

核心技术创新 提升市场地位

别克转型 四年销量突破200万台

自2008年4月发布“全球平台、欧美技术”的产品转型战略以来,四年时间别克品牌已经在国内取得了200万台的整体销量,截至4月初,别克品牌的累积销量已突破370万辆,始终保持在中国汽车市场的前列。其中,由君越和君威组成的“双君”组合,上市四年以来累计销量到538821辆,成为了国内中高级车市场的领军车型。据上海通用介绍,目前以双君为代表的别克品牌所取得的市场成功,其核心是技术的不断提升,从三年前亮相的SIDI发动机,到当前最新一代的S6手自一体变速箱投产,双君车型正用技术革新,证明着别克的品牌实力。

改款改型更改技术

如果回顾一下别克君威和君越这四年以来在中国市场的产品轨迹,你会发现和它们销量的提升曲线所吻合的,还有一条鲜明的核心技术革新曲线。从2008年的新君威进入中国市场,到2009年新君越的加盟,再到如今2012款双君的上市,这四年四批次产品的更替,却带来了不止四次核心技术的重要提升。

和汽车行业常见的在一个产品周期内,年型车换型改款以外形细节和舒适性调整为主,不涉及总成部件的惯例不同,上海通用对于别克双君的改款却堪称年年都有大动作,款款都有新动力。从2008年让人眼前一亮的欧风底盘,到2009年SIDI智能直喷发动机的全面引入,再到同年1.6T发动机以惊人的82.5kW升功率亮相,新君威和新君越刚一进入中国市场,所展现的就是通用全球平台在底盘和动力上的技术



FlexRide自适应驾驶系统

实力。而当直喷、增压已经成为国人所认可的主流动力技术后,别克并未停止在核心技术上的演进,在2011年又以FlexRide自适应驾驶系统的导入,开始寻求在动力操控方面的提升,今年年初,2012款双君全面引入全新一代S6手自一体变速箱,在带来更及时的换挡时间和更平顺的动力输出的同时,还将能耗降低到业内领先水平,2.4L百公里混合工况综合油耗8.3L不但是上海通用产品线上的里程碑,即使在国内包含日系同级竞争产品中,也属于极具竞争力的数值,而实现这一切所依靠的,正是别克品牌所依托的通用汽车全球研发体系,对于核心技术的长期积累和不断研发。



2012款别克君越内饰

新技术带来全新细分

在熟悉中国汽车市场近十多年发展的业内人士眼中,上海通用一直都是产品策略和市场营销的高手,如果说当年别克通过新世纪和其后君威的导入,开创了国内中高级车细分市场,是他们对品牌和市场深入分析和匹配的结果,那么如今的别克对于新君威和新君越在中高级车市场的进一步细分,则更多来自于技术分野对产品定位的改变,简单来说就是需求引发技术,技术带来产品,产品细分市场,在这一循环中,别克再次领先的关键



2.0L Turbo SIDI智能直喷涡轮增压发动机

正是核心技术。

再次回望2008年,针对当时国内渐渐陷入低价疲惫竞争的中高级车市场,别克率先导入了极具动感设计的新君威,凭借欧式底盘设计和2.0T SIDI涡轮直喷发动机,一举切入当时并不为业界所看好的私人运动轿车市场。当市场还在三大日系的竞争中纠结的时候,新君威却凭借技术优势,获得近8000台的月销量;去年,君威GS上市,这次别克凭借着其所配置的FlexRide自适应驾驶系统,又把市场细分的目标标准了国内尚未起头的高性能中高级车,并为市场树立了新的技术标杆;刚刚上市的2012款君越,在今年的国内中高级车市场再次陷入价格战的胶着状态时,2012款君越依然把技术作为竞争核心,通过配备SIDI智能直喷发动机、全新一代S6手自一体变速箱、EPS电子助力转向、FNC刹车盘等先进科技,把产品定位在更为高端的中高级车行政级细分市场上,谋求可持续发展的市场地位,值得一提的是,别克君越上市2年多,25万元以上的车型占据了80%以上的比例,这相信也是别克将君越定位与更高端细分市场的底气所在。



2012款别克新君威、新君越

[观点]

从营销别克到技术别克

仅仅就在五、六年前,针对中国的汽车市场还有这么一种论调,针对这么一个庞大却又年轻的市场,“车子好不如卖的好”,“搞技术不如做营销”,而上海通用别克,则因为其开创初期,在中国市场近乎完美的表现,被人牢记着它出色的市场营销能力,而却往往忽略了其背后的技术实力。数年后,高速发展的中国汽车市场早就用现实证明了当年这些论调的荒谬,消费者对汽车技术配置的追求日渐上升,而上海通用别克却依然在续写当年的辉煌,此时,当人们再次审视别克的成功时,终于透过那层营销的华丽外衣,看到了这个百年品牌内在的技术实力,而

这才是别克品牌十多年来始终立于国内市场前列的核心所在。

从营销别克到技术别克,这不过外界认知的变化而已,但对于上海通用别克而言,技术和营销这两个手段却在这十年来从未放松,这让人不由跨界联想到另一个品牌——苹果,同样是走技术路线,但却达成了完美的市场营销。营销,永远需要技术来提供真材实料的产品和可以营销的话题;而技术,则需要成功的营销来推广和促进,否则永远没有市场,也不可能进步。回望别克品牌进入中国这十多年,尤其是从2008年开始的“全球平台,欧美技术”的全面转型,我们始终能看到技术作为暗线,市场作为明

线,在整个别克产品序列和营销传播时的交织与穿插。当然,最为重要的是,别克凭借这几年的全新产品,赢得了市场和用户的口碑,这也正是技术别克最有价值的成功之处。

单一品牌4年200万台,这是一个惊人的数字,它证明了别克营销战略的成功,更证明了别克技术战略的成功,但这一里程碑,对于别克团队、泛亚汽车乃至通用全球的技术研发部门来说,并不是一个停歇的结果,因为在他们的电脑和保险箱里,规划的已经是未来下一个4年乃至10年的产品,而届时销量的提升,相信也会因为技术的加速革新而不断加快,为此,市场拭目以待。

[链接]

君越5次核心技术升级一览

- 2009年7月 新君越上市3.0 V6 SIDI+2.4L
 - 同级率先引入3.0L V6 SIDI智能缸内直喷发动机,同级最强的澎湃动力平顺输出。
 - 同级领先的增强型H-Arm高等级后悬挂+CDC全时主动减震稳定系统。

■2010年4月



CDC全时主动式稳定系统

君威6次核心升级一览

- 2008年12月 新君威上市
 - “全球平台,欧美技术”战略下划时代的产品,开创国内私人动感座驾潮流
- 2009年4月 2.0T SIDI发布
 - 树立同级别动力标杆,81Kw/L升功率鲜觅敌手
 - 162Kw最大功率,350Nm峰值扭矩动力新标杆
- 2009年9月 1.6T上市
 - 82.5 kW/L升功率再破同级纪录

- 2.0T SIDI车型上市
 - 以升功率81kW/L的强悍动力性能,定义高档行政级轿车涡轮增压发动机领域的全新性能标准
 - 创出8.2秒的百公里加速,230km/h的最高车速和仅6.8L的等速油耗。
- 2011年1月 2.4SIDI上市
 - 率先实现全系运用应用缸内直喷技术的中高级车型
- 2011年9月 eAssist上市
 - 提供国内30万以内最理想的混合动力解决方案(价格亲民,贴近市场)
- 2012年2月 2012款上市
 - 2.0T和2.4L全新车型换装新一代

- Superboost超推进功能
- 2011年1月 2.4 SIDI上市
 - 更好性能,更低能耗
- 2011年9月 君威GS成都车展亮相
 - “智驱豹”高性能智驱轿跑
 - FlexRide自适应驾驶系统同级首现,提供“运动、舒适、标准”三种驾控模式、能识别11种工况。
- 2012年2月 2012款上市
 - 全系新一代S6手自一体变速箱
 - 2.4L百公里混合工况综合油耗8.3L



eAssist油电混合动力系统

- S6手自一体变速箱
 - 更好性能,换挡响应更及时,动力输出更平顺;更低油耗,2.4L百公里混合工况综合油耗8.8L



新一代S6手自一体变速箱