”为主要内容的能级评估模型，常态化测量这类员工的能级当量，并以此定量化分析所在部门人力资源整体能力状况，建立和实施个性化的员工能级提升方案，实现员工个体能级和部门核心能力同步提升的目的。基于关键绩效指标法(KPI)、胜任力模型等现代管理理论，创造性的提出人力资源能级管理概念。通过建立科学合理的知识型员工能级评价体系，对有关人员的岗位能力进行评定分级，明确组织所需求、所重视的能力以及能力提升的通道，针对性的帮助员工提升能力。在此基础上进一步借鉴人与组织匹配理论(P—O匹配理论)和目标管理理论，将员工的能级评估上升到部门人力资源整体能级分析层面，聚焦到如何让一个团队发挥出更好的整体战斗力，从而实现员工个人和部门以及企业整体人力资源能级的提升。

上海大众结合公司实际，确定了知识型员工能级管理的目标：

一、解决问题：即对员工和员工所在的整个部门进行人力资源评估，且评估可计量、可比较、可提升、可回顾;

二、提升管理：践行“直线经理是第一人力资源经理”和“人力资源管理部门提供系统和工具等原则”;

三、倡导文化：传播上海大众“人人都有发展权、企业与员工共赢”的理念。

晋升通道

上海大众人坚信人才的成长是循序渐进的，新员工不会在毫无准备的情况下被直接委任以工作任务，而是可以全身心参与“新员工融入”计划，学习和体验的内容包括安全体系、企业文化、组织流程与职能、政策与规章、团队拓展训练、以及至少为期两个月的车间实习。经过上述几个月的融入期，新员工不仅对公司的运营有了清楚的认识，而且能完整地理解产品的形成过程。此后的半年内，新员工还能每周两天接受公司内部的德语语言学习。

在员工逐步认识了企业、认识了自我以后，对于他们的发展，上海大众体现出独特的智慧，在这里，并非“人人都走独木桥”，上海大众针对不同特点的岗位、不同能力类别的员工，设计了三条发展之道，即管理道路、专家道路与技能道路。这样可以确保员工能根据自己的特长来选择发展道路，员工成为专家或者技能师之后，都可以享有与经理同等的政策和荣誉。

专业和管理道路多元化发展

在实现了人才发展的多元化之后，上海大众又创造性地提出了“发展感”的概念。随着时代的进步和生活节奏的加快，当今的人才普遍对自己的职业规划有详细构思，他们愿意吃苦，愿意奋斗，但都希望能够尽快得到发展。为适应这一新的特点，上海大众将员工多元化发展道路切分成更加细致的层级，以造型师这一岗位为例，上海大众将员工的层级分为：助理造型师、造型师、高级造型师、资深造型师、造型总监、资深造型总监、首席研发总监。比如说，刚刚毕业的大学生初始是处于助理级，他通过努力，使能力和贡献都取得进步，很快过一两年以后即可晋级，发展迅猛者甚至能“跳级”进入资深工程师以及主管工程师。这样，员工享受了充分的发展感，并直接改善了员工归属感和成就感。而且对于一名资深造型经理，当他具备了相当的技术能力以后，如果还能表现出一定的管理才能，则有可能被提拔为高级造型技术经理，从而慢慢成长为一名研发技术总监。因为我们相信，作为一名研发部门的管理者，首先必须要是一名技术骨干，只有懂技术的人才能管好一个懂技术的团队，使之高效地运转起来。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！