

“互联网+新能源”汽车或将成为新的经济增长点

“一张蓝图”里的自主品牌建设

本报记者 严瑶

随着上汽荣威RX5车型配置和价格的逐步公开，全球首款“互联网+新能源”汽车正向我们走来。6月21日，上汽荣威RX5两款2.0T互联网车型配置公布，具体车型为2.0T两驱互联网智享版和2.0T四驱互联网智尊版。

一张蓝图干到底

临港，上海城市建设的重镇之一。6月15日，上海市委书记韩正一行在对当地进行视察时强调，“要拿出科创中心建设主体承载区的精神和干劲，一张蓝图干到底。”

“十三五”的大背景下，临港地区肩负起了重振制造业，尤其是高端制造业的重任。上汽作为高端装备制造业的领军企业，其能级的提升，直接影响着科创中心的厚度。

显然，这是上海最重要的“蓝图”之一。

韩正马不停蹄地参观了上汽乘用车临港基地总装车间，察看了最新的自主品牌新能源乘用车，并在试乘试驾了即将上市的荣威RX5后，对新车型的高品质给予高度评价，对上汽在新能源汽车研发等领域的努力表示赞赏（见右图）。

韩正强调，“要摆脱传统工业化时代城市经济转型升级的思维方式，跳出简单依靠大产业、大项目推动城市发展的老路，奋力推进科技创新，把全力以赴建设具有全球

影响力的科技创新中心贯穿于全市一切工作之中。”

面对汽车产业价值链加速重构的新形势，上汽集团没有选择坐等，也没有因为领先的排名和实力而固步自封。上汽紧紧围绕创新主题，从供给端积极布局，努力抢占未来可持续发展的制高点。在以上汽集团党委书记、董事长陈虹牵头制订的上汽“十三五”发展规划中，创新转型将成为新一轮发展重点。

巧合的是，这天正是荣威RX5公布售价区间的前一日。

时代赋予的机会

有媒体称，荣威RX5 2.0T是15万~19万元价格区间里最好的SUV。毫无疑问，它的出现填补了自主品牌中高端SUV市场空白，解决了消费者在这个价格区间里“有预算、无好车”的尴尬。

想要破局，谈何容易？荣威RX5上市在即，为了能以“品价比”赢得市场及用户青睐，上汽集团副总裁、乘用车公司总经理王晓秋不遗余力，率领管理层团队在6月13日开展试乘试驾评估，并于当日召开荣威RX5生产启动誓师大会。

试驾在临港工厂举行——环绕临港城镇公路进行动态性能评估，全程约120km。与前几次试驾工作不同的是，这次路试评审专门安排了长达半小时的静态评审。上汽乘用车公司领导及相关部门总监以专家眼光审视荣威RX5的每一个细



摄影 张培新

节，只要是眼睛看得到的地方、手摸得到的地方，绝不放过一处。他们还邀请了10余家核心经销商和近20家供应商代表参与荣威RX5试驾体验，悉心听取反馈。

改变的过程，是一场利益的取舍。就像王晓秋所言，荣威RX5研发投入非常大，我们可能不赚什么钱，但它的推出绝不是心血来潮，而是时代赋予上汽的一个机会。

未来，“互联网+新能源”汽车或将成为一个新的经济增长点。



创新进行时

上汽通用新车型陆续推出，销量走高

见习记者 江睿杰

今年前5个月，上汽通用累计销售整车68.78万辆，同比增长3.84%。其中，5月份销售整车14.13万辆。随着别克品牌的新款昂克拉日前上市，以及雪佛兰品牌的全新科鲁兹将于第三季度上市，上汽通用旗下品牌的销量有望进一步攀升。

即将在国内上市的新款昂克拉继承了别克家族最新设计语言，全系标配1.4T涡轮增压发动机，搭配6速手自一体变速箱，配合专

业的欧式底盘调校、EPS电子随速助力转向系统以及Sport运动模式，为追逐潮流科技、钟情SUV驾控乐趣的年轻消费者提供了更具价值感的小型SUV选择。

即将上市的全新科鲁兹是雪佛兰品牌今年继迈锐宝XL之后推出的第二款全球市场战略车型。该车基于通用汽车全球最先进中级车平台开发，强调运动感，全系配备顶置直喷技术。今年第二季度，全新科鲁兹已在美国、加拿大等市场陆续上市，广受消费者好评。



高质量、跨区域培养高技能人才 车享家以工匠精神打磨人才实力

本报记者 邹勇

6月23日，上海车享家汽车科技服务有限公司（以下简称“车享家”）与中德诺浩教育投资有限公司（以下简称“中德诺浩”）达成战略合作，车享家董事长兼CEO夏军和中德诺浩总裁兼CEO孙勇为双方共同打造的“人才培训基地”挂牌揭幕。

构建高品质人才体系

中国汽车保有量的攀升和车主需求的多样化滋生出万亿规模的汽车后市场。而从目前的现状来看，这片玩家众多的“蓝海”领域仍处于鱼龙混杂、大而散的混沌状态。作为由上汽集团打造的“全生命周期”连锁实体服务品牌，车享家在这场群雄逐鹿的角逐中有着先天优势。截至2015年年底，车享家已成功落地100家门店，2016年计划在全国的55个城市落地1000家门店。

在全国化、大规模、高速度的拓展布局过程中，车享家需要大批量的专业汽车人才支撑，因此寻找

稳定的高技能人才输送渠道显得尤为重要。车享家在不断优化源于上汽的资源和体系支撑，提升硬件实力的同时，非常重视人才体系建设，沉下心来打磨人才实力。夏军表示：“车享家对于汽车后市场的复杂性和严谨性有更深刻的理解，德国式的工匠精神始终是车享家坚持的风格。”

今年3月，车享家牵手上海市现代职业技术学校，为学校和企业培养综合技能型人才。而与中德诺浩的战略合作是车享家构建高品质人才体系的最新举措。以共同打造的“人才培训联合基地”为培育点，双方将整合多方力量、多种资源，悉心培养高技能汽车人才。

校企合作模式再创新

与以往的校企合作相比，车享家与中德诺浩为了更有针对性地培养汽车“工匠”，在合作形式上进行了全新尝试。

其一是采用人才定制的方式。车享家以订单方式向中德诺浩提出岗位、人数、工作地点需求，支撑

技术类、客服类、保险类、市场类、销售类等各类人才队伍构建。其二是开设“车享家店长精英班”。根据车享家的业务特点，中德诺浩在条件成熟的情况下，选拔符合条件并有管理意愿的学生组成店长精英班，除学习德国模式的汽车专业技术技能外，还学习门店管理相关课程和车享家定制的培训内容，为车享家提供高素质的管理人才。

据了解，中德诺浩不仅拥有德国标准并符合中国国情的高技能汽车专门人才培养体系，还通过与全国数百所中高职院校合作，不断沉淀优质的学生资源。此次合作为其开展人才培养模式改革，培养社会适应性更强的高技能人才创造了更加有利的条件。

对于车享家来说，在确保长期、稳定的人才渠道，实现企业自身发展的同时，也承担起促进汽车专业人才培养，推动汽车专业人才就业的社会责任。车享家人力资源部总经理杨巍表示，车享家不仅将为优秀毕业生提供就业机会，还将为更多在校学生提供在各地门店实习的机会，帮助他们学习和成长。