

持续布局全球化，树立中国汽车品牌口碑

全球车宝骏530登顶 墨西哥细分市场

首席记者 李修惠

第一！近日，上汽通用五菱海外市场再传捷报，以全球车型宝骏530为原型的 Chevrolet Captiva 登陆墨西哥市场不到半年，就以18%的市占率，力压本田 CR-V、丰田 RAV4 等竞品，成功夺得紧凑型 SUV 细分市场第一名的位置。

作为拉丁美洲第三大国家，墨西哥人口超过1亿，每年汽车消费市场体量达130万辆，是一个极具消费潜力的“蓝海市场”，也是中国整车出口第二大市场。

上汽通用五菱墨西哥项目产品经理范恺忻介绍：“如果今年宝骏530车型能在当地斩获口碑，墨西哥客户一定会有信心继续合作，上汽通用五菱将有机会把更多产品引进墨西哥市场，这对公司深耕海外市场具有重大的战略意义。”

根据上汽通用五菱原先的预测，今年3月正式上市的 Chevrolet Captiva 的月销量在1000辆左右。目前，其销售成绩远超预期。今年7月，Chevrolet Captiva 销量达到1580辆。

2018年，通用汽车墨西哥公司希望能有一款紧凑型 SUV 进入当地市场。经过市场调研，上汽通用五菱认为全球车宝骏530项目的整车出口开发周期较短、团队经验充足。海外事业及工程中心研究后，决定进行项目立项，申请开展全球车宝骏530出口墨西哥的项目。

作为上汽通用五菱首款进入墨西哥市场的车型，宝骏530必须满足美标排放标准才能进入当地市场。上汽通用五菱快速响应，根据墨西哥市场的要求和特点，对宝骏530进行针对性开发，包括排放标准、制冷性能提升、防腐性能增强、底盘和转向系统 NVH 性能提升，



CAPTIVA 2022

以及搭载 Android Auto 的娱乐系统开发，整车的外观、内饰、性能、舒适度等获得大幅提升。

墨西哥用户需要什么？

由于用车环境不同，墨西哥人买车时关注的几大要点和中国用户不太一样。

一般而言，试验车需要先发运到墨西哥进行标定试验，根据试验结果反馈才能开展研发工作。但受全球新冠肺炎疫情影响，为保证员工安全，Chevrolet Captiva 的研发团队无法像从前一样奔赴海外市场进行路试。

海外事业及工程中心了解到，墨西哥平均海拔在2000米左右，在多鹅卵石的路面上行驶的噪音问题常年困扰用户；加上墨西哥多雨气候，内涝情况时有发生。

为了保证整车性能符合墨西哥市场需求，工程师们在国内寻找与墨西哥路况相似的试验场开展相关试验，确保整车 NVH 性能和表现力达到市场要求；同时，工程师们对零部件的材料进行升级优化，确保能抵御墨西哥多内涝的腐蚀环境。

“还有很重要的一点，中国用户看中车机是否智能，但墨西哥用户对手机投屏这一功能的需求

较为迫切。”范恺忻介绍。为此，原本仅支持 IOS 手机投屏的宝骏530车机系统也额外开发了支持安卓手机投屏的功能，以满足当地用户的使用需求。

常在清晨召开会议

根据原计划，2020年2月份春节假期过后，墨西哥项目将正式进入试制阶段。但受疫情影响，有几家湖北的零件供应商无法复工恢复正常供货。试制计划迫在眉睫，为了不耽误项目进度，项目联合工程师及采购同事评估零件的替代策略及变更供货方式，紧急拉动已经复工的供应商，为项目及时提供相关零件，支持造车，顺利解决了这一燃眉之急。

同时，为了能给当地用户带来最好的体验，上汽通用五菱团队与通用汽车墨西哥团队保持密切沟通，希望能从技术角度最大程度提升产品质量。

双方工程师们克服两地13个小时的时差。上汽通用五菱的工程师经常利用晚上或上班之前的清晨时段，用略带中式口音的英语和夹杂着墨西哥俚语的当地工程师召开视频会议。

在项目开发过程中，试验车在墨西哥的测试标定工作由通用汽车技术团

队协助完成。为加快进度，海外工程师们需要克服时差问题。在高原标定试验中，工程师们经常在凌晨一两点钟还在线上与通用汽车墨西哥工程师沟通技术问题，以便项目在第二天能够按时推进。

据预测，Chevrolet Captiva 将在2021年带来超过10000辆的整车出口量，墨西哥市场有望成为全球车宝骏530未来最大的出口市场。

全球车宝骏530是上汽通用五菱推出的第一款全球化战略车型，自推向市场以来，以丰富的配置、多变的空间，以及具有竞争力的价格，迅速受到全球市场的好评，实现出口21个国家，累计出口量超过10万辆/套。上汽通用五菱持续发力国际化战略，布局全球市场，通过深入研究各国市场需求，推出适应当地条件的车型，大力加强销售与售后服务渠道建设，以高性价比的产品和优质的售后服务树立起中国汽车的良好口碑。

今年下半年，上汽通用五菱还将在墨西哥市场投放两款新产品。上汽通用五菱海外业务也将迈向新的高度。承载着“中国制造走出国门，迈向世界”的美好愿景，全球车宝骏530将作为“中国制造”的响亮名片，在墨西哥市场初露锋芒。

助力上汽集团打响防疫保卫战

上汽保险推出专享无忧险

本报记者 吴琼

最低3.6元就能购买“新冠肺炎全年保险”，你会心动吗？

“上汽专享防疫无忧全年保障”是上汽保险销售为上汽集团关联公司及品牌授权经销商推出的全新团体保险产品。“了解到上汽集团和授权经销商在全国各地一边防范新冠肺炎疫情，一边保障经营和生产时，我们就开始思考，怎么发挥保险的作用？”上汽保险销售总经理助理杨帆表示。上汽下属企业众多，且遍布全国，各个企业的情况有很大不同。这时，上汽保险销售的行动力迅速体现出来，他们充分发挥自身保险专业所长，紧紧围绕定制保险覆盖多场景风险的核心思路，结合上汽企业的特点，从需求场景、保障范围到理赔渠道，定制化产品方案一气呵成，联合保险公司密切协作，在短短一周时间内，就设计出相关方案并实现落地，推出了“上汽专享防疫无忧全年保障”保险产品。

和市场上同类保险产品相比，“上汽专享防疫无忧全年保障”具有性价比高、赔付项目多、保障范围覆盖中高风险地区等特点。“该保险产品价格最低3.6元，最高36.6元。”负责设计这一产品的上汽保险销售产品

经理许恒锦告诉记者，“首先，考虑到新冠肺炎是免费治疗，我们特别设计了确诊补贴和重症确诊额外补贴，让客户多了一份保障。其次，今年特别新增了集中隔离保障，按照不同投保价格，被集中隔离期间也可获得每天30元到300元不等的补贴，最长不超过30天。最后，无论是否接种疫苗，该产品都能提供保障。”

公开资料显示，购买“上汽专享防疫无忧全年保障”保险产品，就能获得新冠肺炎确诊补偿、重症额外津贴、新冠肺炎住院津贴（最多90天）、集中医学观察津贴保险责任、新冠肺炎身故补偿等。更令企业感兴趣的是“无区域差别待遇”。

推出性价比如此高的保险产品，保险公司不会亏本吗？保险公司最初确实有疑虑。上汽保险销售提供了一系列数据，证明上汽集团高度重视防疫安全，各项防疫措施迅速落实到位。最终，保险公司认可了这一保险方案，并同意扩展到上汽集团旗下品牌授权经销商。

今年以来，上汽保险销售持续聚焦赋能整车产业链，通过保险科技助力上汽集团创新布局。

今年以来，上汽保险销售持续聚焦赋能整车产业链，通过保险科技助力上汽集团创新布局。

元。”负责设计这一产品的上汽保险销售产品

经理许恒锦告诉记者，“首先，考虑到新冠肺炎是免费治疗，我们特别设计了确诊补贴和重症确诊额外补贴，让客户多了一份保障。其次，今年特别新增了集中隔离保障，按照不同投保价格，被集中隔离期间也可获得每天30元到300元不等的补贴，最长不超过30天。最后，无论是否接种疫苗，该产品都能提供保障。”

公开资料显示，购买“上汽专享防疫无忧全年保障”保险产品，就能获得新冠肺炎确诊补偿、重症额外津贴、新冠肺炎住院津贴（最多90天）、集中医学观察津贴保险责任、新冠肺炎身故补偿等。更令企业感兴趣的是“无区域差别待遇”。

推出性价比如此高的保险产品，保险公司不会亏本吗？保险公司最初确实有疑虑。上汽保险销售提供了一系列数据，证明上汽集团高度重视防疫安全，各项防疫措施迅速落实到位。最终，保险公司认可了这一保险方案，并同意扩展到上汽集团旗下品牌授权经销商。

今年以来，上汽保险销售持续聚焦赋能整车产业链，通过保险科技助力上汽集团创新布局。

今年以来，上汽保险销售持续聚焦赋能整车产业链，通过保险科技助力上汽集团创新布局。

纳铁福变革领导力 赋能训练营正式启动

7月10日，上海纳铁福传动系统有限公司变革领导力赋能训练营正式启动。

公司领导表示，ReShape 管理变革项目是一次重塑公司核心竞争力的旅程，希望通过此次培训让未来领导团队达成能力、认知、行为的共识，培养变革引领者，形成推进变革管理联盟。ReShape 三年

变革创新行动计划作为公司今后可持续发展的道路，变革的推进需要领导层以身作则，通过专业培训进一步提升领导力，带领团队取得更大的成绩，同时，要为员工传道、授业、解惑，提升员工的专业能力，提升团体的整体战斗力，带领团队更好地完成公司管理变革的三年行动目标。（赵哲）