

## 根植原创,设计只求“领先半步”

广汽传祺推出GS7与GS3两款重磅战略新品

近日,广汽传祺两款重磅战略新品——“都市领秀大5座SUV”GS7与“新风潮智联SUV”GS3,在乌镇互联网国际会展中心联袂上市。

随着GS3、GS7新双子星的加入,传祺SUV产品矩阵日臻完善,市场竞争力不断增强,塑造出更时尚活力的品牌形象。

本报记者 刘庆义

广汽传祺完成  
A0级到C级战略布局

在目前的汽车销售市场,SUV整体增幅大不如前,尤其是小型SUV的增幅甚至是微增长,为何广汽传祺一口气推出两款新的SUV?广汽乘用车副总经理肖勇接受采访时表示,SUV从百分之几十的增长变成百分之十几的增长,但是还是增速最快的细分市场,还是引领整个市场的增速。

SUV是引领市场的,但内部市场开始出现分化。不管是新推出的GS7的大5座SUV市场,还是传祺GS8大7座的SUV市场,都是保持比较高的增速。就是B级和以上的SUV市场还是在增速,放缓的是A0级。

广汽推出这两款车型,GS7进入增速保持比较强劲的大5座SUV市场,可谓“应时而生”,机会非常大。肖勇表示,GS7和GS8的变速箱是共用的,广汽传祺有信心将其打造成年销售15万辆以上的“明星车型组合”,一个是主攻大7座SUV市场。GS7的竞品是那些表现优秀的合资SUV,目标是月销5000台以上,这样的两个车型组合可以达到月销1.3万-1.5万。



随着GS7/GS3双车的上市,广汽传祺完成了A0级到C级并涵盖新能源SUV战略的布局,两款新车导入会进一步强化传祺在中高端SUV市场优势,同时向入门级市场发起全新的市场攻势。

根植原创  
设计领先“半步”

广汽传祺是一直根植于

中国原创设计的品牌,这个“根植”从第一款车开始坚持做到正向开发、正向设计,不抄袭、不模仿。广汽研究院副院长张帆表示,这当中有过很多挫折和教训,但是逐渐有很多车型出来,一直到GS7/GS3,开始找到了很多感觉。

首先要“创新”,设计要“领先半步”。如果不领先别人看不到,做完一个新兴品牌就一定要有存在感,如何创造你的存在感,那就是原创、领先。其次汽车内造型要有独到之处。尤其把中国的车和欧美的车、日韩的车区分开来,广汽传祺的特点非常突出,中国的车无论多便宜非常注重内饰的品质感、档次感,这是为什么在GS3这样一款A0级SUV中大面积应用了软质材料,整个内饰虽然很简洁,但是非常

有匠心和设计趣味,让客户驾驶这个车的时候有丰富的获得感。

2019年广汽传祺将推出一系列新能源产品,在设计风格上有一些进化,这种进步是对汽车工业的引领,但随之而来并将影响传统车型设计。张帆认为,这当中并没有完全不可逾越的鸿沟,新的设计风格、新的审美倾向,一定会慢慢地成为一些共识,只不过目前为止在新能源车上设计师、决策者都有更大的自由度和容忍度,允许去尝试。

经销商满意度  
传祺获行业最高分

今年5月份GA6销量突破3000台,夺得了中国品牌细分市场的销量冠军,六、七两个

月表现不错,同比去年增长200%以上,稳居该细分市场的前两位;GA8在五、六、七三个月销量稳居C级中国品牌第一。广汽传祺销售公司总经理曾和滨介绍,截止到目前,GS7订单是6500台,GS3超过了7000台订单,双车上市前后几天,市场的关注度飙升,两款新车的订单快速增长,特别是GS3八月中旬新车才陆续开始到店,虽然整个活动推广方面尚未完全开展,但通过几天曝光就有这样好的成绩,这对未来整个销售目标的达成注入了充足的自信。

截止到目前,广汽传祺全国经销商店达到488家店,预计到年底超过520家店,渠道建设大步向前,规划到2019年每年新开业100家,建成100家经销商店。今年整个传祺的经销商很努力,也非常幸运,迎来了历史最好的盈利水平,超过90%的经销商都实现盈利,与去年同比实现了大幅度的增长。经销商满意度也得到了很大提升,J.D. Power中国汽车经销商满意度的研究中,传祺获得了934分的全行业最高分,超出了众多豪华类品牌,小样本全行业第一。

对于中国品牌来讲,广汽传祺在轿车市场的突破,对中国汽车市场来讲是一大利好,提升了中国品牌的整体士气,也是中国汽车工业真正实现强大的佐证。通过努力,可以让更多的消费者买到中国人自己生产的高性价比的轿车。

蒹葭苍苍  
所谓伊人  
白露为霜  
白露  
在...



白露