

把“上海经验”带到武汉去！上海医生在雷神山战“疫”44天

王振伟：为武汉拼过命，此生无憾

新时代
奋斗者

晨报记者 潘文

2020年伊始，突如其来的新冠肺炎疫情来袭。1月29日，大年初五，上海中医药大学附属岳阳

中西医结合医院呼吸内科副主任王振伟作为首批新冠肺炎上海市医疗救治中医专家组成员，进驻上海市公共卫生临床中心，对新冠肺炎患者进行中医药介入治疗。

“我在上海参与过新冠患者救治，想把‘上海经验’带到武汉去。”王振伟说。在完成公卫任务的第五天，他再次主动请缨，并在2小时内整理好行囊，和同事一起出征武汉。

初到雷神山立即投入工作

2月15日，上海中医药大学的4家附属医院122位医护人员组成的第四批国家中医医疗队出征武汉雷神山医院，王振伟便是其中一员，并担任雷神山医院感染三科七病区医疗组长。

“说实话，临下飞机那一瞬间我还有点懵，不知道眼前的战场会是什么状况？医院设施如何？病人情况又怎样？一切都是未知数。但我们有信心，因为我身后是121名队友组成的强大的中医战队。”王振伟说。

医疗队抵达当天，武汉下了新年的第一场雪，因疫情影响，驻地酒店不能使用中央空调，房间里阴冷潮湿，队员们冻得瑟瑟发抖，硬熬了一晚。抵达武汉的第二天，队员们就来到了雷神山，但当时医院尚未全部完工，病区更是空空如也。为了尽快收治病人，全队立即投入到千头万绪的内科准备中。

清理物资、搬运家具设备、物品消毒，还有院感、信息操作系统培训、队员心理建设……刚到武汉时的一周，王振伟和同事每天工作十五六个小时。累了，就倚在墙角稍做休息；饿了，就匆匆扒拉两口盒饭；每天从驻地酒店前往医院的路上，有40多分钟的车程，也是他们难得的休息时间。

2月19日，岳阳医院分队所在

雷神山医院感染三科七病区率先开科，2小时迅速收满48张床位，成为第四批国家中医医疗队里最先收治病人的病区。

打出中西医救治“组合拳”

以国家诊疗方案为“总舵”，“一人一策”精准治疗，100%中西医结合……在这里，每个患者都喝上了海派中药。

王振伟和同事们在岳阳医院抗疫协定方基础上拟定了上海雷神1号方，经实践证明具有显著疗效。

“81岁的重症患者吴阿婆让我们印象深刻，开科当日，由救护车送来，四位工作人员担架抬入。入院时根本说不出话，不停地呻吟，当时我给她测了氧饱和度才69%，CT显示两肺弥漫性改变。此外，她还合并糖尿病、高血压、肾功能不全、低蛋白血症、低钾血症等，随时可能出现炎症风暴、呼吸衰竭、多脏器功能衰竭。”王振伟说。

医疗团队立即对她制定了个性化综合救治方案，除有高流量吸氧、抗菌、平衡电解质、抑制炎症风暴、营养支持等西医综合治疗，还有中药汤剂+针刺治疗等。在团队努力下，吴阿婆的呼吸开始不那么急促了，症状慢慢缓解了，在不吸氧情况下氧饱和度达到95%以上。

王振伟清晰记得，当他告诉吴

阿婆可以出院时，吴阿婆流着泪拉住他的手说：“真的很感谢上海医生，家里人都认为我挺不过去的，是你们给了我新生！”

“岳阳功法”等走红雷神山

在雷神山医院，王振伟还有一个别称，叫“特别会练功的医生”。王振伟发挥自身专业优势，通过综合评估病情后，带领轻型、普通型和康复期患者练习呼吸六字诀功法。该病区的中医功法治疗的覆盖率达到九成，深受病患欢迎。

夕阳下，病区走廊里，岳阳医院的医生们带着患者一起“练功”的景象，是雷神山里的一道美丽风景线。一套功法练完，患者们微微出汗，大呼“舒服、过瘾”。

队员们还充分发挥医院非药物治疗的特色和优势，根据疾病的轻重缓急，把针灸、穴位敷贴等中医外治法综合运用患者的治疗中。

3月28日，随着病区最后一名患者出院，雷神山医院感染三科七病区关舱。3月29日，感染三科五病区关舱。

历时44天，第四批国家中医医疗队（上海）共收治病患201人，出院192人，中医药参与治疗率100%，无复阳，医务人员零感染。

回首在武汉的点点滴滴，王振伟说，“为武汉拼过命，此生无憾！”



王振伟在武汉雷神山医院

/岳阳中西医结合医院

新车型、新服务、新营销，上汽通用凯迪拉克4月销量大反弹

随着国内疫情缓和各地加快复工复产节奏，4月国内汽车市场回暖明显，车市零售已从疫情影响下平稳改善。

近日，根据上汽通用汽车发布最新销量数据显示，旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌4月零售销量达111,155辆(含出口)，国内零售同比增长13.6%。值得一提的是，三大品牌中作为豪华汽车品牌的凯迪拉克4月终端零售达16,273辆，数据颇为亮眼。

销量及客流已回升至去年四季度水平

作为上汽通用旗下高端品牌，受新冠肺炎疫情影响，凯迪拉克同样不可避免出现销量下滑。但随着2月下旬，国内疫情逐步好转，居民社会生活、经济商业逐步正常化，消费者购车活动也将逐步恢复，在做好相关疫情防控措施的前提下，凯迪拉克组织全国经销商有序开展复工复产，并提供全面且详尽的工作指引。

根据凯迪拉克官方公布数据显示，2020年1-4月累计销量达43,007辆，其中4月终端零售达16,273辆，同比增长29.5%，环比大增48%。随着各地疫情相对控制和好转，门店日客流量也已稳步提升，同时，在新车效应带动下，4月日均客流较去年四季度增长超过20%，环比今年一季度更是大幅增长

长120%，销售回升势头明显。

凯迪拉克CT4上市，“3+3”产品布局成型

疫情后销量的快速反弹，与凯迪拉克完成新一轮的产品布局密不可分。4月8日，凯迪拉克新美式风尚后驱轿车CT4上市，凯迪拉克倾力打造的“3+3”产品布局成型，覆盖豪华车各主流细分市场——由XT4、全新一代XT5、XT6和凯雷德组成的“新美式豪华SUV矩阵”；由全新一代CT6、CT5、CT4共同构建起“新美式豪华后驱轿车家族”。

率先成型的SUV产品矩阵XT4、XT5、XT6覆盖中小型、中大型和大型豪华SUV市场，1-4月销量达31,778辆，占比达到72%。其中，于去年7月上市的XT6，以豪华舒适大空间和丰富的配置已打开豪华大三排SUV市场，今年4月销量达1,572辆，环比增长约81%。两款成熟SUV车型XT4、XT5同样销量回稳，4月分别销售4738辆和5,582辆，同比2019年同期增长35.7%和100.4%，均已恢



复到去年Q4月均水平。

随着CT4轿车的到来，由CT4、CT5、CT6组成的“新美式豪华后驱轿车家族”产品阵容成型，各车型之间形成的协同效应对市场形成了更为全面、细致的覆盖。

CT5上市5个月以来，销量稳步提升，到今年4月份达到上市以来销量最高峰，销量达2,287辆，配备MRC、Brembo、mLSD限滑差速器等豪华后驱配置的高配车型销量占比更是超过40%，说明消费者对CT5产品力的高度认可。

CT4基于全新一代轻量化后驱轿车平台打造，作为25万同级唯一后驱产品，能够吸引更多年轻和女性消费者。公布价格以来，CT4获得市场追捧，有效提升凯迪拉克终端客流。

产品硬实力和服务软实力的双提升

疫情期间凯迪拉克向用户持续

一站式全包服务，超值、灵活、保障直击核心用户利益点，今年凯迪拉克又在零售模式进行新探索，推出#租啦#长租计划。

#租啦#让消费者能够在线上完成全部申请流程，并以超低月租随心选择全系车型与多款颜色，享受以租代买的全新用车生活。#租啦#不只是一款颇具灵活优惠的租赁产品，更是购车消费和用车体验的全方位升级。消费者只需为自己的使用买单，不必再纠结于牌照、保养、保险、二手车残值等等各类闹心费心事。

自3月初上线以来，#租啦#长租计划得到了积极的反馈，在过去一个月的时间里，#租啦#已收获超过120万人次关注，全国超过15座城市的近百位用户，已顺利加入通过#租啦#长租计划，成为凯迪拉克“新车主”。据观察，#租啦#客户年龄层多元化，地区分布也很广泛，覆盖一二三四线城市，各地区用户数亦正稳定增长中。

日前随着上海“五五购物节”全面启动，上汽通用汽车也向全国消费者及时推出了一系列诚意满满的钜惠大礼。凯迪拉克品牌针对CT6全系车型和XT6指定车型推出了首付五成、3年零利率的金融政策，加上“租啦”长租业务，为具备新消费意识的年轻用户带来更灵活、用车更便捷、服务更省心的“新美式豪华”用车生活。随着新一轮产品布局的完成，产品硬实力和服务软实力的双提升，相信凯迪拉克品牌将保持持续健康发展的态势，销量很快会重回正轨。

(周到)

新零售模式的探索

一直以来，我们可以看到凯迪拉克在营销模式上不断探索和创新，继去年推出3*3新享金融计划，

