

2017连续十二个月同比增长、全年终端销售增22.7%

销量突破14万，自主“新锐派”东风启辰崛起



2017年，东风启辰完成批发143,206辆，同比增长25.2%，终端零售143,031辆，同比增长22.7%，双双创造历史最高纪录。

2017年是东风启辰战略转型的突破年。东风启辰在过去的一年接连推出T90、M50V、全新启辰D60和全新启辰D70四款新车，进一步完善SUV、MPV和轿车等区隔领域产品矩阵，更在短短月余打造两款爆品：首款车联网战略车型“高品质智联轿车”全新启辰D60和“高品质智联SUV”全新启辰T70。两款车型一经上市便迅速成为爆款：12月份，全新启辰D60批发首度破万，全新启辰T70零售环比增长39.5%，两车形成“双剑出鞘”格

局，成为提振销量的两大主力。

得益于共享日产体系，东风启辰旗下各车型的生产品质与日产同标准。同时，顺应汽车制造行业“智能化”“网联化”的发展趋势，2017年，东风启辰与高德地图等科技公司达成战略合作，正式进入车联网2.0时代，热销的全新启辰T70和D60搭载了全新启辰智联系统，是当前市场上少有的系统成熟、体验流畅的智联车型。

2017年，东风启辰共举行了894场线下活动，针对不同车型进行差异品牌营销。“在启辰T70上市过程中，我们努力打造十万级自主SUV产品中的质感男神形象。”东风启辰汽车公司副总

经理马磊介绍，同时组建“父爱联盟”车主俱乐部，倡导车主放下手机，带着孩子看世界，积极传递车主热爱生活的一面。

经过近一年努力，东风启辰实现一网265家，二网200家，城市覆盖率从2016年的50.8%提升至60%。在经销商培训方面，东风启辰转变意识，由“如何管理经销商”改变为“如何服务好经销商”。围绕“以产品为中心的营销推广”和“以渠道为中心的市场渗入”，东风启辰最终实现市场销量增长和经销商盈利能力提升的双丰收。

东风启辰汽车公司总经理周先鹏指出，东风启辰的创立，抓住了中国自主品牌发展的最后一个窗口期、机遇期、黄金期，肩负着创业创变的使命，承载着做大做强的梦想。对启辰人来说，创业初心就是全心尽力、创新进取，是一种不断拼搏、奋勇向上的激情和信心。“拼”，正是东风启辰团队一直保持的状态。于是，东风启辰“拼”出了年产销超14万辆规模，“拼”出了累计销量突破62万辆。

(eleven)

御冰雪，蕴澎湃

一汽丰田全系激舞镜泊湖

在刚刚过去的2017年，一汽丰田以全年销量70.6万台，同比增幅7%的成绩超额完成了计划目标。为感恩回馈消费者，“一汽丰田冰雪澎湃创享汇”活动于岁末年初在镜泊湖举行。

在零下20多度的严寒天气下，在欢乐的节日气氛中，全新皇冠、普拉多、荣放，以及威驰、卡罗拉等悉数登场，为大家带来激情冰雪驾驶体验的同时，也让人充分感受到一汽丰田产品强悍、过硬的性能和品质。为了让大家在冰天雪地中有一次有趣且从未有过的体验。本次试驾共设计了7种赛道，其中以传奇赛道Fuji Speedway为原型打造的

富士山综合赛道最为著名。随着测试项目如火如荼的进行，在教练的悉心指导下，人们的操控越来越熟练，心态也更加放得开。在近30公里的非铺装路线与铺装路线结合的开放道路上，大家驾驭着荣放和普拉多真切地体验了冰天雪地里的激情穿越。一路上面临各种挑战却有惊无险，让人对荣放的适时四驱和普拉多的脱困能力印象深刻。在富士山综合赛道上，很多人用皇冠轻松的实现了雪地漂移，完成人生中一次颇有征服感的挑战。这边有人驾驶威驰在同心圆赛道上玩漂移，那边有人开着卡罗拉在直线、蛇形赛道上加速、转弯，各种



动作一气呵成，不亚于赛车手的表现，让人称赞连连。

在冰雪世界中，一辆辆车如同甩着银色长尾的各色精灵，在皑皑白雪中肆意的舞动，激起的雪尘随风飘扬，场面极其壮观。冰雪试驾让大家享受冰雪驾驶带来的快乐体验的同时，也展示了一汽丰田对全系产品在极端恶劣冰雪条件下的高度自信，以及一汽丰田积极乐观、向上发展的精神。

(晓丽)

新红旗让梦想成真

中国一汽发布新红旗品牌战略

1月8日，中国一汽红旗品牌战略发布会在北京人民大会堂盛大举行。中国第一汽车集团有限公司董事长徐留平和各界嘉宾，以及全国媒体等近千人，共同见证这一红旗发展史上的重要里程碑。新红旗品牌战略掀开了“新时代、新红旗”振兴的新篇章。

徐留平表示：“新红旗的品牌理念是‘中国式新高尚精致主义’，品牌目标是成为‘中国第一、世界著名’的‘新高尚品牌’；满足消费者对新时代‘美好生活、美妙出行’的追求，成功地肩负起历史赋予的强大中国汽车产业的重任。为达成这一使命，新红旗将奋力向2020年销量10万台级，2025年30万台级，2035年50万台级的宏伟目标迈进。”

这意味着，新红旗将把中国传统优秀文化和世界



先进文化、现代时尚设计、前沿科学技术、精细情感体验深度融合，打造体现“品味高尚、大气典雅”，“理想飞扬、激情奔放”，“精益求精、细心极致”，和“随心合意，完美体验”的卓越产品和服务。

在全新品牌战略引导下，未来新红旗家族将包括四大系列产品：L系—新高尚红旗至尊车、S系新高尚红旗轿跑车、H系—新高尚红旗主流车、Q系—新高尚红旗商务出行车四大系列产品。在2025年前，新红旗将推出17款全新车型。

(永森)

荣威RX5连续5个月热销超2万

“全球首款量产互联网汽车”荣威RX5月销再超2万！这也是荣威RX5连续5个月销量稳超2万辆。另外，“实力派互联网SUV”荣威RX3上市仅一个多月销量已达14585辆，尽显爆款态势。在荣威RX系列热销的带动下，上汽荣威在2017年12月份销量近4万辆，2017年累计销量达38.5万辆，同比激增60%，成为增速最快的汽车品牌之一，强势领跑中国车市。

作为互联网汽车的先行者，上汽荣威还率先启动了全球最大规模的互联网汽车在线升级，引领互联网汽车进入2.0时代，持续让用户体验到真正的互联网汽车所带来的迭代升级、智能出行新体验。

凭借全方位越级品质和快速升级，2017年荣威RX5销



量持续走高，超越众多热门合资车型，全年累计销量近24万辆，连续5个月销量破2万辆，成为全球销量最高的互联网汽车，持续稳居“15万元”优势地位。

在以荣威RX5、荣威RX3、荣威i6等为代表的互联网汽车布局下，上汽荣威已率先形成面向未来的产品系列，成为全球互联网汽车占比最高的汽车品牌。2018年，处于快速发展通道的荣威品牌，将继续引领车市变革，为消费者带来更多越级的出行新体验、新价值。

(夏风白)



《都市车界·车市大联展》