



QQ 报料:599179009
总第 88 期

浙江车界

1 月号刊
2018.1.10 星期三

浙江日报报业集团
浙江法制报主办 国内统一刊号:CN33-0019

我们只做汽车新闻

版式设计 阳 阳
责任编辑 孙望楠

1

厉害了 杭州汽车制造产业 广汽传祺世界级全智能工厂在杭竣工投产



作为汽车领域供给侧改革的先行者以及广汽集团“1513”战略下举全集团之力打造的自主品牌,广汽传祺始终坚持正向研发,坚持国际标准,开创了“定位高端、品质优先、创新驱动”的发展路径,六年来年复合增长率超 85%,利润贡献度居集团之首,也成为我国车市发展最为迅猛的品牌之一。在 J.D.Power 新车质量评价(IQS)中,广汽传祺连续五年获得中国汽车品牌榜首,创领行业品质典范。

凭借精益生产和品质化作业,广汽传祺不断向市场提供适销对路的高品质产品,在车市整体低迷的情况下实现逆势上扬。今年 1-11 月,广汽传祺全矩阵均衡发力,多款明星产品持续热销,供不应求,累计销量已超 46 万辆,同比大涨 38.9%,正以世界级品质水准与高端制造实力赢得市场的积极反响,今年销量有望突破 50 万大关。其中传祺 GS4 自上市以来累计销量已突破 76 万辆;传祺 GS8 10 月、11 月销量连续破万,长期蝉联大 7 座 SUV 细分市场销量冠军;8 月上市的传祺 GS7/GS3 新“双子星”热度逐渐升温,累计订单量分别超过 1.5 万



辆,3 万辆。其中 GS3 月销已经突破 5000 辆,明星潜质突显。在轿车方面,传祺 GA6 持续保持着中国品牌细分市场前茅地位,传祺 GA8 更已连续多月位居中国品牌 C 级豪华轿车销量第一,均取得了良好的市场反馈。

广汽乘用车公司总经理、广汽乘用车(杭州)有限公司董事长郁俊在接受媒体采访时表示,广汽传祺坚守品质,持续创新,潜心打造符合消费者需求的高品质汽车产品,并始终以“打造世界级的中国品牌、做产销研全球化的国际企业”作为企业发展战略目标,不断提升传祺品牌的产品力和品牌力。

广汽传祺杭州工厂的竣工投产,将有效缓解目前传祺因产品热销带来的供求紧张。发布会上,郁俊还透露,广汽传祺的宜昌工厂将于明年 1 月份正式动工,而新疆工厂也将于明年 1 月底竣工投产。随着广汽传祺对珠三角、长三角、“长江经济带”和“一带一路”经济带的产能覆盖,并进一步布局 SUV、MPV、轿车等细分市场,将为 2020 年百万销量目标奠定坚实基础,推动新时代下的跨越式突破与发展。

传祺,一个车界的传奇,正由珠三角地区向着长三角地区续写。

■ 望楠

2017年12月26日,气势壮观的杭州大江东产业集聚区内艳阳高照,厂房林立,树木青翠,人头攒动,呈现出一派喜庆的氛围。

就在这天上午,广汽乘用车(杭州)有限公司工厂竣工暨产品下线活动在此隆重举行。

据了解,杭州工厂是广汽传祺产能升级加速发展的重要部署,工厂首期投资 80 亿元,整体按 40 万辆/年进行产能规划,首期按 20 万辆/年一次建成,将同时具备传统燃油与新能源汽车共线生产能力。该工厂是广汽传祺践行“中国制造 2025”与“工业 4.0”理念,全新打造的高效率、高质量、节能环保型世界级智能制造标杆工厂。

广汽集团总经理、广汽乘用车董事长冯兴亚,广汽集团执行委员会副主任、广汽乘用车公司总经理、广汽乘用车(杭州)有限公司董事长郁俊,广汽乘用车公司副总经理、广汽乘用车(杭州)有限公司总经理谢志洪等领导,以及经销商、供应商、媒体代表约 700 人出席了竣工活动。

活动当天,全新的紧凑型轿车传祺 GA4 在广汽传祺杭州工厂下线,后续还将根据市场需求陆续导入传祺系列车型。随着杭州工厂的竣工投产,将助力广汽传祺产能升级,迈入高速发展新阶段。

为更好地满足热切的市场需求,近年来,广汽传祺在向内挖潜,不断提升广州总部产能的同时,一直有序推进杭州、宜昌、新疆等异地工厂建设,预计到“十三五”末,广汽传祺将形成覆盖华南、华东、华中、西北的产能布局。为 2020 年实现传祺百万销量目标提供强有力的支撑。此次杭州工厂的竣工投产,正是这一战略落地的重要一环。

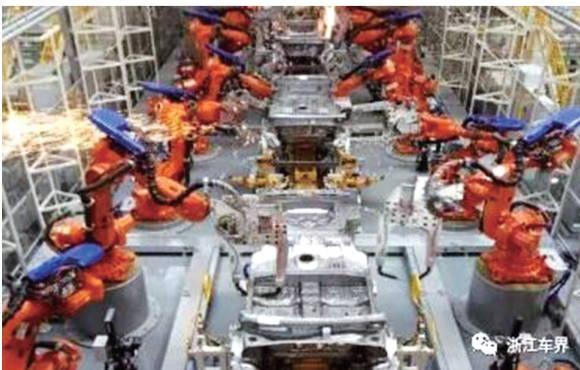
广汽集团总经理、广汽乘用车董事长冯兴亚表示:“杭州工厂是广汽自主品牌传祺在华东地区重要的生产基地,是传祺产能升级加速发展的重要部署,承担着传祺实现产销超越 100 万辆的历史重任。希望以本次工厂竣工暨产品下线作为一个全新的起点,继续保持高昂的斗志,匠心品质,追求卓越,推动广汽传祺又好又快发展,为中国汽车工业的发展壮大而不懈奋斗!”

作为广汽传祺实现“十三五”销量目标的重要举措,通过前瞻性产能布局“长江经济带”,广汽传祺杭州工厂不仅将助力传祺进一步优化产能资源配置、扩大优质增量供给,为保持并进一步扩大市场领先地位加码赋能,还将协同区域内上下游产业链及合作伙伴互利共赢。依托华东汽车市场桥头堡的区位优势,近年来,杭州工业经济增长迅速,其整车生产能力和水平均处于全国领先地位,目前正着力打造双千亿级的汽车产业集群。广汽传祺杭州工厂所处的杭州大江东产业集聚区,是我国重要的汽车及零部件、智能制造装备及产品、新能源新材料等生产基地,世界级的先进制造业集群及辐射效应明显。

工厂实体经济是国家发展的根基,而制造业则是实体经济的关键基石、稳定之锚。近年来,我国经济已由高速增长转向高质量发展阶段,正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期。党的十九大报告中明确指出,要加快建设制造强国,加快发展先进制造业,推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合。作为标志着制造业水平高低的汽车工业,无疑将迎来千载难逢的历史性发展机遇。

广汽传祺杭州工厂秉承“工业 4.0”的智能制造理念,历时 13 个月建设,遵循“一次规划、分步实施”的原则,以广汽传祺世界级生产方式为核心,糅合全球领先的研发技术、科学管理方法和严谨的质量控制体系,采用独创的 VIDM(可视化、信息化、数字化、智能制造)系统,打造了一座安全、清洁、智慧的工厂。

其中,冲压车间采用全自动伺服高速生产线及直线 7 轴高速机器人,实现了深拉伸、高品质、高柔性、低噪环保的完美组合;焊装车间首次采用 CO2 机器人自动弧焊工艺,配备全球领先的机器人及机器视觉 AI 技术,可实现高精度、多车型柔性共线生产;涂装车间采用世界领先的 Ro-Dip 360 度翻转前处理电泳线,壁挂式机器人喷涂系统采用紧凑型两道色漆绿色环保喷涂技术,充分体现传祺的“绿色工厂”理念;总装车间采用 L 型布局,自主设计底盘自动合装设备,实现玻璃自动涂胶、安装及座椅自动抓取安装等技术,构建了具备世界水平的广汽传祺标杆工厂。





王者归来 解读全新第八代凯美瑞



■ 邹健

2017年12月26日,苏州。

仅仅相隔了一周时间,我便有幸首试了12月18日才刚刚下线的广汽丰田全新第八代凯美瑞。

广汽丰田凯美瑞,素有中高级轿车王者之美誉。驰骋车坛几十年,畅销如故。

全新第八代凯美瑞搭载2.5L、2.5L HEV、2.0L三大动力总成,包括凯美瑞、凯美瑞运动及凯美瑞双擎三大系列九款车型。新车发布后一个月时间,累计订单突破20000台。其中2.5L排量(含混合动力双擎)车型占整体订单接近70%;混合动力双擎订单占比达到20%。在三大系列中,凯美瑞运动需求强劲,订单占比超过20%,开拓运动型轿车新细分市场。

作为中国首款TNGA车型,全新第八代凯美瑞在外观、性能、安全等方面均实现了前所未有的变革。为此,广汽丰田生产线根据TNGA架构进行了改造,导入先进的生产设备、技术和工艺,通过TNGA科技和全员工匠确保新车高品质。

大量采用超高强度钢材 全车焊点超过5000个

全新第八代凯美瑞车身大量使用高强度钢板(首次采用超高强度钢及热冲压钢板),在广汽丰田冲压车间生产的内制件比例超整车80%。内制可使部品精度、品质达到全球最高标准要求,但同

时也对冲压模具的品质和维护提出更高要求,全新第八代凯美瑞的冲压模具几乎全部重新开发。

为焊接高强度钢板和热冲压材,广汽丰田焊接车间导入113台新型高速机器人,113把高加压焊枪,84台电极头整形机。整车新增焊点400多个,总焊点超过5000个。同时新引进12台新型涂胶机器人,超高强度结构胶使用量多达16.5米。最终使整车扭曲刚性提高30%以上。

首次导入双色车身喷涂工艺 匠心打磨高品质

全新第八代凯美瑞运动版车型首次采用红黑、白黑双色车身,涂装车间为此导入双色喷涂工艺。每喷涂一台双色车身车型,(相比单色车身)需增加50多个步骤、120分钟以上作业时间,双色分界线涂面不允许存在哪怕1.5mm直径的超小颗粒。

为降低整车重心,全新第八代凯美瑞采用了动力总成低位设计,内部构造更加紧凑,因此在总装车间需要采用难度更高的“散热器加动力总成一体装载”技术,对员工的高精度协同操作提出更高要求:车辆与发动机的对接角度允许偏差在0.2度以内,对接点位的间距允许误差仅0.5mm。

先进的TNGA生产技术和全员工匠,确保了每一辆全新第八代凯美瑞以完美的品质交付到顾客手中。目前广汽丰田生产线一次性合格率为98.8%,高于行业平均水平近10个百分点。





天道酬勤 厚积薄发

梅赛德斯 - 奔驰蝉联全球豪华车年度销量冠军



■ 辛颖 乐儿

2017年,梅赛德斯-奔驰及smart品牌在全球范围内售出超过240万辆新车,蝉联全球豪华车年度销量冠军;梅赛德斯-奔驰及smart品牌在中国大陆交付610,965辆新车,同比增长25%,这也是梅赛德斯-奔驰首次全球范围内在单一市场突破60万销量大关;其中,主力车型C级车、E级车、S级车、SUV车型持续受到客户青睐,中国制造的梅赛德斯-奔驰车型销量占比超过70%;在梅赛德斯-奔驰全球市场中,中国取得绝对领先的年度销量增速,继续保持其最大单一市场的地位;此外,梅赛德斯-奔驰在华连续三年获得豪华汽车品牌经销商满意度调查(DISS)第一名;梅赛德斯-奔驰及其在华经销商合作伙伴近几年实现了健康的、可持续的、盈利的业绩发展,核心业务的扎实表现,为其迎接未来出行服务的机会与挑战奠定了基础;放眼未来,梅赛德斯-奔驰将继续为中国市场带来更多卓越产品,力求在日新月异的市场环境中,与经销商合作伙伴一道,持续为中国消费者提供超出预期的品牌体验。

突破60万大关刷新中国市场纪录

2017年,梅赛德斯-奔驰汽车再创历史佳绩,蝉联全球豪华车年度销量冠军。梅赛德斯-奔驰及smart品牌在全球范围内共售出超过240万辆新车,其中,梅赛德斯-奔驰品牌销量约230万辆,同比增长9.9%。在梅赛德斯-奔驰的各大主要市场中,中国市场表现尤为突出。2017年,梅赛德斯-奔驰及smart品牌在中国市场共交付610,965辆新车,同比增长25%。在E级车、C级车、S级车、SUV车型等产品的助力下,这一业绩不仅刷新了梅赛德斯-奔驰在中国市场的纪录,更标志着梅赛德斯-奔驰首次在全球范围单一市场中突破60万销量大关。

戴姆勒股份公司董事会主席、梅赛德斯-奔驰汽车集团全球总裁蔡澈(Dieter Zetsche)博士表示:“去年,梅赛德斯-奔驰及smart品牌在全球范围内售出超过240万辆新车,这是我们连续第7年刷新销量纪录。由于核心品牌梅赛德斯-奔驰的优异表现,2017年我们再度成为全球最畅销豪华品牌。我们为这样的成绩深感自豪,更将以此为基础,继续深化。核心业务的扎实表现为我们积极塑造未来出行奠定了基础。2018年,我们将立足‘瞰思未来(C·A·S·E)’战略,继续进行系统化的探索与推进。”

面对汽车行业的未来趋势,梅赛德斯-奔驰通过“瞰思未来”战略给出了自己的答案,即“智能互联”、“自动驾驶”、“共享出行”与“电力驱动”。而这四大领域的有效结合,也将在打造客户信任的整体出行方案中发挥重要作用。

戴姆勒股份公司董事会成员、负责大中华区业务的唐仕凯(Hubertus Troska)先生表示:“去年,得益于广大客户的信任,梅赛德斯-奔驰在中国市场交付了超过60万台新车,创造了我们全球范围在单一市场中的销量纪录。与北汽集团携手共同深化本土生产是戴姆勒中国战略的重要组成部分,其助力我们强化自身优势的同时,也将随着未来更多车型的国产化为我们在中国业务的持续增长创造机会。在核心业务中所取得的成绩将激励我们不断深

耕中国市场,并与在华合作伙伴一道继续积极推动中国汽车行业特别是在新能源领域的未来发展。”

“过去几年,我们与经销商伙伴共同实现的健康、盈利、可持续的发展,不仅为我们在2017年所取得的优异成绩提供了保障,也为我们在未来中国市场的发展奠定了扎实的基础。”北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官倪恺(Nicholas Specks)先生表示,“在中国,我们率先提出了面向未来的客户体验战略。随着品牌自建电商平台、经销商全网数字化及其它创新举措的推出,我们将持续为广大客户提供卓越的产品、服务及力求超出其预期的品牌体验。”

全系车型广受青睐

2017年,梅赛德斯-奔驰新生代车型销量在乘用车总销量中占比超过1/4,全球再次有超过62万名客户选择了A级车、B级运动旅行车、CLA运动轿车(含CLA猎装车)和GLA SUV等新生代家族车型,令三叉星徽在这一细分市场中再传捷报。其中,近20%的销量来自于中国,同时新生代车型也占据中国市场整体销量的1/5,让中国与德国一道成为梅赛德斯-奔驰全球最大的新生代车市场。梅赛德斯-奔驰将于2018年在位于3个大洲的5个工厂陆续投产其它新生代车型,未来将带来更多新生代车型并延续其在这一细分市场的优异表现。

作为梅赛德斯-奔驰销量占比中极具份量的车型,本代C级车和C级旅行轿车在第4个销售年,在2017年共计销售超过41.5万辆,其中约1/4的销量贡献于中国市场;同时,中国也是梅赛德斯-奔驰C级车在全球范围内规模最大、增长最快的单一市场。

与此同时,2017年梅赛德斯-奔驰向客户交付E级车和旅行轿车总计超过35万辆,创下历史销量新高,这同样得益于2017年E级车在中国市场的优秀表现,在华同比增长108%。

经历了中期改款的全新S级轿车全年共计销售约7万辆,而年中上市的新一代S级轿车迅速收获各方认可,第四季度销量达到两位数的同比增幅。梅赛德斯-迈巴赫S级轿车同样成绩喜人,自2015年初上市以来总销量已超过2.5万辆,中国市场占比2/3。

2017年,梅赛德斯-奔驰SUV车型销量超过80.5万辆,同比增长14%,为全年的销售佳绩做出了不可忽视的贡献,其销量占梅赛德斯-奔驰乘用车总销量1/3以上。这一销售新高主要得益于中国、德国、法国、美国 and 英国等市场的强劲增长。2017年,梅赛德斯-奔驰最畅销SUV车型来自于GLC SUV和GLA SUV。在中国市场,SUV车型延续了近几年的良好表现,占据整体销量的42%;其中,全球热销车型GLA SUV及GLC SUV双双取得了超过30%的销量增长。

梅赛德斯-奔驰V级车在全球市场创下新的销量纪录——2017年销量突破5.8万辆,同比增长25.7%。2017年4月,V级车的销售运营工作转由北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司负责。同样秉承着“中国制造,专属中国”的梅赛德斯-奔驰V级豪华多功能车以尊享空间、豪华设计和智能驾行为中国客户提供了宜家宜商的完美选择。2017年,V级车在中国市场的表现取得了

长足的进步,全年销量突破1.1万辆,同比增长66%。

2017年正值梅赛德斯-AMG品牌成立50周年,作为梅赛德斯-奔驰的高性能汽车子品牌,梅赛德斯-AMG在50周年之际首次取得6位数的销量业绩。过去的12个月,梅赛德斯-AMG共向客户交付131,970辆车,同比增长33%。梅赛德斯-AMG GT R的上市成为梅赛德斯-AMG品牌在2017年的一大亮点,进一步壮大了梅赛德斯-AMG的顶级产品系列。梅赛德斯-AMG在欧洲、亚太和北美自由贸易区这三大核心地区创造了有史以来的最佳销量纪录。2017年也恰逢梅赛德斯-AMG进入中国市场10周年,AMG 43系列的引入也满足了更多中国消费者对高性能梅赛德斯-奔驰产品的需求。

继2016年创下卓越的销量业绩后,2017年再次刷新smart这一都市先锋出行品牌在过去十年中的销量纪录:全球超过13.5万位客户选择了smart fortwo或smart forfour车型;在中国市场,smart品牌凭借不断创新的营销模式,将线上体验与线下服务无缝连接,也赢得更多smart粉丝的青睐,全年销量超过2.3万台。在2017年“双十一”期间,smart品牌在48小时内收获了1,400多份在线订单。

核心业务为拓展未来出行奠定基石

凭借强大的核心业务能力,梅赛德斯-奔驰逐步加大对未来出行的投入,中期目标是推动可持续性和更加环保的绿色出行。为了稳步减少排放,梅赛德斯-奔驰已向客户提供一系列充满吸引力、面向未来的内燃发动机产品。与此同时,乘用车部门正努力实现传动系统电气化。基于此,48V智能电机与新一代插电式混合动力车型将发挥重要作用,而它们目前已在为客户提供零排放出行体验。中国制造的首款EQ子品牌纯电动SUV——EQC将于2019年内下线。此外,戴姆勒股份公司正在建立动力电池生产网络,涵盖分布于3个大洲的5座工厂,包括北京奔驰。

梅赛德斯-奔驰在华销售公司自成立以来,格外重视与经销商伙伴建立平等、互信、共赢的合作关系。除了建立定期的沟通平台,销售公司积极秉持“以人为本”的理念,着力协助经销商伙伴践行人才推广计划,以培养、发展、储备优秀的人才为广大客户提供服务。销售公司成立近5年来,梅赛德斯-奔驰在华的经销商网点数量超过560个,覆盖224个城市,并与经销商伙伴一起实现了健康、可持续性、盈利的发展。2017年,梅赛德斯-奔驰在华完成了整个网络的数字化展厅建设,未来,梅赛德斯-奔驰将继续与经销商伙伴一道投资未来,在为广大客户提供卓越的品牌服务同时,力求打造深入生活方式的新零售体验。

长久以来,梅赛德斯-奔驰始终致力于创新与突破,在客户体验领域也不例外。梅赛德斯-奔驰是以全球战略高度定位客户体验的先锋,并推出了“最佳客户体验”战略。2014年,梅赛德斯-奔驰将该战略项目带入中国市场,并于2017年专门设立“客户体验联盟”,打破传统组织架构,力求更为高效、灵活地打造更符合新时代需求的客户体验方式。

面对中国在数字化领域的前沿发展,梅赛德斯-奔驰进行着积极尝试,不仅推出品牌自建的电商平台、拓展数字化展厅建设、优化数字化平台服务;为了进一步提升用户体验,梅赛德斯-奔驰还通过基于微信平台的Mercedes me车主俱乐部,联手跨行业伙伴打造专属权益;通过客户服务官方微信“Mercedes me我的奔驰”和最新推出的Mercedes me应用,为广大客户提供整合式车主服务等。未来,梅赛德斯-奔驰将不再局限于客户的用车服务伙伴,而是要建立客户体验生态系统,与他们一起打造面向未来的品牌体验。

天道酬勤,厚积薄发。梅赛德斯-奔驰在2017年扎实布局、勤勉耕耘,不仅创造了品牌在华全新的业务表现,也在各个业务领域取得了全面、扎实的发展,并不断优化客户的用车体验及用车成本。品牌方面,梅赛德斯-奔驰2017年在中国与全球极具影响力、受众广泛的电竞平台之一——2017英雄联盟全球总决赛进行合作,赢得年轻客户的关注;还通过She's Mercedes这一平台,专注女性车主,引发众多共鸣。面向2018年及更远的未来,梅赛德斯-奔驰将立足“瞰思未来”战略,继续以丰富的产品、尊崇的服务、卓越的体验满足并超越客户期待,凭借强大的创新力洞见未来,为推动美好的未来出行作出贡献。



新e代福瑞迪

会说话的互联网轿车



新e代福瑞迪

一言一行

会说话的互联网轿车
——新e代福瑞迪，为您开启车联网时代新生活。
互联：智能互联系统，言谈间轻松实现人、车、网络三方联动。
互容：宽敞舒适内部空间，为驾乘、储物提供更多包容空间。
互利：ISG发动机启停科技，实现车耗与油耗同步降低的互利模式。
新e代福瑞迪，带给您智能、便捷、舒适的全新驾驶体验。



宽敞驾乘空间



车身稳定控制系统(ESC)



智能互联系统



ISG发动机智能启停系统
1.6MT: 5.3(ISG)

KIA 东风悦达·起亚

Baidu 百度 | apollo