



QQ 报料:599179009
总第 89 期

浙江车界

1月号刊

2018.1.24 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

凯美瑞 中国车坛的常青树 ——写在广汽丰田全新第八代凯美瑞上市之际



浙江车界

■ 范玲玲

人们习惯用“昙花一现”来比喻某种短暂现象，也习惯用“常青树”来形容生命力旺盛的产品。十年来，广汽丰田凯美瑞，在竞争激烈、高手林立的国内中高级车市，再一次用优异的市场表现和真实的销量数据，证明了自己是中国车坛生命力旺盛的“常青树”。

一飞冲天众人仰

似乎是一种偶然，更似乎是一种巧合，十年前，广汽丰田凯美瑞的“问世”，就预示着国内中高级车市将出现诸多的与众不同。

蔚蓝的晴空下，一架标有凯美瑞的专机腾空而起。那高昂的机头，那熠熠生辉的机身，那夺人眼球的“TOYOTA”商标，令众人移不开眼。

很显然，和之前的许多汽车品牌上市形式不同，凯美瑞的上市独具匠心，富蕴深意：在广袤无垠的神州大地，在车流如梭的中国车市，凯美瑞像腾空而起的雄鹰，搏击长空，傲视群雄，一览众山小。

一位知名浙商曾说过：一个良好的开端，往往预示着一个成功的到来。

这话似乎是专为凯美瑞而说的。

从2006年6月份上市，到2018年1月份，在这漫长的十年间，广汽丰田凯美瑞在硝烟四起、竞争激烈的国内中高级车市上力挫群雄，愈战愈勇，凭着美观大气的外型、配置齐全的内饰、令人心动的价格及布局完善的售后服务体系，一举创下连续几十个月获得中高级车市销量第一的业界奇迹。

高起点、大手笔、深寓意。凯美瑞神话由此诞生。

一款车型闯市场

童年时爱看小人书，常常乐此不疲。记忆中，挥之不去的总是勇士力战群雄的场景。

遐想中，凯美瑞应该就是当今车市力战群雄的勇士。

十年前，凯美瑞面世之际，正是品牌汽车群雄蜂起之时。

经历了2005年下半年的车市寒流，2006年国内的

中高级车市犹如复苏的春天，各个品牌百花齐放，各类车型争奇斗艳，消费者的消费观念渐由盲目消费转向理性消费。

这一切，都预示着国内中高级车市一场更深层次的竞争已经来临。

广汽丰田凯美瑞就在此时进入了这一竞争圈。它所面对的，是一大批羽翼已丰、各有所长的竞争对手。

论资历，上海大众、一汽大众、东风雪铁龙等诸多品牌都有数十年的销售历史。论影响，一汽丰田、东风日产、北京现代等诸多品牌都有着深厚的民间积淀。论车型，哪一个竞争对手都拥有两款或两款以上的竞争车型。论地盘，南有上海大众驻扎，北有一汽大众抢占。论价位，前有奥迪、宝马、雷克萨斯等横刀挡驾，后有速腾、凯旋、花冠等挥戈紧逼，周围还有帕萨特领驭、雅阁、马6、天籁等围追堵截。

惟独凯美瑞，一个品牌一款车，单枪匹马闯市场。

面对横空出世的广汽丰田凯美瑞，众多竞争对手为了保住自己的市场份额和营销地盘，纷纷使出一道道欲扼杀对方于摇篮之中的“杀手锏”：有的品牌打出增配不增价的旗号，有的品牌推出各种优惠促销，有的品牌则干脆立即下调售价。

凯美瑞毕竟是凯美瑞，初生牛犊不畏虎，从容应对，轻松解围。

据悉，十年前，凯美瑞刚在国内上市，全国的订购量已逾2.5万辆，预付定金客户也逾1.3万。

高手过招，不见刀光剑影，却是胜败已分。

凯美瑞初试锋芒，便令众多对手自叹不如。

如今，弹指一挥间，十年过去了。许多当年叱咤风云、不可一世的品牌车型，早已是销声匿迹、无处寻觅；也有不少当年辉煌一时、销量火爆的畅销车型，也已是日落西山、度日维艰。

而凯美瑞却依然是光彩逼人，风光依旧。

一枝独秀压群芳

作为业界“常青树”，十年来，广汽丰田凯美瑞在中国车坛引发的冲击波，不仅令人有目共睹，更使业界赞叹不已。

在你死我活、竞争激烈的中高级车市，广汽丰田凯美瑞缘何能凭着一个品牌一款车型，技压群芳、脱颖而出？

这是一个看似简单实则深奥的问题。

我曾从浙江杭州两位资深的凯美瑞经销商老总那里，得到了这一问题的答案：品牌影响力、顾客满意度。

这事发生在凯美瑞上市前夕。

杭州一位久未谋面的朋友，一天突然打电话给我，要求帮忙预订一辆凯美瑞。这位老兄是搞土方工程的，走南闯北很需要一辆像样的车。据我所知，他一年多前就想卖掉富康换好车了，怎么至今还没换？我告诉他，凯美瑞上市还要一个多月，何况刚上市时现车一时还拿不到，需先付5万元定金，最快也得等三五个月才能提到车。外面20多万元的中高级车这么多，任凭挑选，何必非要购买凯美瑞呢？

听了我的话，这位老兄急了，电话里冲着我吼：“亏你还是跑汽车线的记者。凯美瑞就是丰田的王牌，这款车在国外可畅销了。我就是为了等这款车才拖到现在换车的。”在我的介绍下，他翌日一早就提着5万元定金，去杭城元通城北店预订了一辆22万多的凯美瑞。

半年后，在一次聚会上碰到了这位朋友。我问他凯美瑞感觉如何？由于人声嘈杂，他竖起大拇指，很调皮地说了句：Very good。

有位著名作家说过：数字是枯燥的，概念是呆板的，惟有细节是生动感人的。

竖起大拇指——Very good。

这细节真好。

有关数据，则又为这一细节作出了严谨的注释：丰田凯美瑞轿车推出30年来一直畅销不衰，全球累计销量已超过2000万辆。进入中国十年以来，更是给国内中高级轿车市场带来了近162万辆的增量。

一如既往“常青树”

众口难调。说的是再好的厨师烧出的菜肴，也难以满足众人的嗜好。

一只菜肴尚且如此，一辆汽车必然更有讲究。

泱泱大国，数亿汽车消费者，文化修养、个人素质、审美观念及兴趣爱好迥然不同，选车的角度也必然大不



浙江车界

相同。一辆车20多万元，且又是耐用消费品，不论谁，必然要求车型、配置、驾驭感、舒适度及安全性样样都十分满意，才肯下单。

因此，无论从哪方面看，汽车都要比菜肴更加众口难调。

然而，就是这令诸多品牌厂家颇为头痛的“众口难调”，凯美瑞却凭着一款车型做到了，而且做得很出色。

这里有一个信手拈来的例子。说信手，是因为此类例子实在太多太多。

前几天，我接到电力系统一位朋友的电话，说是让我帮她参考一下20来万的轿车究竟买什么？我根据她的要求推荐了几款我省市场上的畅销车型。临了，还特意郑重地补上一句：多去4S店看看再作决定。

两天后，她打来电话，说这几天她和先生马不停蹄地跑了杭城石祥路及艮山东路上的4S店，很仔细地比较了我推荐的那几款车型。虽说这些车都很有特色，但最终她和她先生还是认为全新第八代凯美瑞最适合他们家庭，大气、美观、舒适、安全，性价比也高。

当天下午，她就去杭城绍兴路上的浙江全通凯美瑞专卖店买了心仪的车。

这事就发生在本月上旬，发生在全新第八代凯美瑞上市后的两周内。

我之所以要在此浓墨重彩再三叙述，无非是想提醒人们注意2006年年中到2008年年初这段对中国汽车市场来说，颇显特殊的时间段：这是中高级车市新品层出不穷、新车琳琅满目之时，这是众多汽车消费者消费理念日趋成熟、对汽车选购愈来愈挑剔之时，这也是面对随拣随挑的众多汽车品牌，现代人们的审美视觉最容易产生疲惫感之时，同时，这更是国内众多自主品牌车企羽翼渐丰，大举向合资品牌攻城掠地之际。

然而，事实证明，十年了，广汽丰田凯美瑞在国人眼里并没有丝毫褪色，仍然光彩夺目，魅力依旧。

毫无疑问，凯美瑞业界“常青树”的神话，还将在江南大地延续下去！



浙江车界



诠释新豪华艺术

全新雷克萨斯 LS、LC 惊艳上海滩



■ 杨丽媛

1月11日,LEXUS雷克萨斯两大全新旗舰车型:旗舰级豪华轿车全新雷克萨斯LS及旗舰级豪华GT轿跑全新雷克萨斯LC在上海西岸艺术中心正式上市。凭借无所畏惧的设计、独具匠心的工艺、超乎想象的科技和令人心潮澎湃的性能,LEXUS雷克萨斯全新双旗舰呈现出独树一帜的艺术魅力,为新时代的豪华注入更具质感、品位与温度的内涵。

全新LS共推出6款车型:LS 350卓越版、LS 350豪华版、LS 500h卓越版、LS 500h F SPORT、LS 500h豪华版、LS 500h行政版,建议零售价人民币88.8万元~128.8万元。全新LC共推出3款车型:LC 500h、LC 500h运动版、LC 500h上市特别版,建议零售价人民币126.8万元~138.6万元。

丰田汽车(中国)投资有限公司董事长兼总经理小林一弘表示:“自诞生之日起,不断挑战与超越即是LEXUS雷克萨斯品牌的基因。而今,LEXUS雷克萨斯已赢得了逾70万中国用户的认可,与用户的情感联结始终驱动我们不断前行。今天,以全新双旗舰为原点,LEXUS雷克萨斯迈入了全新篇章,凭借设计、科技等全方位的进化,我们将为消费者带来更富情感体验的新豪华生活方式。”

以独具艺术魅力的设计 再现东方美学文化的“意”

LEXUS雷克萨斯不仅追求具象的精妙,更加注重气韵的传神,将东方美学底蕴之“写意”融进汽车设计,以富于艺术气息的舒适意境为每一段旅程注入美与温暖。秉承关注使用者情感体验的初心,LEXUS雷克萨斯全新双旗舰将创新、科技、工艺、传统等不同元素进行精妙结合,演绎豪华的艺术。

在全新LS上,匠心工艺在前沿科技和非凡创意的结合之下,以淡泊素雅的“写意”风范,呈现出凝聚时光之美。以源自江户时代的“切子”玻璃工艺为灵感,打造随光线变化而折射不同光彩的“凌光切子”内室饰板;汲取传统折纸艺术灵感,展现具有立体纹理的“鹤羽折布”内室车门装饰;以及运用日本传统薄木切片工艺创造的天然艺术内室饰板等等,为驾乘注入丰富的情感体验。

在豪华GT轿跑全新LC上,“写意”设计则更加热烈奔放,不仅外观设计高度还原概念车LF-LC,内室设计也更满足消费者对情感与个性的需求。凭借仿生学技术,全新LC再现了大自然中蓝色闪蝶的生动色调,创造出更高饱和度的、耀眼的闪蝶蓝车身颜色。而源于海上日出的晨曦蓝内饰色,则利用橙白蓝三色大胆对撞,创造出充满创新性与想象力的视觉冲击之美,为用户带来触动心灵的新时代豪华艺术享受。

以至诚之心的待客之道 展现对人关怀与尊重的“礼”

以驾乘者为中心,全新双旗舰将充满平静与安宁的



以激情与优雅美妙融合 诠释科技泰而不骄的“谦”

“家的温度”融进豪华座驾之中,为用户营造出心意相通的感性体验。所谓“此心安处是吾乡”,这也正是LEXUS雷克萨斯全新双旗舰所恪守的待客之“礼”。

车门开启,温润如“行灯”般的车内氛围照明系统徐徐点亮,全新LS以光而不耀的暖意呈现归家的温馨。此外,全新LS的右后座还拥有最大48度可调节倾角角度的Ottoman行政座椅,乘客可以轻松地开启每段旅程。当乘客下车时,Ottoman行政座椅的靠背还具备座椅复位的特别设计,让乘客能够更加轻松和优雅地下车。有异曲同工之妙的是,为了打造豪华GT轿跑优美且舒适的座椅,全新LC团队历时两年时间、经过50个原型座椅试验后,最终成就了理想的座椅设计,保证驾乘者能基于“自我调整”的概念达到高效的契合和称心的舒适。

以激情与优雅美妙融合 诠释科技泰而不骄的“谦”

礼以待人,“谦”以自处。全新双旗舰将科技转化为驾乘体验的艺术,平衡力量与谦和,呈现出张弛有道、收放自如的豪华旗舰气度。

作为首款搭载10速自动变速器的旗舰级豪华轿车,LS 350将平顺与性能高效融合。3.5L V6发动机的强劲动力配合10速自动变速器富于韵律的换挡节奏,营造了质感出众的驾乘体验。而LS 500h所搭载的多级全混动科技,综合输出功率高达359马力,百公里加速仅需5.4秒,在刷新混合动力技术性能极限的同时,也对能效和环境有所担当。

体察入微的平顺,也蕴含“谦”之美。基于LEXUS雷克萨斯豪华后驱平台GA-L打造的全新LC,在降低整车重心的同时,大幅改进驾驶位置,呈现了几近完美的驾驶布局和重量分布。借助GA-L平台优势,对全新多连杆悬架结构进行了精细的调整,加上超越传奇跑车LFA的车身抗扭刚性,全新LC实现了操控性极佳的车身动态性能和精确的线性响应,进一步为消费者带来优雅与激情兼具的豪华GT轿跑驾乘体验。

LEXUS雷克萨斯中国市场推广部部长陈忱在活动现场表示:“心怀对人的尊重与关怀,我们想要传递的是‘豪华的艺术’,即让驾乘者在鉴赏美的同时,也能享受温暖和富有艺术气息的舒适意境。作为开启LEXUS雷克萨斯全新品牌篇章的旗舰车型,全新LS和LC希望用东方美学的写‘意’,以心至诚的待客之‘礼’,和光而不耀的君子之‘谦’,陪伴秉承同样价值观和生活哲学的用户一起,探享更多人生旅程的艺术。”

随着全新品牌口号“领未见·探非凡”的发布,2017年,LEXUS雷克萨斯掀开了全新品牌发展的篇章。凭借日益深入人心的品牌魅力、不断攀升的产品力、始终超越期待的标杆式豪华服务品质等全价值链的升级,LEXUS雷克萨斯在中国市场实现了稳健而突出的表现。新年伊始,以全新LS、LC为起点,LEXUS雷克萨斯将以更精进的步伐,为深具远见与品位的“探享家”呈现新时代的豪华艺术。





版式设计 阳阳
责任编辑 孙望楠

知豆宁海基地“智造”硕果初现 总装首车正式下线



■ 段小波

“制造业是国民经济的主体，是立国之本、兴国之器、强国之基……世界强国的兴衰史和中华民族的奋斗史一再证明，没有强大的制造业，就没有国家和民族的强盛。”这是《中国制造 2025》的开篇之言。从蒸汽时代到电气时代，再到如今的计算机互联网时代，三次工业革命过后，制造业的重塑，改变的不仅仅是人们生产生活方式，还关系到国家命运和世界格局。

在“互联网+”的大背景下，如何实现制造变革，成为整个中国前行路上绕不过去的话题。而“智造”无疑是当下中国整个制造产业的主攻方向，华为、南车等一批“智造”名企成为了代表中国的最新名片。

1月11日，浙江宁波滨海新区，知豆宁海基地首车下线仪式的举行，使“中国智造”的身影再次走入大众的视野，知豆作为中国新能源汽车微行领域的核心品牌，也再度成为大众瞩目的焦点。

汗水与梦想交织的十二年

活动当天，在政府领导、行业专家、产供销链代表以及研发技术人员的共同见证下，知豆宁海基地首车

知豆 D3 正式下线，开启了宁波新能源汽车产业集群创新基地的“智造”新纪元。

从 2006 年偏居一隅成立“城市微行纯电动车项目组”，以“菜鸟”身份试水新能源汽车产业，到如今以知豆宁波总部基地为核心，拥有四大产业基地、五大研发中心，布局 88 个城市，销售网络遍布 226 个地级市，成为中国新能源汽车微行领域的领航者和产业中坚力量，此时的知豆已经走过了十二年的成长岁月，以一场精彩的下线仪式向世人宣告了自己的成长。

此次的首车下线，标志着知豆的“智造”能力再上一个新台阶，标志着宁波滨海新区离世界微行之都的梦想又近了一步，更标志着中国的绿色微行之路又多了一条重要干线。未来，“微行模式”将以宁波滨海新区为起点，扬帆远航，向世界输出充满中国特色的“城市出行解决之道”。

“智造”成就未来 知豆迎来爆发新契机

作为知豆电动汽车最先进的基地之一，知豆宁海基地立足工业 4.0，全力打造智能化、绿色化、高端化、品质化的现代车间，通过 LES、SAP、MES、QIS 等先进智能信息系统管控，为精益生产提供支持。据了解，知

豆宁海基地占地面积 29 万多平方米、建筑面积 12 万多平方米，规划有焊装、涂装、总装、电池 PACK 四大工艺，产能 10 万台。

知豆宁海基地全面实现与国际技术接轨，拥有诸多国际领先设备：德国 SEW 公司 skillet 专用控制器控制的可升降式宽板，结合人机工程学可达到高柔性化装配，满足生产需求的同时充分体现企业对员工的人文关怀；美国英格索兰带数据传输伺服电枪，确保整车关键零件扭矩 100% 合格，营造安静高效总装；日本安川机器人实现玻璃自动涂胶、安装以及座椅全自动入仓；德国 ISRA 视觉识别系统精准定位，自动完成玻璃安装；多台 AGV 设备的应用让生产效率成倍提升。领先的技术、先进的设备与长远的发展眼光，知豆宁海基地无疑已成为宁波滨海新区最瞩目的“星企”之一。

对于知豆而言，宁海基地的落成无疑将全面提升知豆电动汽车在技术水平、品牌建设、运营管理及品质保障等诸多方面的实力，同时也将为知豆全球战略的实施和发展不断输出新的活力。

而对中国而言，随着越来越多带着“中国智造”印记的产品在国际上声名鹊起，越来越多的“中国智造”企业在国际上稳步、坚定前行，真正属于中国的那个时代已经不远了。





全新第八代凯美瑞到店上市

全国累计订单接近 3 万



■ 王心月

1月6日，广汽丰田全新第八代凯美瑞在全国正式到店上市。作为TNGA中国首款战略轿车，全新第八代凯美瑞以不同以往的炫酷造型、驾驶乐趣和安全性能深受消费者青睐。在2017年11月16日发布后，短短一个多月的时间，全新第八代凯美瑞的订单量已经接近3万台，引领中高级轿车市场复兴浪潮。

全新第八代凯美瑞搭载2.5L、2.5L HEV、2.0L三大动力总成，以凯美瑞、凯美瑞运动及凯美瑞双擎三大产品系列，全方位满足不同年龄层次消费者的多元化需求，全系列产品市场建议指导价为17.98万~27.98万元。

同时，广汽丰田为全新第八代凯美瑞双擎推出“电池无忧计划”，在混合动力电池“8年或20万公里”质保基础上，再免费提供“不限年限、不限里程”电池延保。

经典延续 再现“凯美瑞速度”

自1982年问世以来，凯美瑞在全球100多个国家获得2000万车主的认可和信赖，被誉为“中高级轿车之王”。2006年国产以来，广汽丰田凯美瑞更是凭借全面均衡的产品力创造了引人瞩目的“凯美瑞速度”，11年来累计销量超过162万台。

全新第八代凯美瑞采用豪华、运动双造型设计，并引入丰田TNGA重要成果、全新开发的2.5L Dynamic Force Engine直列四缸发动机，启用全新开发的麦弗逊式独立前悬挂、双叉臂式独立后悬挂，以及最新的Toyota Safety Sense智行安全（丰田规避碰撞辅助套装）。同时，全新第八代凯美瑞以最具诚意的定价，在中高级轿

车阵营重新树立价值标杆。

全新第八代凯美瑞装备大幅升级，而主力车型价格相比第七代还略有下降；其中第八代凯美瑞混合动力双擎2.5HG车型比老款售价下调2万元，科技与安全装备却更加全面；2.5L车型全系标配10个安全气囊、Toyota Safety Sense智行安全套装、EPB电子驻车系统、三屏联动智能显示等，丰富配置可与豪华车媲美。

凭借TNGA“丰田新全球架构”带来的高价值，全新第八代凯美瑞再一次重现了“凯美瑞速度”，发布1个多月，订单接近3万台，其中2.5L排量车型（含混合动力双擎）占比接近70%，混合动力双擎订单占比达到20%；同时，凯美瑞运动系列需求强劲，开拓运动型轿车新细分市场。随着新车全面到店发售，预计销量将进一步走高。

豪华质感 首次搭载三屏联动系统

全新第八代凯美瑞由“感性·灵动”设计理念塑造，拥有低重心、宽尺寸的车身比例。它采用双造型设计，豪华版性感大气，运动版炫酷动感，运动版首次采用双色车身设计和激情红内饰，大胆塑造中高端运动型轿车形象。凯美瑞双擎系列以豪华版为基础，通过浅蓝色的前、后灯凸显先进科技感。

第八代凯美瑞炫酷的造型并不以牺牲空间为代价，内部空间更为宽裕舒适。特别是混动车型将原本位于后备箱的电池组安置于后座座椅下面，实现了和汽油版车型一样的后备箱容积。

全新第八代凯美瑞环绕型座舱处处彰显“以驾驶者为中心”的理念，中控台呈现优美的Y型曲线，打破传统T型设计，前排10向电动调节座椅采用立体运动造型，宽厚坐垫提供出色的乘坐舒适性和保持性。仪表装饰板和控制台装饰板上首次采用三次元表面加饰工艺，触感光滑平整，视觉上却有三维立体效果。

三屏联动智能显示系统更是点睛之作，包括10英寸彩色HUD平视显示系统、8英寸彩色中控触屏、7英寸仪表盘液晶屏，彰显强烈的未来科技感，并提高行车安全性。这也是丰田首次在国内车型搭载三屏联动系统。

人车一体 TNGA 动力总成提升驾趣

所谓“千金难买低重心”。全新第八代凯美瑞车身重心降低了整整20毫米，这一关键变革为塑造人车一体的驾驶乐趣奠定了根底。重心降低提升了车辆行驶的稳

定性，宽轮距提升了贴地性。

同时，全新第八代凯美瑞车身超高强度钢和高强度钢使用比例超过94%，并在车身骨架主要部位运用1500Mpa热成型钢，抗扭刚性大幅提高了30%以上。高刚性车身实现人车一体的自信驾控，在高速行驶和变线时具有出色的稳定性，驾控响应速度更快。

全新开发的2.5L Dynamic Force Engine直列四缸发动机是TNGA的重要成果之一，采用了大量尖端科技，实现了高性能、高燃油经济性和低排放的高度融合。它的热效率达到40%，百公里综合工况油耗仅为6.0L。与之搭配的全新Direct Shift-8AT变速箱，可实现接近全域锁止，带来直接顺畅的加速感受。

第八代凯美瑞双擎采用新开发的THS II混合动力系统，能输出160kW的最大综合功率，而百公里综合工况油耗仅为4.1L，发动机热效率提升至41%；匹配新一代平行式E-CVT电子无级变速箱，加速性能超越传统燃油车。

第八代凯美瑞使用全新开发的麦弗逊式独立前悬架、双叉臂式独立后悬架，在保持舒适性基础上，大幅提升了高速过弯的操控稳定性。新车还采用和雷克萨斯设计理念相同的高精度齿条电动助力转向系统，实现了紧致、精确的转向质感。此外，第八代凯美瑞采用高灵敏度制动系统，大幅提升制动力度的精准度与响应的即时性。

新GOA车身搭载Toyota Safety Sense智行安全，新第八代凯美瑞拥有卓越的安全性能。前不久，在严苛的IIHS（美国公路安全保险协会）碰撞测试中，北美版



2018凯美瑞斩获“Top Safety Pick+”（顶级安全+）成绩。广汽丰田第八代凯美瑞采用和北美版同样规格的新GOA车身，具有高吸收能力的车身结构以及高强度的座舱。新的GOA车身不仅能确保在正面碰撞时保持优秀安全水平，并超前应对25%小偏置（副驾驶席）碰撞。此外，全新第八代凯美瑞还全系标配十个安全气囊以提升被动安全性能。

在主动安全方面，全新第八代凯美瑞搭载Toyota Safety Sense智行安全（丰田规避碰撞辅助套装），包括PCS预碰撞安全系统、LDA车道偏离警示系统、AHB自动调节远光灯系统和DRCC动态雷达巡航控制系统，通过先进的毫米波雷达和摄像机传感器协助配合，提供更安全的驾驶辅助。

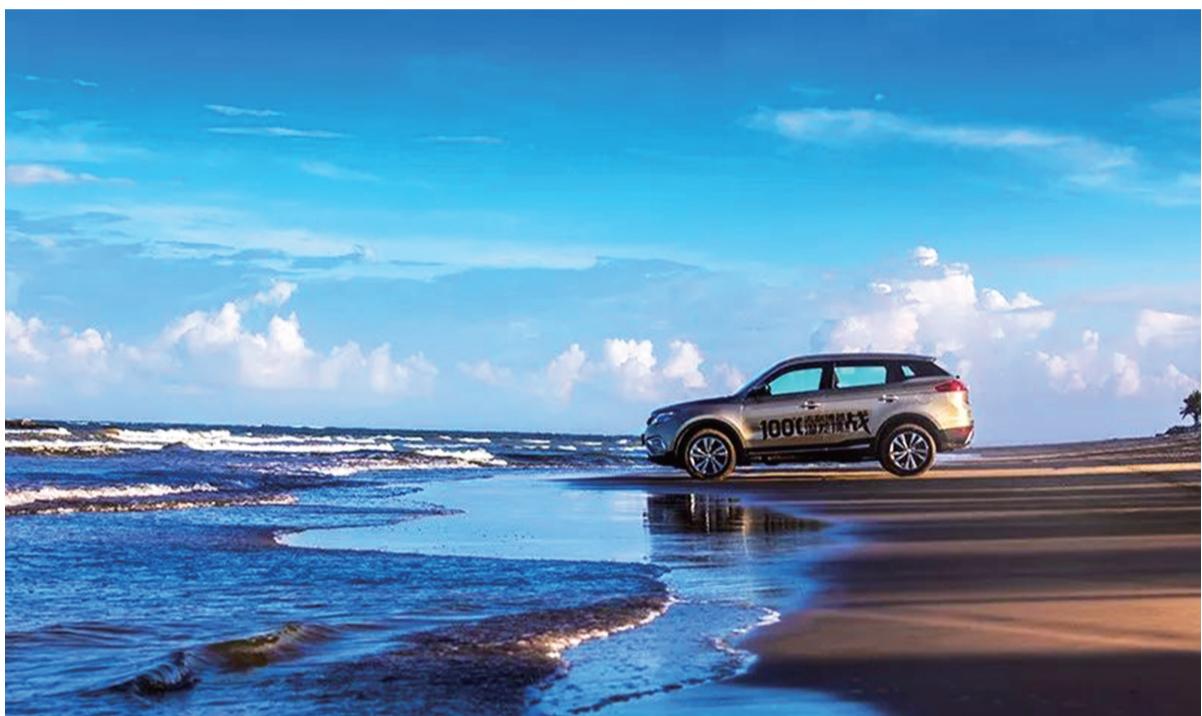
“更好的凯美瑞，献给更好的新时代！”广汽丰田总经理鱼住吉博表示，“以前的凯美瑞均衡舒适，让人越开越喜欢；而第八代凯美瑞不仅追求优异的性能价值，更追求直抵人心的感性价值，让人看一眼就想开，开一次就会非常喜欢。”





版式设计 阳阳
责任编辑 孙望楠

为什么说博越月销连破三万更为可怕？



■ 晓镇

最新销量数据显示，吉利博越去年12月份销量达到31205辆，同比增长53.1%，再创历史新高，连续三个月销量突破3万辆；去年1至12月，博越共计卖出了286885辆，同比增长163%。

还有比博越月销量连续破3万更震撼、更可怕的东西？

让我们从头说起。

2017年已离我们而去，盘点之际我们发现，SUV销量增速明显低于以往，市场厮杀已开始略显疲态。而吉利SUV产品中的博越异军突起，后劲十足，这款产品究竟有何可怕之处？

据了解，2017年我国乘用车销量增幅仅为3.6%，乘用车市场中依然只有SUV市场保持了正增速，这样下去，保不齐到了2018年底，各路诸侯高歌猛进对赌中原的SUV车型战略，极有可能遭遇前所未有的销量天花板。高度同质化的SUV市场当中，在残酷的马太效应推动下，极有可能出现更加两极分化的壮观场景：这边厢门可罗雀、关门大吉，那边厢一车难求、排队加价。换句话说，谁要是再指望随便推出一款SUV就能热销，估计会摔得很难看。而加剧此类现象的砝码，则是消费者眼中越来越重视的产品力。

是的，产品力。不知不觉间，SUV消费理念的重心早已向这三个字倾斜。产品力准备不足的代价，就是在产品的销售周期当中不断爆出质量问题的投诉，进而导致品牌的口碑被不断蚕食。毕竟是网络时代，封锁消息的老套路不灵了，再傲娇的品牌也要随时准备为产品力问题而老老实实低头认错。

所以，如果说部分品牌老旧平台的SUV问题不断暴露的这几年，就是国内乘用车市场逐渐恢复理性的这几年，倒也顺理成章。

怎样叫恢复理性？晓镇认为，卖点权衡的动摇和迁移，是市场开始恢复理性的信号之一。

设计说话：正义呼唤颜值

优秀的产品力当中，闪亮的颜值一定不可或缺。如何在同质化竞争的SUV红海中脱颖而出？以去年SUV市场上表现优秀的吉利博越为例，从诞生之前的不被看好，到后期销量的全线“井喷”，我们实在好奇，这位中国SUV市场月销量榜单前五的“钉子户”究竟有怎样的心得？

一般说来，出色的工业设计是消费者考察的第一卖点，而且成熟的设计理念往往显示着产品背后拥有一支成熟的设计团队。吉利在全球拥有四所设计中心，分别位于中国上海、瑞典哥德堡、西班牙巴塞罗那以及美国洛杉矶。300多名来自全球各地的设计师通力协作，助力实力雄厚的吉利品牌不惜为工业设计先人一步的大胆投入，这也就不难解释，为何博越一经投放市场便引起了的现象级的轰动效应。

设计语言，是思想的一种表达方式。而中国人对深沉的哲学思想格外偏爱。博越的设计语言不仅表达了SUV车型独有的力量感，同时还用象征规则和秩序的家族式设计语法一以贯之。博越上表现出色的水滴涟漪格栅，配合象征SUV动感的猎豹腰线、尾部，就严格贯彻了这样的思路。内饰辅以近年来流行的轻奢理念，细节之处，更显精致。不得不说，豪华车设计大师彼得·霍布里为主品牌的设计市场带来了结合中国传统美学的典范之作。

另一方面，作为吉利汽车的首款3.0代SUV，博越销量能够突出重围、逆袭上涨，并不仅仅是依靠颜值取胜那么简单。相比竞争对手，博越不仅在动力和操控表现方面不输同侪，还在配置、设计和性价比方面均达到了越级的水准。

技术收购：资本必由之路

想要在产品力上超越同级，战略布局至关重要。就像iPhoneX首先推出的人脸识别，人们渐渐回想起五六年前，苹果密集收购那些面部识别公司的科技新闻一样，回望吉利一路的轨迹，不难发现其资本运作的模式早已和国际成熟品牌别无二致。早在2009年，吉利就已收购澳大利亚自动变速器公司(DSI)，先人一步地布局了成熟的变速箱技术，让博越“一出生”就搭载了同级别国产车型中首屈一指的变速箱。

博越匹配自家1.8T发动机以后，带来了接近大排量自然吸气发动机的平顺体验，配合静谧的NVH处理和上佳的底盘滤震，这样的产品体验不仅在自主品牌SUV当中首屈一指，也无惧与合资品牌产品一较高下。

另外，作为首款配备城市预碰撞安全系统的自主品牌SUV，博越的智能安全同样可圈可点。在吉利汽车收购沃尔沃之后，旗下产品的安全技术不断提升，这

固然有自身研发技术的提升，但也离不开在安全技术方面与沃尔沃的交流和借鉴。因此，作为获得沃尔沃技术鼎力支持的博越，其安全打造与吉利对沃尔沃品牌及专利的收购不无关系。吉利汽车将沃尔沃成熟、先进、稳定的汽车安全技术移植到博越身上，让博越的汽车安全水准提升到足以与合资品牌并肩的程度，安全性能也成为博越最耀眼的“DNA”：智能自适应巡航系统可自动调节与前车距离，在突遇前车减速或急停情况下，能够有效降低行车途中碰撞的风险，保证行车安全；LDW主动偏航警示系统有效降低了因驾驶员疲劳或分心造成的风险；360°随动3D全景影像可以在车内中控台视频中360°监测全车周围环境，降低停车的风险，对新手驾驶员来说，驾驶环境的友好程度令人放心。资本布局的先人一步，也让吉利在消费者越来越在意的安全方面始终领先多数对手。

一言蔽之：取胜没有捷径

设计、动力、操控、安全，在未来市场的红海当中，都将成为用来比拼的实力内涵。但强大的产品实力并不意味着简单的技术拼凑和整合，还意味着资本战略的大胆投入、不厌其烦的调教积累，和十几年如一日的

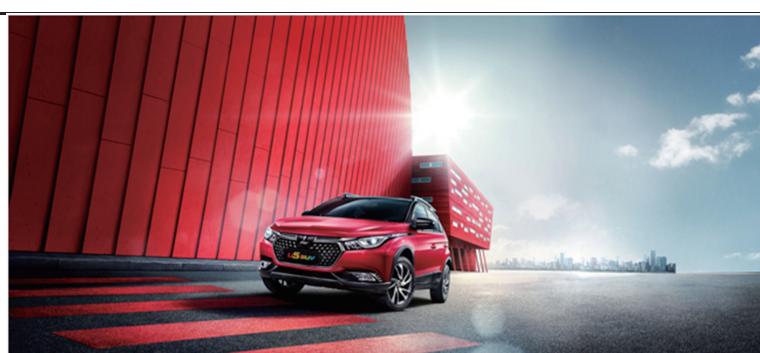


品牌耕耘。不过，这难道不是常态吗？成功背后的结论常常令人失望，但这样对成功更加公平。

用设计拉近距离，用资本吸收技术，用产品巩固销量，用研发铸就实力。不得不说，在现有自主品牌的未来发展方向当中，吉利对主销产品的产品力的保持，对卖点的把握，对市场需求的拿捏，一直都是比较“对路”的，所以博越的市场潜力才越来越凶猛地释放出来。这留给人们对博越未来走向更大的想象空间。博越的真正可怕之处，也在这里。

茫茫红海，2018年车市群雄SUV赌局胜者为谁，目前尚未能定论。但可以确定的是，专注于沧桑的冷板凳有多凉，收获于销量的镁光灯就有多热。这一点，想必经历过100℃温差考验的吉利博越，心里最为有数。





打开“智慧之眼”

深度解析纳智捷 U5 SUV 底盘透视影像功能



■ 艳敏 玉昆

随着汽车智能化的趋近，不断涌现的创新成果被融入到车辆设计当中。对于90后这一批年轻群体而言，潮流性、时尚性与智慧功能性是他们选择自己人生第一台车关注的焦点。刚刚上市的以酷尚外观、潮黑科技、炫奇配置著称的纳智捷U5 SUV，引入全球首创的AR View+全景影像系统，并搭载独有的底盘透视影像功能，立刻成为当下爆款。今日，我们将解密其独有的AR See-through View+底盘透视影像功能。

对于大多数新手而言，上路时自然不及一些“老司机”游刃有余，在驾驶中必须时刻关注路面行车情况，还要警惕意外发生，颇感费神。尽管目前市面车型中配备了较为丰富的驾驶辅助系统，但仍需要驾驶员作为主体判断介入。

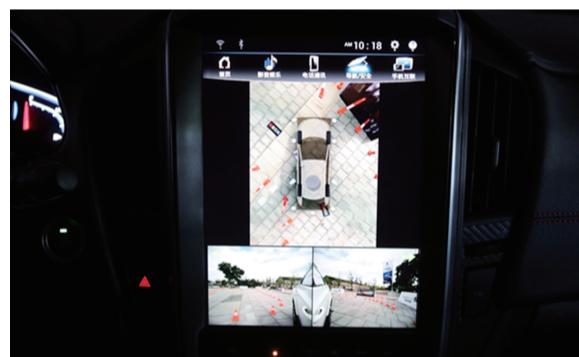
得益于AR View+全景影像系统强大功能，纳智捷

U5视觉体验得以全面延伸。纳智捷将宝马5系、丰田普拉多等豪华车型配备的透明底盘技术引入到该款车型中，结合纳智捷独有的创新智慧研发，推出全新AR See-through View+底盘透视影像功能，该功能的特点在于，当车辆在时速25km/h以下时，系统能够迅速捕捉路面状态。日常行车中在小区狭窄道路进出时最容易使人困扰，往往无法上下兼顾。遇到道路维护不好的时候，诸如坚硬突起的地砖、没盖严的井盖等都会对底盘及轮胎构成潜在威胁。由于AR See-through View+底盘透视影像功能的特点，可以让驾驶员的视角上下兼顾，即便遇到不堪的道路状况，依然可以通过视觉反馈引导从容驾驶。另外，在小区的小动物们往往会在泊车位的底盘下寻到一片避风港，但在开车前，视角多半都集中在出车位前后，底盘则很少关注，通过该系统即可在12寸大屏上及时发现躲在底盘下面的小动物，拯救一条可爱的生命，让自己的成就感瞬间爆棚。

在路面泊车时，由于视角受限或遗忘，经常会忽视车身两侧的来车情况。而被誉为“通天眼”开门防撞影像的功能设置，拥有暖男般的贴心，车辆熄火30秒后，自动在12寸大屏上显示车身两侧画面，下车前及时提示纳智捷U5 SUV的驾驶者与乘坐者后方来车情况，细致贴心的安全设置考虑得十分周到。尤其透明底盘配置和环景影像系统对于新手司机来说帮助很大，不管是起步、停车还是在复杂路况下行驶，都能在大屏之上一览无余，躲避危险，给驾驶者另外一双眼睛。

随着纳智捷U5 SUV走入年轻市场，纳智捷品牌以诚意之心，为SUV市场再献佳作。据业内专家表示，作为东风裕隆“510计划”的首款焕新之作——纳智捷U5 SUV为小型SUV市场带来全新气息，开创了自主品牌SUV智慧科技的里程碑。同时，纳智捷U5 SUV AR See-through View+底盘透视影像功能是AR智慧影像技术创新应用的呈现，也是对“预先设想、超越期待”品牌理念的积极践行。

纳智捷U5 SUV这款诚意之作，充分体现了纳智捷品牌焕新后决胜年轻市场的决心与意志，以AR View+前瞻性创新技术的应用，不仅让纳智捷U5 SUV博得更多90后都市年轻消费群体的青睐，更开创了自主品牌SUV智慧科技的里程碑，标志全新时代的到来。



还在为上下班高峰拥堵烦恼？雷凌双擎为你解忧 13.98万起，即享“电池无忧计划”



为什么选择雷凌双擎作为“爱驾”？

当身边的同事、朋友问何先生为何选择雷凌双擎时，他坦诚地说：“首先，丰田先进的混合动力技术能够很好地代表我作为资深科技控的身份形象，这一点是其他很多车型都无法比拟的；其次，只要花14万元就可以买到有口皆碑的丰田品牌的高技术车型，我觉得这是超值的！关键是厂家对雷凌双擎混合动力电池有足够的自信，特别推出了‘电池无忧计划’，即在原本混动电池8年或20万公里的质保基础上，厂家再掏钱为消费者购买了‘不限年限、不限里程’的电池免费延保保障，这个售后政策很贴心，很赞！”

人世界’模式。”

雷凌双擎既给我长面子，也让人十分省心！

说起爱车雷凌双擎，何先生竖起大拇指赞不绝口。一方面，他非常享受丰田混合动力技术带来的独特优越感。“很多次开车出去和朋友聚会，大家都说我选雷凌双擎这样既环保、又具有技术先进性的车很有眼光，一下子感觉自己在朋友圈子里的地位和形象都提高了。”何先生自豪地说。而且这车开起来无需改变驾驶习惯，这点很不错！

对于雷凌双擎的油耗，何先生也非常满意，他一边估算着，一边跟我们分享了这笔省心“账”：“官方公布雷凌双擎的综合工况油耗是百公里4.2L，但像我这样的技术男没事就喜欢琢磨开车省油的小窍门，实际开起来也就4L左右。在油费上，雷凌双擎就比朋友开的同排量的汽油车要节省30%以上。从我家到公司来回四五十公里路程，按一个月跑1500公里来算，每个月可以节省大概200块钱的油费，少跑加油站就是省心！日常保养跟传统汽油车没什么差别，这半年的常规保养费也就300块钱左右，算起来甚至比普通汽油车保养更便宜。”

其实，像何先生这样被雷凌双擎圈粉的白领不在少数，不得不说雷凌双擎确实是年轻人潮流生活首选座驾。它不仅时尚年轻又有品，科技环保油耗低，而且还有令人无比省心的“电池无忧计划”，叫人怎能不爱！

有雷凌双擎以后，生活有什么变化？

很多人把车当作单纯的代步工具，何先生却让爱车雷凌双擎“活”成了自己的生活Partner！当提到有车以后的生活变化时，何先生跟我们分享了他近半年来的用车感受：“以前没车时每天都得挤地铁上下班，原本美好的心情都被‘挤’消失了，现在每天开车上下班很方便，一路上尽情享受雷凌双擎的强劲动力带来的独特驾驶感受，而且行驶的时候，车子的静谧性还非常好，特别满足。”

“更重要的是，有车以后自己跟女朋友独处的时间更多了。以前总想两个人一起出去玩，但由于没车出行很不方便，最终想法也落空了。现在不同了，周末或者小假期，我都会开车带女朋友外出游玩，开启‘甜蜜二

■ 伍秋仪

高峰期挤地铁是多么痛的领悟！自从广州地铁安检升级后，不少朋友经常吐槽“地铁五分钟，安检半小时”，本来早晚高峰已经够拥挤的了，现在还要排长队过安检……为了摆脱这种被挤到变形的上下班困境，很多上班族不禁想拥有一辆属于自己的车。

那么在选车方面，上班族又有着怎样的考虑呢？从事IT行业的85后白领何先生表示，由于职业的关系，他比较看重车子的技术先进性，而且车子的外观也必须够潮。因为生活中的他就是一名不折不扣的潮男。当初他在买车之前咨询过懂车的朋友，朋友跟他说，买车除了看技术、颜值和价格之外，也要重点考虑以后的用车养车成本。最后，综合各方面因素的考虑，他买了雷凌双擎作为自己的座驾。



版式设计 阳阳
责任编辑 孙望楠

东风悦达起亚：思行合一“变”者可期



■ 金婕

唯有变化是永恒的。古希腊哲学家赫拉克利特的这句至理名言穿过了2000多年的时光，如今依然闪耀着智慧之光。

2017年，东风悦达起亚在“变”。这种改变体现在思想上，落实在行动中，凝聚成一股正向积极的力量，为企业2018年乃至更长远的发展铺设出一条通途。

思路决定出路

2017年，东风悦达起亚市场销量36万辆。这个数字与企业年初制定的目标相去甚远，但却没有成为东风悦达起亚的“负担”。早在数月前，企业总经理苏南永面对外界的质疑时已开诚布公地表示，今年最重要的事情不是销量，而是要做好调整和改变，为以后的发展夯实基础。

销量很重要，但不唯销量论，而是控制节奏、调整步伐，追求健康可持续的发展，这种“思变”贯穿了东风悦达起亚的2017年。年初，东风悦达起亚由内而外地掀起了一场管理革新的“风暴”。从完善管理体系，提高运营效率和收益性，到强化道德经营，打造干净、透明的经营环境，这场变革不仅让东风悦达起亚焕发出勃勃生机，也对企业市场策略产生了重要影响。在去年上半年遭遇严峻困境时，东风悦达起亚不打价格战、不压库存，而是选择与经销商携手迎战，对产品、服务、营销进行全面调整，使企业最终在下半年实现销量持续快速回升，重回发展正轨。

另一场备受瞩目的战略转型发生在企业成立十五周年庆典上。2017年8月28日，东风悦达起亚正式发布了未来发展战略：通过实施“新车型扩大及投入”“新能源商品线强化”“中国本土化车型研发”“推进顾客至上经营理念”四大核心战略，在2020年挑战实现100万辆产销目标；通过实施以“New technology Leader”新技术引领战略、“Top quality Brand”高品质品牌战略、“First priority partner”合作共赢发展战略为核心的2025NTF战略，在2025年力争进入中国汽车品牌第一阵营。同时，东风悦达起亚明确提出“顾客感谢年”经营方针，将在2017年下半年及2018年全年，推行以“关爱有家 顾客至上”为中心的顾客感谢活动，赢得更多消费者青睐与满意。

不止思考当下，面对未来即将发生的市场趋势、产业环境、汽车技术的变革，东风悦达起亚“以变应变以变创新”，全力开辟出一条腾飞发展的康庄大道。

走得好好方能行得远

消费者购车需求的下降，国家汽车产业政策的调整、豪华汽车品牌的下探与自主品牌上升、合资汽车品牌之间的激烈厮杀……怀抱梦想，却更加清醒地认识到“新常态”下中国汽车市场的复杂局面与竞争压力，这让东风悦达起亚“思变”之心更加积极主动，“行变”脚步却愈发冷静和理性。

以市场为导向，提升产品力。汽车销量增速下降但刚需地位上升，二胎家庭增多让大空间车型成为新宠，汽车已经从交通工具延伸为生活用品，新能源汽车和互联网汽车浪潮正席卷而来……基于对中国汽车市场环境的深入分析，东风悦达起亚在强化产品矩阵方面更有的放矢。2017年，企业相继推出了KX7、KX CROSS、凯绅、焕驰、华骐300E、新e代福瑞迪等6款新车，在售车型达到13款，覆盖轿车、SUV、新能源汽车、互联网汽车四大领域，满足消费者不断变化、升级的购车需求。2018年，东风悦达起亚还将推出1款中型SUV、1款小型SUV和3款新能源车型。在盐城研发中心和起亚烟台研发中心的技术支持下，ADAS、“DRIVE WiSE”、车联网等中国消费者喜爱的新技术将在车型上得到更多应用。而对中国市场十分了解的著名设计师皮埃尔·勒克莱克和奥列格·森相继加盟起亚汽车，相信也将为东风悦达起亚的新车型赋予更多中国特色和本土化内涵。

以顾客为中心，优化服务力。在汽车服务领域，东风悦达起亚则将“变”理解为更专业、更热忱和更大的价值。过去一年里，企业举办了第六届客服中心技能大赛、第九届售后服务技能大赛，参加起亚全球服务顾问技能大赛，启用南部培训中心，全力打造一支素养高、能力强的服务队伍。另一方面，持续开展多年的“关爱有‘家’”服务得到进一步优化，赢得广泛的好评。2018年，通过开展灾害救援、免费检查、免费洗车、免费牵引等客户关爱活动，推出接送服务、停车服务、展厅改善等经销商访问便利性举措，以及丰富的优惠回馈活动，企业“Family-Like Care”顾客服务将为消费者带来更便捷、周到的购用车体验。

创新品牌营销，强化年轻形象。坚持体育、文化、数字等多元化营销模式，让东风悦达起亚年轻、充满活力的品牌形象深入人心。2017年，针对中国汽车消费群体快速年轻化的趋势，企业在营销层面谋求更大的突破。参加CTCC中国房车锦标赛2.0T组别比赛，打造网络真人秀节目《开心星期7·品味爸爸的城》、明星体验式嘻哈真人秀《嘻哈来也》，赞助电影《父子雄兵》、2017网易时尚年度跨界盛典，开展“寻找凯绅先生MR.K”等网络互动活动，制作推广展现车型尖端技术实力的《Surprising Lab 难以置信实验室》视频，东风悦达起亚将年轻人感兴趣的运动激情、时尚潮流、极限挑战元素与产品、品牌融为一体，赢得了更多消费者的认同。2018年，围绕品质、设计、顾客满意等主题，企业将在多元化营销领域持续创新。起亚汽车是2018年俄罗斯世界杯的官方赞助商，东风悦达起亚届时也将开展一系列世界杯营销活动，与消费者共享激情时刻。

坚持公益之路，赢得社会信赖。截至2017年，东风悦达起亚计划在全国22个省市援建的51所希望小学已建成了41所，为数万名学生圆了读书梦；“东风悦达起亚家园”房屋援建项目已成功开展了15期，共集结2089名志愿者援建148所房屋，并为3所小学改善了校园环境。从兴建全国首家儿童交通安全体验馆，推广儿童交通安全教育活动，到开展灾区建设、校企合作、国家级珍禽保护区捐助、植树造林、福利院慰问、幸福婚车等众多务实的公益活动，东风悦达起亚至今累计公益投入已超过1亿元人民币，企业勇于担当、值得信赖的品牌形象熠熠生辉。未来，围绕“交通安全教育、关爱未来人才、支援地区发展、参与环境保护”四大公益板块，不断加大公益资源投入，东风悦达起亚将全力打造中国最具社会责任感的车企。

2017载誉而行，实力铸就品牌。在刚刚过去的一年里，东风悦达起亚不仅取得了J.D. Power中国新车质量研究(IQS) J.D. Power中国汽车售后服务满意度研究(CSI)主流车市场第二名，中国汽车行业用户满意度(CACSI)测评售后服务满意度、销售服务满意度合资品牌第三名，还以创新的多元化营销斩获了“中国汽车营销创新大奖·总体营销战略创新优秀奖”，《开心星期7·品味爸爸的城》营销活动当选“2017中国广告长城奖·广告主奖互动创意奖”金奖、“2017广告长城奖·广告主奖年度经典案例”。在公益领域，《东风悦达起亚2016企业社会责任报告》获得了中国社科院社会责任专家委员会四星半级评价，企业荣膺“2017中国社会责任公益慈善奖”“年度责任贡献奖”，社会责任优秀项目案例成功入选了《中国企业社会责任责任年鉴2017》。在产品方面，旗下车型广受主流媒体好评。KX7收获了“年度消费者喜爱SUV”“年度中大型SUV”“年度最佳七座SUV”“年度品质SUV”“2017最佳技术创新精英座驾”等众多认证；KX CROSS成功当选了“年度最受关注跨界车”“尚锐新车大奖”“年度小型跨界车”等荣誉称号；新e代福瑞迪也荣获了“年度智能轿车”“最受期待互联网车型”“年度合资紧凑型轿车”“最佳时尚紧凑型轿车”等奖项。此外，全新K5、凯绅、新一代K2、焕驰、KX5、新KX3等车型的出色表现同样有口皆碑。一份份荣誉成为企业求变创新之路的最好“背书”。品牌美誉度的提升，也让东风悦达起亚接下来的步伐更加稳健、有力。

“变则通，通则久”，这是东风悦达起亚2017年的真实写照，也将成为2018年最好的期待。相信改变的力量，坚定前进的方向，走好脚下的每一步，东风悦达起亚终能抵达瞭望的远方。





超去年超目标超行业新时代新使命新征程

——2017年广汽三菱“重回赛道”全面发展



■ 练斌

立足2018年回顾2017年，中国汽车市场整体增速明显放缓。但当我们放大镜靠近，可以看到这条平稳的线条上有一个不断跳动、闪烁着光芒的点——广汽三菱。2017年，广汽三菱以三位数的增幅突出重围，实现销量翻番。通过股东方合作、产品、渠道服务、营销、公益事业等全方位精准布局，广汽三菱不仅刷新行业速度，展现其“重回赛道”的发展决心，更向外界展示成立刚满五年的年轻合资车企飞速成长的历程。这一年，这个活跃在汽车圈成为各大媒体“头条”的车企，究竟有怎样的发展轨迹？

联盟资源深化 打造“双品牌”合资新时代

2017年，充分借势广汽集团和三菱汽车两大“巨头”的资源，广汽三菱的股东方合作迈入新台阶。伴随祺智PHEV上市，广汽三菱成为第一个开启“双品牌”时代的车企，为整个中国合资车企三十年的发展添上浓墨重彩的一笔。

1月，以三菱汽车首席运营官特雷弗·曼恩的来访为开端，广汽集团和三菱汽车高层频频造访广汽三菱。2月和10月，广汽集团董事长曾庆洪与三菱汽车会长卡洛斯·戈恩两度交流会晤。10月，三菱汽车CEO益子修、广汽集团总经理冯兴亚分别带队出席广汽三菱五周年总结大会。此后，卡洛斯·戈恩和曾庆洪访问广汽三菱举行高峰会谈，肯定企业5年发展，为其未来确立行动纲领。在优质资源深化下，广汽三菱进一步成为广汽集团“十四五”战略中的重要部分和三菱汽车中期经营计划

中全球战略布局的关键角色。

依托广汽集团的雄厚实力，广汽三菱推出首款新能源SUV祺智，落地“新能源”发展战略。以首个合资品牌导入中方股东产品的形式，祺智开启合资车型全新的合作模式，成就广汽三菱“三项第一”：第一家“双品牌战略”正式落地的合资车企、第一家同时导入两家母公司产品的合资车企和第一家品牌车型同渠道销售的合资车企。

2017年，在加入雷诺日产联盟这一千万级平台之后，三菱汽车发布三年中期经营计划，把中国市场定位为计划顺利推进的重要支柱，至2019年，引进Eclipse Cross车型，将在中国实现22万台的年销量目标。这一计划，预示着广汽三菱未来巨大的发展潜力，更强化其作为三菱汽车在华核心事业群体的地位。

屡破销量纪录

成为跨入30万体量的车企

除了股东方这一“外在”因素，广汽三菱也在不断寻求“内在”突破，迎来发展爆发期。在安全安心品质护航下，广汽三菱“一门三杰”深受市场喜爱。得益于旗下车型出色的市场表现，2017年，广汽三菱以全年销量121133台，同比增长93%的佳绩，打破过去稳步增长的纪录，进口三菱也以全年销量5024台，同比增长16%的表现，破局立势。这一傲视同侪的成绩，象征广汽三菱五年而励，成为跨入30万体量的汽车企业。对此，广汽集团总经理冯兴亚更是以“超去年、超计划、超同行”三超高度盛赞广汽三菱的发展。

除了全线飘红的销量成绩备受关注，广汽三菱也活跃在各大权威媒体的榜单中，走出一个荣誉初生的2017年。在《2016-2017中国汽车质量总评榜》中，广汽三菱携欧蓝德双双荣登榜单；在J.D.Power亚太公司发布的2017年中国新车质量研究(IQS)报告中，劲炫以99分的优异成绩，名列日系第一，而广汽三菱也以100分的成绩跻身日系三甲。众车型屡获大奖，力证广汽三菱严格的产品品质把控。

与此同时，广汽三菱也不断深化服务渠道，实现体系力全面增长。截至2017年年底，企业从2016年201家销售点迅速增至300家。8月，广汽三菱正式启动藏区“服务驿站”，深化“50公里半径服务圈(即车主在50公里范围内，将享受到专业、周到的独享服务)”。

值得一提的是，2017年，广汽三菱发动机工厂也成功落户湖南，该工厂将引进生产三菱4J1系列2.0L和2.4L自然吸气发动机等最先进的三菱发动机，并计划在2018年下半年正式投产，进一步完善全产业链布局。

借势IP“以乐为媒” 步履不停吹响公益号角

2017年，广汽三菱如同“久旱逢甘霖”，市场竞争力逐日攀升。与此同时，品牌影响力也通过借势各大音乐IP，深化公益初心得到全面扩散。

打破传统营销手段，上半年广汽三菱紧跟年轻化消费趋势，联合湖南卫视打造《歌手》。作为唯一指定用车，欧蓝德在节目中全程为歌手保驾护航，并在全国发起全民K歌大赛，为追求音乐梦想的平民“音”雄，提供圆梦舞台。

下半年，为了让更多人关注留守儿童的音乐教育，欧蓝德独家冠名湖南卫视公益支教节目《让世界听见》，护送支教老师蔡国庆、汪峰安全进山，让孩子们放飞梦想，接受更好的音乐教育。

初心不渝，公益不止。延续前三届的公益之举，广汽三菱启动“寻找美丽乡镇”，捐赠慰问乡镇贫困学子、困难家庭，传递正能量。2017年，欧蓝德以“圆梦”为主题，开启“奇妙之旅”，带领车主体验奇妙惊喜。正值岁末，欧蓝德开启“感动航班”，春节期间外来务工人员将免费搭乘“欧蓝德号”回家过年，活动现已启动招募。

广施善行，广汽三菱还启动了“安全通行”、“高考送考”等活动，密切关注社会各群体需要。面对湖南水灾、四川九寨沟地震等自然灾害，广汽三菱第一时间投身抢险救灾最前线，与灾区人民心手相牵，尽最大努力帮助灾区人民重建家园。

虽然成立仅五年，但作为新生代的年轻企业，广汽三菱无论是在企业战略上的排兵布阵，在销量、产品、渠道服务上的精准布局，还是在借势IP、深耕公益方面均领先同侪。可以说2017年的广汽三菱，展现的是一个拼搏向上、全面发展的新车企形象。2018年，在“新时代、新使命、新征程”的十九大精神指导下，广汽三菱还将全力打造“三个一工程”：建设一个世界级水准的发动机工厂、导入至少一款全新车型、新增100家销售网点，以更强劲的姿态迈入新时代，开拓出更美好的未来。

跋涉300里去大山深处

广汽三菱年终情暖大托希望小学

■ 练斌

1月24日，继去年感恩节为《让世界听见》“向阳花合唱团”的小朋友们捐赠音乐教室之后，广汽三菱欧蓝德满载着教育书籍、体育用品、衣物装备以及益智玩具等爱心物资，和志愿者们翻越高山再次走进节目录制校址——大托希望小学，实现“大白菜合唱团”的小朋友们的新年愿望，为孩子们上了一堂生动而别致的“爱心课堂”。

捐赠现场，广汽三菱副总经理向毅和三十多名媒体志愿者们一起将爱心物资搬运和发放到孩子们的手里，并鼓励孩子们“不要畏惧前方的路有多么艰险，努力学习，实现梦想就不是一件难事。”小朋友们齐声承诺将努力学习。

恰逢腊八节，空气中飘着小雪，山上路面结着薄冰，欧蓝德不仅将媒体代表们安全护送到校，还从大山外带来了热腾腾的午餐和腊八粥，让孩子们度过了一个温暖而充实的腊八节。对于广汽三菱的来临，大托希望小学的孩子们都很好奇，看到欧蓝德，就想起他们想一起去北京和泸沽湖的美好时光。

位于大山深处的大托希望小学，地势险峻，有的小朋友需要徒步6公里，花费1个小时往返上学。这次广汽三菱带来的上述过冬物资，可以切实帮助孩子们在漫漫山路中抵御寒风。此外，了解到小朋友们的文娱生活较为简单，广汽三菱还向学校捐赠了一批课外书籍、班班通等教学用具，用实际行动帮助孩子们营造一个优越舒适的学习环境，以知识哺育孩子们的小小梦想。

除了捐赠爱心物资，当天，广汽三菱还邀请到一批

媒体志愿者，现场化身支教老师，给孩子们上了一堂趣味的爱心课堂。课程涵盖了音乐课、语文课、美术课等多科目，“支教老师”们新奇有趣的授课方式，也受到大托希望小学老师的认可。在《让世界听见》节目中鬼精灵的翟光明说：“这种上课的方式，太好玩了。”

也许大托希望小学的孩子们生活、学习条件不是最好的，但他们对梦想的坚持和积极乐观精神却让在场的每一个人深受感动。在这场寓教于乐的课堂上，孩子们度过一个快乐且充实的下午，欢快的笑声飘扬在大托村的上空，仿佛要将窗外的薄雪融化。

临近春节，湖南多地降温，隆回山区已经出现路面结冰，正是在欧蓝德的护送下，志愿者们才得以安全上山见到这些天真活泼的孩子们。欧蓝德搭载专业的4WD四驱技术，即使在积雪、积冰路面也能保持强大的平衡性能和抓地力，保证车辆的稳定行驶。与此同时，S-AWC超级全轮控制系统中的SNOW(雪地)模式更能湿滑路段精准操纵，为雪地山路过弯加上一把“保险锁”，确保行车安全。

这并不是欧蓝德第一次化身“护航使者”，早在《让世界听见》里，欧蓝德的安全护航实力就已深受明星支教老师和孩子们的信赖。蔡国庆

老师更表达赞赏“我每天进山出山和孩子们在一起，和欧蓝德在一起的时候，我能够感受到爱。我对欧蓝德是有感情的，这一次我感受到了欧蓝德寄托了我的感情。无论是在泸沽湖还是在湖南的山路，来回需要4个多小时，我感受到如果没有欧蓝德的护航，我怎么能够带领这些孩子们走出大山。”

肩负成立五年来的广汽三菱不断创新公益体验方式，在收到越来越多关注的同时，广汽三菱也深知肩上“企业公民”的责任越来越大。未来，广汽三菱将继续为爱前行，让“公益”这颗种子在更多人心间生根发芽，不断推动美好、温暖的社会向前发展。





冰与火之歌

2018 奥迪驾控汇—冰雪嘉年华隆重上演



■ 关雪莹 田陶然

1月13日,以“驭冰雪,驭自由”为主题的2018奥迪驾控汇—冰雪嘉年华活动在星星哨水库盛大开幕。

作为国内历史最长、影响力最强的冰雪试驾活动之一,奥迪驾控汇—冰雪之旅一直在中国汽车行业享有盛誉。2018奥迪驾控汇—冰雪嘉年华再次全面升级,将以多达159辆试驾车、超过千人的参与规模、33天的时间,打造中国史无前例的冰雪试驾体验活动。

相较其他品牌冰雪试驾活动以感受为主的思路,本届奥迪驾控汇—冰雪嘉年华更加强调专业性。为了让参与者能够获得更专业的冰雪驾驶培训,活动设计了与奥迪在北欧国家举办同等级驾驶培训标准完全一致的专业赛道,并带来了世界一流的奥迪驾控汇专业教练团队。

奥迪驾控汇教练团队来自不同国家,当中既有经验丰富的安全驾驶技术培训教官,又有活跃于一线的专业赛车手。在教练的带领下,学员们将从基础科目训练开始,逐步学习组合弯道的驾驶技巧,参加赛道和越野等不同类型的培训。通过培训,学员们不仅了解了冰雪驾驶的特点,更能真正提升自身的驾驶水平,从而体验“驭冰雪驭自由”这一理念的精髓。除了最专业的教练和试驾场地,搭载quattro四驱技术的众多奥迪车型是本次冰雪驾控汇大获成功的关键。

从市场主力车型A4L、A6L、Q7,到高性能RS系列,再到注重生活方式的Allroad系列和Avant系列。不同特色的车型通过强大的quattro技术,在过弯或漂移时都能稳定车身,让四轮牢牢“抓住”冰面,成为挑战冰雪的最佳座驾。一汽-大众奥迪销售事业部副总经理胡绍航表示:“2018年,一汽-大众奥迪将持续在冰雪领域发力,并把青少年冰雪教育作为企业社会责任的重要组成部分。奥迪希望通过打造冰雪驾控汇体验平台、赞助冬季运动国家队和赛事等举措,积极推动冰雪文化的普及,倡导个性自由的生活方式。”

观致 2018 款全系车型优惠 2 万 ~ 3.5 万元

尊享两年零利率等多重好礼

■ 杨双 张楠楠

观致汽车2018年款全系车型升级上市。2月底前购车,可享受2万~3.5万元不等的现金优惠,并有两年零利率、到店好礼等多重优惠政策。

据悉,观致汽车2018款部分车型增加了AES发动机自动启停系统、无钥匙进入、后倒车雷达、电动折叠外后视镜、前雾灯等实用配置,为消费者提供暖心体验。动力方面,观致汽车对全系搭载的1.6T发动机进行了VVT技术的进一步优化调校,新车动力输出和燃油效率

更加突出。

2018款观致5 SUV在秉承观致汽车一贯的高品质基础上,配置加量,实现性价比的再度提升。其中,1.6T 6DCT旗舰型新增AES发动机自动启停系统。1.6T 6DCT尊贵型在新增AES发动机自动启停系统的同时,还增配了后倒车雷达等智能配置,为驾乘者提供了更多的安全保障。这项配置在1.6T 6DCT领先型产品上也有体现。

此外,2018款观致3系列车型的全新升级让不同性格的消费者都能轻松找到自己满意的款车型。其中,观致3五门版和观致3都市SUV新增火山橙外观配色,极具个

性、动感。观致3系列部分车型新增马鞍棕内饰,采用高级真皮材质的马鞍内饰,提升了座舱的豪华感和质感,也营造出了丰富的视觉感受。而另一种搭配熔岩黑内饰则辅以红色缝线,彰显劲酷、动感。

此次2018款全系车型的智能升级上市,是观致在秉承国际品质、提升设计表现力和创新用户体验的基础上,观致汽车对旗下全系列产品进行的优化升级,这不仅是观致汽车产品力持续提升的体现,也是对其国际一流的品质标准、独具风格的设计语言、突破创新的用户体验三大品牌标签的进一步诠释。

首款中型 SUV
定名“捷途 X70”
X70 正式定名“捷途 X70”

■ 宋电波

去年6月,随着X70车型的曝光,人们对于它的名字有着多猜测。近日,疑惑终于尘埃落定,官方宣布,X70正式定名“捷途X70”,并将于年内上市。

据了解,“捷途”是奇瑞集团商用车旗下推出的针对二胎及多人口家庭假日出行旅游所定制的“旅行+”全新细分市场的产品序列。未来该序列产品将采用“捷途+英文+数字”的命名形式,携 SUV、MPV、新能源等车型在“一车多能”细分市场展开角逐。

捷途X70是捷途产品序列下的首款中型多座位SUV车型,整车设计充满灵气和韵律之美,符合年轻进取人群的审美。据了解,其配置方面也将满足消费者对更智能、高颜值、大空间、多功能、多座位的需求。

新一代 SUBARU XV
荣获多项媒体大奖

■ 崔玮

岁末年初,中国各大专业汽车媒体对各汽车品牌和车型集中进行品评,接踵颁出多个年度车型大奖。斯巴鲁汽车旗下新一代SUBARU XV在中国上市以来好评如潮,在近期的评选中饱受赞誉,频获大奖。

其中,新一代SUBARU XV被中国颇具影响力的汽车移动新媒体“车市红点”评为“年度轿跑SUV”;在中国首个消费者类汽车专业网站“新车评网”的“2017新车评十大强烈推荐车型”评比中被选为“2017年度优秀进口SUV”;还同时荣登权威汽车杂志《中国汽车报》和汽车服

务平台“58车”的“年度车榜”,被两大媒体授予“年度紧凑型SUV大奖”。

新一代SUBARU XV通过应用汽车创新技术实现了强大行驶性能、世界级安全性能的高度融合,加之时尚个性外观,上市便备受关注。

斯巴鲁始终不忘初心,倾尽心力打造优质车型,同时不断进行技术和设计理念创新和应用,此次凭借过硬的品质和实力获得汽车业界人士及中国消费者的一致好评,既是斯巴鲁珍视的荣誉,也是未来努力的动力。今后,斯巴鲁还将以更为出色的汽车产品为所有中国用户提供“安心与愉悦”的驾驶体验。



沃尔沃全新 XC60 斩获 E-NCAP 年度安全车型双桂冠



■ 武秀彦

近日,沃尔沃全新 XC60 凭借优异的综合安全性能,在欧洲新车安全评鉴协会 2017 年度安全车型评选中,斩获大型越野车和综合安全性能类别的双桂冠。

沃尔沃全新 XC60 在成人保护测试中表现优秀,获得 98% 的高分。同时,全新 XC60 在安全辅助装置测试方面优势明显,得分 95%,高出同级竞争对手 20 个百分点。此次全新 XC60 荣得分榜榜首,进一步确立了沃尔沃在汽车安全领域的领导地位。

沃尔沃汽车安全中心副总裁 MalinEkholm 表示:“全新 XC60 是沃尔沃有史以来最安全的车型之一,配备了最先进的主被动安全技术,不仅保护驾乘人员的安全,还将保护范围扩大到所有交通参与者,例如行人和骑车者,减轻其碰撞风险。得益于在安全科技领域的不懈创新,沃尔沃汽车再度赢得 E-NCAP 年度最安全车型的荣誉,对此我们深感自豪。”

作为一款人文科技豪华 SUV,全新 XC60 以优雅动感的北欧“锐设计”、充满驾趣且随心掌控的“悦驾驶”、前瞻性科技带来的“轻生活”,为内心笃定、掌控生活、睿

智从容的“不凡人生的探索者”,带来身心愉悦的全新驾驶享受,以全面领先的智能科技,重塑中国豪华中型 SUV 市场的竞争格局。

此前全新 XC60 还荣获日本 2017~2018 年度车大奖 (Japan's 2017~18 Car of the Year)、英国 2017 年度安全汽车科技奖 (2017 Car Tech Awards for Best Safest Car)、年度豪华 SUV 奖 (Luxury SUV of the Year) 等等大奖。另外,它还成功入围 2018 北美年度汽车奖三强。同时,在美国公路安全保险协会 IIHS 最新的碰撞测试中,全新 XC60 还获得了“Top Safety Pick +”级别安全评价,成为名副其实的安全双冠王。

此次评选中,沃尔沃 S90 和 V90 同时在成人保护测试和安全辅助装置测试中获得 95% 和 93% 的优异成绩。三款车型在 E-NCAP 全自动紧急制动和追尾碰撞 (AEB) 测试中均获满分,测试项目包括城市自动紧急制动系统、城际自动紧急制动系统和行人防护自动紧急制动系统。这使沃尔沃成为首家三项排名第一的品牌。

2015 年,沃尔沃 XC90 也取得大型越野车和整体安全性能类别双桂冠,并刷新了 E-NCAP SUV 碰撞成绩新纪录;沃尔沃 V40 也曾获得小型家庭车组别 E-NCAP 最高安全奖。

此次全新 XC60 再度于年度安全车型评选中折桂,是沃尔沃汽车坚持对前瞻性科技持续研发的成果,也表明其一直处位于汽车安全科技的前沿。未来,沃尔沃的安全愿景是,“到 2020 年,没有人因为驾驶新款沃尔沃汽车而发生严重伤亡事故”。

北京现代续写百万体系实力

■ 张凡溪

北京现代去年下半年持续保持良好增长势头。据最新数据显示,12 月,北京现代环比大涨 35%,实现销量 11 万辆。其中,C 级、D 级以及 S 级三大细分市场全面开花:全新途胜、领动双双突破 2 万大关;新名图、朗动、悦纳均热销破万,新一代 ix35 上市首月即破万;新 ix25 与全新瑞纳销量快速走高,月销近万。北京现代在收官月迎来销量巅峰,下半年以近 50 万辆的销量彰显百万体系实力,实现年销量近 82 万辆,重返合资主流阵营。

数据分析可见,自 7 月起,北京现代销量逐月增长,步入强劲上升通道。综合来看,全面均衡的产品阵营奠定了北京现代扎实自信的基底,全年各细分市场均衡发展,皆有亮点呈现:

新朗动、悦纳以稳健的表现驻守 C 级家轿市场;领动下半年以来,持续月销过万,在 11、12 月更是连续两月突破 2 万;全新瑞纳自上市起销量逐月上涨,凭借秒杀同级的智能网联配置再度引发年轻人购车热潮;D 级市场新名图持续热销,全年销量突破 13 万;全新索纳塔 PHEV 明年即将上市,届时全新索纳塔将具备 T 动力、HEV、PHEV 三套动力系统,成为同级中动力总成最丰富的车型,展现北京现代最新科技成果和尖端实力;S 级市场全新途胜市场以年销近 14 万的成绩高歌猛进;新一代 ix35 作为北京现代主推的新车型首月破万,为整体 SUV 家族注入全新活力,在得到市场的认可的同时,拥有强劲后发优势;综合来看,在上半年车市缓增长和外部环境不利的处境下,北京现代顶住压力,坚定去库存,稳渠道。新名图、全新途胜、朗动、领动、新一代 ix35 等主销车型均收获优异的市场成绩,在继续捍卫细分市场地位的同时,也为下半年重回上升轨道打下基础,助力北京现代下半年劲销近 50 万辆,再次彰显百万级产销实力。

2018 年,北京现代 3 款新车,多款改款车型及新能源车将集中上市,经历 2017 年市场洗礼所炼就的市场竞争力,秉承“质现代·智未来”全新品牌的北京现代已经全力进发,期待 2018 年,北京现代将演绎更多精彩!

2017 年斯柯达全球交付汽车超过 120 万辆

■ 文继勇

2017 年斯柯达汽车创造新的销量纪录。斯柯达汽车全球交付量达到 1200500 辆,同比增长 6.6%。同时,斯柯达年销量连续第四年超过 100 万辆。除热销车型斯柯达明锐以外,斯柯达速派以及广受欢迎的全新 SUV 车型斯柯达柯迪亚克也对品牌增长起到了重要的推动作用。

在斯柯达全球最大的单一市场中国,斯柯达去年终端交付汽车 325000 辆,同比增长 2.5%(2016 年:317,100 辆)。2017 年 12 月,斯柯达向中国消费者交付汽车 42400 辆,同比增长 41.8%(2016 年 12 月:29,900 辆)。

斯柯达汽车 CEO 梅博纳表示:“2017 年是斯柯达汽车 122 年历史中业绩最佳的一年,这使我们对斯柯达未来的发展充满信心。同时,我们也衷心感谢所有客户对我们的信任。过去一年的成绩证明,斯柯达汽车在 2025 战略的指导下,正在正确的发展道路上稳步前行,并积极适应汽车行业的深刻变革。去年的成功也将激励我们在新的一年里继续向前,不断为客户提供更多新产品和出行解决方案。”

斯柯达汽车市场销售董事方奕安表示:“凭借强大的销售网络,我们的全新 SUV 车型一经推出便受到消费者的高度认可。2017 年遍布全球的斯柯达经销商表现出色,他们为斯柯达所取得的成功做出了重要贡献。”

2017 年,斯柯达在年初和岁末都创造了单月销量纪录。2017 年 1 月是公司 122 年历史中业绩最佳的 1 月份,而在岁末,斯柯达也以史上业绩最佳的 12 月为 2017 年画上了完美的句号。斯柯达 12 月份共向消费者交付汽车 107500 辆,同比增长 19.2%。

斯巴鲁“Let's SUBARU 竞聘安全体验官”

■ 王宇思

1 月 13 日,随着最后一次获奖名单的公布,斯巴鲁汽车(中国)有限公司从 2017 年 11 月到 2018 年 1 月持续在全国各专卖店推出的“Let's SUBARU 竞聘安全体验官”活动圆满画上句号。在三个月的活动期间,全国万名以上的消费者在各地的斯巴鲁专卖店到店参与了试驾与幸运抽奖。其中,3 名幸运者分别获得了新一代 SUBARU XV、Forester 森林人、Outback 傲虎车型免费体验一年的大奖,也有 9 名幸运者获得了豪华日本游,更有五千余名参与者获得了斯巴鲁限定版夹克、加油卡、斯巴鲁 Eye-Sight 精美车模等惊喜大礼。

一直以来,斯巴鲁汽车始终给人以个性化、高性能和高安全性的标签化印象。坚持以左右对称全时四轮驱动系统(Symmetrical AWD)、水平对置发动机(SUBARU BOXER)两项独特技术为基础,斯巴鲁致力于打造具有出色行驶性能和“全方位安全”的汽车产品,努力为每一位用户提供“安心与愉悦”的驾乘感受。随着一年前 EyeSight 驾驶辅助系统的发布以及近期 SUBARU GLOBAL PLATFORM(斯巴鲁全球化平台)的应用,斯巴鲁旗下车型在出色操控性能之外,高安全性和驾驶舒适性已经成为更加突出的特质。而本次活动,也让斯巴鲁汽车安全、实用、充满活力的形象更加深入人心。

去年年末,斯巴鲁首度参与赞助了“2017 天猫双 11 狂欢夜”晚会,不仅为晚会提供官方指定用车,更提供了新一代 SUBARU XV 的三年体验权作为晚会手机“摇一摇”互动环节的跨屏抢星礼终极大奖。作为终极大奖的新一代 SUBARU XV,拥有动感时尚的外观并配有先进预防安全技术 EyeSight 驾驶辅助系统,同时还是斯巴鲁旗下首款搭载 SUBARU GLOBAL PLATFORM(斯巴鲁全球化平台)的车型,集卓越行驶性能、超高安全性能以及舒适驾乘感受于一身。在晚会过程中,斯巴鲁赞助的这一终极大奖,成为了吸引观众的最大惊喜,掀起了晚会的高潮。与此同时,消费者对斯巴鲁也给予了空前的关注,根据数据统计显示:2017 年 11 月 10~11 日连续两天,斯巴鲁官方旗舰店访客数和浏览量远高于同行业其它品牌,在天猫官方旗舰店访客数行业排名第一,支付买家行业排名第一。

为感谢广大消费者的关注和喜爱,斯巴鲁结合赞助“2017 天猫双 11 狂欢夜”晚会特在全国专卖店举办了“Let's SUBARU 竞聘安全体验官”活动。这一以试驾体验为主要内容的活动因为丰富趣味性以及精美的礼品深受欢迎,吸引了众多消费者的报名参与。截止到活动结束时,参与人数达到 18115 人次,共有五千余名幸运者获得了包括一年车辆体验权、日本游、油卡、车模、夹克等在内的精美奖品。

在本次“Let's SUBARU 竞聘安全体验官”活动中,众多消费者有机会体验和了解了斯巴鲁旗下的出色车型。今后,斯巴鲁将继续以提升使用者的有车生活品质为目标,不断追求汽车技术创新和进步,用高安全性和高性能的车型为更多使用者带来丰富且安心愉悦的有车生活体验。



版式设计 阳阳
责任编辑 孙望楠

因梦想而生

品质魅力家轿传祺 GA4 逐梦上市



浙江车界

■ 张春来

人生的梦想在于拼搏,在于创造,在于实现美好的生活愿景。心怀坚定,执着向前,梦想终将照进现实,迎来人生更宽的舞台。1月18日,以“因梦想而生”为主题的品质魅力家轿传祺GA4上市发布会,在上海西岸艺术中心盛大举行,并公布GA4市场售价:7.38万~11.58万元。

传祺GA4于2018年北美车展全球首发,并受到海外媒体广泛赞誉。它的到来,开启了广汽传祺轿车振兴计划的新篇章。上市发布会现场,年轻的气质、梦想的光影,深刻阐释了“因梦想而生”这一主题以及GA4的上市愿景。广汽传祺相关领导与嘉宾以及来自全国的经销商、供应商、媒体、车主代表亲临现场,共同见证传祺GA4的梦想启航。

广汽集团执委会副主任、广汽乘用车总经理郁俊,广汽集团执委会副主任、广汽研究院院长王秋景,广汽乘用车副总经理闫建明,广汽研究院副院长张帆,广汽传祺汽车销售有限公司总经理曾和滨,广汽研究院院长助理李罡与传祺GA4合影。广汽乘用车副总经理闫建明致辞。

以品质,造传祺。传祺GA4是A级家轿市场的最新品质力作,目标人群是“积极上进、怀揣生活进阶梦想的品质生活创享者”,为用户呈现“时尚律动魅力设计、居家柔感宽享空间、十项全能安全科技、一秒触达智联娱乐”等四大核心价值,全面满足年轻消费者的家用出行需求,与每一位追梦者一路梦想同行。

广汽传祺汽车销售有限公司总经理曾和滨公布GA4价格,华语乐坛超人气LIVE王张杰献唱《爱的传奇》。

因梦想与传祺携手张杰献唱《爱的传奇》

发布会现场,华语乐坛超人气LIVE王、传祺GA4代言人——张杰到场倾力助阵,并温暖献唱2018年首发歌曲《爱的传奇》,引燃全场。

谈到为何与传祺结缘,成为GA4代言人时,张杰表示,“我的梦想就是希望有一天,世界上有华人的地方,就有张杰的音乐,我也一直在向这个梦想不断前进。传祺GA4上市的主题是‘因梦想而生’,这也正是我的写照,为音乐的梦想而生。其次,传祺GA4年轻时尚,并且在设计方面非常突出,传祺品牌坚持原创设计,与我们所希望的音乐创作相互契合。”

时尚律动魅力设计 彰显器宇不凡之姿

广汽传祺极力塑造GA4高品质的A级轿车形象,整车灵动宽宏大气,更契合年轻消费者审美。传祺GA4应用光影雕塑2.0造型设计美学,拥有气度飞扬的Flying Dynamics凌云翼家族前脸,营造出流畅的车身线条光影,极具设计魅力。由箭羽式LED组合尾灯、展翼型LED日间行车灯、LED前雾灯一起构成的极富辨识力的LED灯光组合,大幅提升整车科技质感。

传祺GA4拥有长达4692mm的超长车身,并应用视觉拉宽设计,营造越级尺寸感;锐利舒展腰线设计更让传祺GA4展现了非同一般的恢弘之姿。同级领先的17英寸切削光晕运动轮毂,彰显了传祺GA4的器宇不凡。

居家柔感宽享空间营造贵宾级舒适体验

传祺GA4时尚律动的外观之下,营造出居家柔感宽享空间,足以媲美B级车舒享体验。GA4采用GAEI空间最大化人机布局设计理念,1060mm同级最宽前排空间,950mm最大头部空间,车内空间宽阔舒适。高质感真皮柔软座椅,采用居家沙发设计理念,柔软的座椅填充,配合高级真皮包裹,带来舒享豪华的乘坐体验。传祺GA4还为后排乘客贴心的准备了出风口+USB充电口的后排礼遇,让乘客随时随地享受贵宾级乘坐待遇。

同级领先的负离子+PM2.5空气净化系统,负离子释放浓度达120万单位/cm³,配合PM2.5空气过滤网,以及低VOC高品质环保材料,让用户坐享车内清新森林般空气。

十项全能安全科技 构筑全方位安全堡垒

作为J.D. Power中国品牌新车质量五连冠,广汽传祺始终将安全与品质视为造车之基。传祺GA4拥有十项全能安全科技保护,打造超越同级标准的安全标杆。

传祺GA4搭载了德国博世ESP 9.1车身稳定系统、HHC上坡辅助系统,让新车拥有了更快响应与更高的稳定性,时刻保护车辆安全。GA4采用高强度安全车身设计,加上TPMS直接式智能胎压监测系统与6安全气囊,共同构成了5星安全的被动保护。此外,同级独有的360°全景泊车影像,可以将360°环境鸟瞰图显示在中控屏,轻松实现可视化泊车,消除视觉盲区,从容应对各款路况,让安全一路相随。

传祺GA4搭载200T第二代发动机,扭矩大、油耗低、噪音小,在1500转即可输出202N·m峰值扭矩。配备爱信6AT手自一体变速箱,换挡响应速度及平顺性业内领先,驾乘更舒适经济。

一步秒达智联娱乐 体验前沿互联乐趣

作为品质生活创享者而打造的全新家轿,传祺GA4怎么会缺少了智能互联娱乐系统。传祺GA4搭载最新In-Joy智能互联娱乐系统,具有8英寸液晶中控大屏、3.5英寸全彩TFT液晶仪表盘以及智能行车电脑,还支持CarLife手机互联,安卓智能手机均可与汽车互联,轻松使用手机语音控制、导航及娱乐内容。无线手机充电功能也是传祺GA4同级独有的配置,有了它无需任何充电线,充分满足远途旅行的用电不时之需。

此外传祺GA4还搭载了智慧传祺T-BOX 3.0智能手机远程控制安防系统,远程监控功能、智能安防功能、紧急救援功能等多项强大功能,通过手机可以远程操控空调、发动机、开锁等功能,尽享一键操控的便利与舒适。

传祺GA4市场指导价(万元)

1.5L 手动 精英版	7.38
1.5L 手动 豪华版	7.98
1.5L 手动 尊享版	8.38
1.5L 自动 豪华版	8.78
1.3T 手动 豪华版	8.68
1.3T 自动 豪华版	9.68
1.3T 自动 尊享版	10.58
1.3T 自动 尊贵版	11.58

提振国产轿车市场信心 2018挑战70万辆

2017年,广汽传祺以安全为盾、以品质为剑,披荆斩棘,锐意进取,在整体车市增速放缓的大环境下逆势上扬,全年累计销量达50.86万辆,同比大幅增长37%。传祺GA4是广汽传祺振兴轿车市场的最新重磅力作,有望建立传祺在自主A级轿车的主流地位,实现SUV和轿车的均衡发展。

因梦想而生。2018年是广汽传祺成立10周年,广汽传祺将围绕“强健体质,持续创新,树立危机意识,深化品牌建设,为传祺新十年奠定坚实基础”的年度事业方针,聚势蓄力,继续实现高质高效发展,为传祺未来发展打下坚实基础,向着2020年百万辆目标荣耀全力迈进。



“新物种×新零售”商业模式首发

LITE 成首个进驻潮玩科技品店的汽车品牌



■ 玲玲

1月23日,LITE的第一家商超店在杭州隆重揭幕,“新物种×新零售”汽车经销模式正式开启。这是为乐趣而生的智能出行新物种LITE携手奇客巴士展开跨界合作,开辟的创新商业模式。打造的LITE智能科技体验馆,将为用户提供更加贴近生活、满足自我消费习惯的全新购车体验。

北汽新能源副总经理、AR CFOX事业部总经理陆皓,洛可可创新设计集团董事长、洛客科技创始人贾伟,奇客巴士CEO李晓鹏等一起为新物种LITE完成上架仪式,共同见证了“新物种×新零售”销售模式的开启。

“这是一种消费场景和体验的转变,将原本远距离、目的性强的汽车消费场景转化为日常的购物体验。未来,体验LITE将会像试用iphone一样方便。”对于LITE

打造的“新物种×新零售”经销模式,北汽新能源副总经理、AR CFOX事业部总经理陆皓用贴近消费者生活场景的描述进行了介绍。“新物种×新零售”经销模式,将真正以客户驱动为中心。

活动现场,奇客巴士CEO李晓鹏揭开“神秘包裹”,新物种LITE展现真容,时尚个性的造型赢得现场嘉宾与消费者啧啧称赞。随后,洛可可创新设计集团董事长、洛客科技创始人贾伟高度评价新物种LITE:“LITE是采用互联网众创模式征集筛选个性化车生活场景、智能软件、硬件创意,全球首辆用户自己创造的汽车,独具创新精神。”

此外,本次揭幕活动充满科技感,与“新物种×新零售”商业模式的“创新主题”非常吻合。在入场环节,手机扫一扫二维码就能签到留下到场人信息。并有多个显示屏散落在现场的角落,实时播放现场演讲视频,还能用手机扫描二维码观看产品视频。而人工智能机器人Rokid做开场介绍,并与新物种LITE的对话,让本次活动的未来感十足。

北汽新能源浙江元通总经理潘欣和奇客巴士CEO李晓鹏共同为LITE入驻奇客巴士授牌开辟创新商业模式“新物种×新零售”经销渠道上线作为一个不断追求创新和乐趣出行的汽车品牌,新物种LITE一直都在坚持渠道创新之路。LITE与奇客巴士的合作在汽车行业中率先做出大胆尝试,开创了“新物种×新零售”汽车经销模式。这种汽车创新商业模式,是新零售带来的演进趋势,将为用户提供全方位的消费场景及体验的转变。

新物种LITE切身践行“用户至上”服务理念。以后消费者购车,就能像逛3C数码店一样试用和购买LITE,体验集买、用、玩于一体的汽车消费模式。未来,“新物种×新零售”经销模式也可能为用户提供管家式

的服务,实现记录用户用车生活的创想。真正做到以客户驱动为中心,把用户感受放在第一位。

为了让新物种LITE的创新商业模式不断深入和扩展,为用户提供优质的产品和贴心便利的服务,当天,北京新能源汽车股份有限公司与洛客科技有限公司签订战略合作协议,双方将对现有成果进行继续深化和创新创造,通过优势互补,建立战略合作管理,并共同支持双方业务的发展,共同打造“城市绿色出行,众创生态的定义者”,继续从品牌层面、用户层面、产品层面、营销层面及产业层面全面创新。

值得一提的是,北汽新能源与洛客的合作在新物种LITE诞生之初就已开启。北汽新能源牵手“洛客共享设计平台”,通过“众创”方式首度在汽车行业实现“用户参与式创新”,让设计不再“自说自话”。整个过程近万人参与LITE线上头脑风暴,输送300余个灵感。LITE作为世界首辆由全民参与的众创汽车,让众多汽车发烧友们感受到未来汽车生活将会慢慢实现个性化、场景化。

在之后的合作中,洛客共享设计平台将招募更多的汽车发烧友以及充满想象力的跨界设计师,参与到北汽新能源全新系列产品的开发中,让汽车因为用户的丰富创意变得与众不同。

新物种LITE是乐趣出行主义商业模式的开创者,自诞生之日起就重新定义并引领了汽车生活方式。它采用开放造车,能进行个性定制,并能为消费者带来贴心服务和潮玩体验。LITE奇客巴士商超店的首发开业,让LITE成为第一个把汽车销售渠道开进潮玩科技品店的品牌,这对传统汽车销售来说是一种全新的尝试和颠覆。未来,新物种LITE将继续秉承创新精神,在产品、营销等方面玩出更多的花样,为消费者带来与众不同的乐趣出行体验。

知豆 智能出行机器人

D3 “渐”才是你要的未来出行