

## 都市车界

## 传祺GS5下半年开始发力

——广汽集团副总经理、广汽乘用车总经理 吴松

广汽集团通过几年的兼并与重组,已经形成了多个板块,包括乘用车、商用车、摩托车、零部件等主要生产板块,已经完成一个比较完善的布局。

在2012北京车展上市的传祺GS5是广汽全球研发网的成果,通过高端技术的引

入,以及广汽研究院的二次开发创新,经过大量实验后,具备了高性能与品质。吴松表示:“传祺GS5自3月1日下线以来市场反应热烈,意向客户超过13000个,订金订单客户达4000个。传祺GS5在15万元级上下的SUV细分市场上优势明显,预计正式上市销售后,月销量将达3000辆及以上。以目前的产能情况计算,生产周期已排到了7月。今年传祺系列的销售目标是4万辆,传祺GS5将主要从下半年开始发力。”



## 新轩逸将成为中级市场行业领袖

——东风日产副总经理 任勇

4月23日,东风日产携NISSAN、启辰双品牌亮相北京车展,东风日产副总任勇就2012年度东风日产事业规划、新车发布以及区域营销部署等接受了本刊专访。

2012年,东风日产提出100万辆销售目标。从2010年的60万,到2011年的80万,再到今年的100万,每年20万的净增量,让业界为之惊叹。一季度,整个汽车行业增幅仅为3%左右,东风

日产如何才能在这样的市场环境中脱颖而出,完成既定目标。任勇用数据回答了记者的提问:“前三个季度,东风日产实现销量22万辆,实现了16%的增速。这个速度排在奥迪之后,居全行业第二。全年100万的任务中,启辰品牌预计销量超过7万辆;新成立的数字营销部将完成10万辆任务。今年即将上市的两款Nissan新车,也会有10万增量。如此看来,我们完成年度任务是有根据的。”

车展开幕当天,雷诺-日产CEO卡洛斯·戈恩宣布全新一代轩逸首发亮相。满载荣耀与辉煌的轩逸,是东风



## 一汽要实现红旗品牌的伟大复兴

——一汽轿车销售有限公司副总经理 崔大勇

北京车展上,中国一汽带来了欧朗、奔腾B90和红旗系列的多款新车。随着这些新车逐步上市,中国一汽的产品阵营逐步完善,形成了涵盖年轻潮流市场、中级商务市场和高端豪华市场各大细分市场的产品谱系。北京车展上,一汽轿车销售公司副总崔大勇接受了本刊记者采访,介绍了当前红旗品牌复兴的幕后故事。

据崔大勇介绍,中国一汽为打造红旗精品投入了集团最优质的资源,

项目团队达到1600人。项目启动以来,累计投入研发费用52亿元。开发了L、H两大系列红旗整车产品,形成了可覆盖C、D、E级高级轿车的发展基础。在核心技术方面,已经拥有自主的V12、V8、V6和四缸增压系列发动机,以及全新开发的底盘系统、电子电气、网络平台、车身与内外饰等。

“十二五”期间,一汽将再投入105亿元,进一步提高红旗产品的研发能力,丰富产品系列。未来五年,红旗将再投放两款SUV、一款商务车和一款中型礼宾客车,不断满足用户对红旗高端车的需求。

崔大勇介绍说,红旗是有历史的品牌,从1958年到现在,国人对红旗的期许非常大,这不仅是一汽的品牌,也是中国人的品牌。所以一汽对红旗的一些东西刻意保留下来,包括一些流线型的设计,红旗S7这款车已经体现出来了,大家可以看出,不像老的车,符合主流的车的内部配置和外观。我们整个的研发和制造水平,也是做了非常大的努力,现在这个水平应该是不输于任何其他豪华车。



## 提升品牌形象 重树家轿地位

——北京现代常务副总经理 李峰

2012北京国际车展恰逢北京现代十年的节点,十年间,北京现代是用“现代品质”在打造“现代速度”。今年,北京现代制定的销售目标是80万辆,而且还有两款新车要上市。李峰介绍,“在下一个十年,北京将是用‘现代品牌’服务‘现代客户’”。

而关于北京现代旗下首望品牌和朗动的计划,李峰告诉记者,“去年我们已经发布了首望的品牌,目前我们也正在做两个自主品牌的安排,一个是电动车,一个是在自主品牌首望

日产旗下最成功的车型之一,自2006年国内上市以来,轩逸累计销量已超过50万台,并以“家轿四极”产品价值和“全尺寸旗舰家轿”产品定位,开创了中级家轿这一细分市场,树立了行业价值标杆。

对于全新轩逸,任勇表示:“凭借卓越的产品力和良好的用户口碑,轩逸成为中级家轿市场的开创者和引领者。新一代轩逸不仅凝聚日产汽车技术精髓,更以中高级车的研发基准和技术投入,颠覆了传统中级车价值标准,全面超越竞争车型,更超越了消费者对中级车的期待,成为史上最强中级车。”

的发动机的车型上,预计在今后适当的时候我们也会投放市场。”

朗动作为北京现代今年主推的新车型,也将在第三工厂投产,7月份进行朗动试生产。“朗动的生产预计在2012年的下半年,或者是2013年,北京现代在A级车重新实现过去传统的市场定位”,李峰介绍。据悉,朗动的亮点首先是在空间上,它的尺寸最大的,轴距到了两米七。融入了很多高科技的东西,全部安全性便利性和高科技都体现的淋漓尽致,同时1.8升的发动机也从过去的发动机变成了Nu发动机,变速器从5挡升级到6速,变速器也要进行升级,同时这一款车的造型也是全面优化设计的,所以消费者也会更加感觉到它的这种时尚、个性以及科技和便利、安全,有举足轻重的作用。“我们认为它是一款战略的车型,并且这一款车型在北美市场去年上市以来每个月超过两万辆,去年年底拿到了北美的COTY大奖,这一款车的竞争力还是非常强的。”李峰信心十足地表示。



## 北京汽车源于萨博高于萨博

——北京汽车股份副总裁 董海洋

北京车展上,坐镇主场的北京汽车在媒体日当天正式发布基于萨博技术全新升级的中高端轿车平台——“M-trix”平台。同时,出自该平台的首款中高级轿车C70G全球首发。此举标志着北京汽车通过消化吸收萨博技术,真正掌握了突破自主品牌中高端瓶颈的核心技术。同时也意味着北京汽车“技术立本”的发展理念取得了实践性成果。本刊就此专访了北京汽车股份有限公司副总裁董海洋。

据董海洋介绍,M-trix平台是北京汽车整个自主品牌战略中一个重要的组成部分。在这平台上,有4到6个产品正在开发。基于萨博技术的中高端车型C70G,是M-trix平台系列产品中的第一个中高级的轿车。从今年开始,两年之内,基于这个平台的系列产品也将陆续进入市场。

“源于萨博,高于萨博”是北汽自主品牌对于产品技术的追求和标准。北汽不但要传承萨博既有的优秀技术,而且,围绕着萨博,结合现有新技术和中国的市场需求情况,进行了大幅创新。从整车造型到电路架构,包括发动机、碰撞安全、电子电器的应用,这些方面都比萨博原来的设计好很多。“C70G体现了高效的动力,完美的驾驶,极致的安全和前瞻的科技,体现了这四个方面的重要特点。等这个产品具体上市以后,大家可以共同感受这个产品。”董海洋告诉记者。

## 传祺GS5解读城市SUV热销密码



据中汽协统计数据显示,2011年我国乘用车销售1447.24万辆,同比增长5.19%;SUV车型销售159.37万辆,同比增长20.19%,高于乘用车市场整体增速近15%,是增速最快的细分市场。

传祺GS5的下线可谓恰逢其时,赶上城市SUV市场的快速增长期;而且在产品力方面,传祺GS5引领都市风尚的时尚、动感造型也早已获得所有人的认可。但“好看”和“城市SUV”这两点,并不足以打动当下愈加理性的消费者。

在业内专家看来,广汽对城市SUV整体市场和消费者理念的精确把握才是传祺GS5预订火爆的真正推手。

## 精准产品定位抢占市场先机

纵观30万以内城市SUV市场,自主品牌或因产品力不足或因品牌力不足很难进入12万以上城市SUV市场,而合资品牌则为高品牌成本和保障利润率很难下探到15万元,这就造成了当下12-15万元城市SUV的市场空白。

传祺GS5早已抢先洞察这一市场机遇。“广汽通过深入研究国内外城市SUV市场发展趋

势后,推出了这款售价12.38万元起的车型。”广汽相关负责人介绍说。业内专家指出,传祺GS5是12-16万城市SUV黄金空白地的先行者,精准产品定位是其受追捧的重要因素。

## 人性化舒适科技享驾控乐趣

“我肯定会买有足够的舒适功能配置的车型,最好有ESP和自动驻车等配置”,一位要购买城市SUV的消费者如此说。当下,都市精英人群追求极致舒适生活的诉求与堵车等都市“病”之间的矛盾日益突出,只有配置更全面的车辆行驶辅助设备才能实现消费者追求驾乘舒适的诉求。

传祺GS5深谙此道。据介绍,为了降低拥堵状态下驾驶者操作强度,传祺GS5配置带运动挡5速手自一体变速箱和EPB电子驻车系统,这样在堵车时驾驶者仅需一只脚、两个动作就可以实现起步、行驶、停车和驻车四个状态,让驾驶者充分享受到人车互动带来的舒适享受。

同时,为了让驾驶者能够安心享受人性化科技带来的轻松驾驶体验,传祺GS5配置博世第九代ESP、AFS智能随

动大灯系统、TPMS直接式胎压监测系统等国际领先的安全配置,而这些配置通常仅配置在奥迪等中高端车上。

## 大空间顺应消费需求大趋势

“我就想换辆空间更大的车型”一位想换车的朋友说。中国汽车市场已经高速发展将近10年,二次购车在汽车消费者中的比例也越来越高。相比很多仅将车作为代步工具的首次购车消费者,二次购车的消费者更加注重车辆空间。

“传祺GS5是一款在欧洲高性能中型车底盘基础上全新开发的城市SUV。”谈到车型级别时广汽相关负责人介绍说,据了解,得益于欧洲高性能中型车底盘,传祺GS5车身尺寸达到4732mm/1854mm/1680mm,轴距达2710mm,超大的尺寸能够为乘客提供更为舒适的驾乘空间和最大容积可达到1350L的后备箱空间。

有业内专家指出,对比合资品牌竞争对手,传祺GS5有望凭借精准的定位、强大产品力以及高性价比,在竞争愈加激烈的城市SUV市场脱颖而出,成为畅销车型。

## 首批雅科仕、劳恩斯新车主开启韩国之旅

近日,现代汽车的“现代至尊保障服务”全面兑现服务。首批雅科仕和劳恩斯新车主及家属约100人,奔赴韩国开启了为期五天四夜的“现代汽车雅科仕及劳恩斯高端客户访韩”的豪华之旅。

据了解,凡是2012年新购雅科仕或劳恩斯的车主以及在今年介绍朋友成功购车的原雅科仕、劳恩斯的车主均可享受免费豪华韩国游这一尊崇服务。韩国之行安排极为尊贵,旅游目的地包含首尔、济州岛和大田等多个热点城市,入住的酒店也均为韩国当地特一级的五星酒店。

车主们既能够欣赏济州岛的油菜花、首尔的樱花,还能在著名商业街明洞等地感受首尔作为国际大都市的现代气息。

“现代汽车雅科仕及劳恩斯高端客户访韩”是“现代至尊保障服务”专属增值服务之一。该项服务今年一月份在全球范围内于中国首推,作为雅科仕和劳恩斯2012年的新车主,客户可以通过这个项目获得包括“新车更换服务”、“车辆养护服务”、“残值保障服务”以及“专属增值服务”四个方面共11项国内首创的高端服务。

据英基常务表示:“我们对于在中国市场首推的‘现代至尊保障服务’,信心十足。希望通过这些服务,能带给高端用户专属的、独特的尊崇体验,能让我们成为用户贴心的旅途伴侣,这是现代豪华车品牌的价值所在。”

这一系列的举措再一次诠释了现代汽车“New Thinking, New Possibilities(创新思·启新境)”的企业愿景,更展示出现代汽车作为全球五大汽车厂商的强劲实力。

到目前为止,“现代至尊保障服务”已经带来了良好的消费者反馈,通过量化的、可执行的保障服务,现代汽车率先将服务真正落到了实处,让车主获得更加贴心、实在和尊贵的服务感受,也将为现代汽车在雅科仕及劳恩斯高端车领域的拓展打下坚实的基础。相信现代汽车的一系列创新举措将逐步转变豪华车市场服务领域的滞后状况,带动豪华车品牌全面注重服务品牌的发展。

(关心怡)

## 罗兰·加洛斯版508“狮”展科技魅力

与法网已经牵手超过1/4世纪之久的汽车品牌——标致,首次在中国推出508罗兰·加洛斯版限量车型,助兴法网公开赛。

身披罗兰·加洛斯战袍的508凭借其全面超越同级的智能化科技装备在B级车市场中独树一帜,展现出瑞士天王费德勒连续285周占据男子网球世界第一宝座的强劲实力。

## Info-Drive系统

Info-Drive系统便是大家常常听说的车载人机交互系统。奔驰、奥迪等品牌也都在高端车型中主推这项配置优势,以Command、MMI提出了汽车智能化构想,508则在B级车领域开此先河,可谓是先中高级之忧而忧。一个旋钮多项功能,导航、蓝牙、多媒体全掌握,控制乐趣带来的满足感,

也让车主们享受了一把“先中高级之乐而乐”。

## VTH抬头显示屏

Info-Drive固然很牛,但和VTH相比较,似乎又是小巫见大巫,它帮助驾驶者摆脱了传统驾驶条件的束缚,通过在仪表盘正上方翻起的黑色屏幕即可尽览行车及导航信息。

## 后排公务舱

放松是优雅的前提,不优雅怎敢称“知行合一”。作为一款为年轻、有品位的知性成功人士量身订做的旗舰车型,508理所当然要“劳心劳力”,用贴心配置帮助驾驶人员放松身心。光是座椅这一项,就有按摩、4座电加热、后排座椅靠背10度可调、后排公务舱全员电控可调,这好几项功能。“坐

着不如倒着”?试试508,你才知道这话也不完全准确。至于像智能四区空调,i-START无钥匙启动系统这些,对于508来说只能算是常规配置。不需多言,因科技享受自是不言而喻。

## 智能四区空调、i-START无钥匙启动系统

事实上,早自1984年起标致就开始与法国网球公开赛保持着密切的合作,旗下高端车型被大赛指定为冠军及VIP专用座,并连续多年推出数款“法网版”车型。此番东风标致用508延续渊源,优雅与激情的品味自有一番魅力。而“罗兰·加洛斯”标识出的限量版价值,加上诸多媲美豪华车型的科技配置,这份驾驶尊贵的诱惑力更是非凡响。(妍妍)