

北美车展再度“亮剑” 广汽传祺品牌国际化加速

■ 本报记者 谢育辰

回首过往的一年,广汽传祺驶入了销量爆发期。终端销量超过38万辆,以同比劲增96%的成绩晋升中国自主品牌的领军者。其中,面向中低端市场的传祺GS4长期位居我国SUV市场前三名,而主打中高端市场的GS8上市两个月订单达3.1万辆,打破了自主品牌20万元的天花板。

稳固国内市场的同时,广汽传祺第三次登陆北美车展,此次广汽乘用车在海外市场上亮出了最强阵容,全球首发的传祺GS7、概念车EnSpirit、传祺GE3,以及旗舰型轿车GA8等车型悉数亮相,其品牌国际化迈入了全新阶段。

全年销量同比劲增96%

作为发展较快的中国品牌,广汽传祺2016年交出了一份扎扎实实的成绩单,发展速度和盈利水平位居中国汽车品牌前列。

事实上,广汽传祺已经连续6年以85%的年均复合增长率实现了优质高速发展,而这得益于广汽传祺始终坚持正向开发,坚持国际标准,构建了集全球研发网、广汽生产方式、全球供应链体系等为核心的造车体系,确保了传祺产品均具备世界级品质水准。在J.D.Power新车质量评价(IQS)中,广汽传祺连续四年获得中国汽车品牌第一,2016年排名全行业



广汽集团执行委员会副主任、广汽乘用车总经理郁俊做英文演讲

第五,取得中国品牌历史性突破。

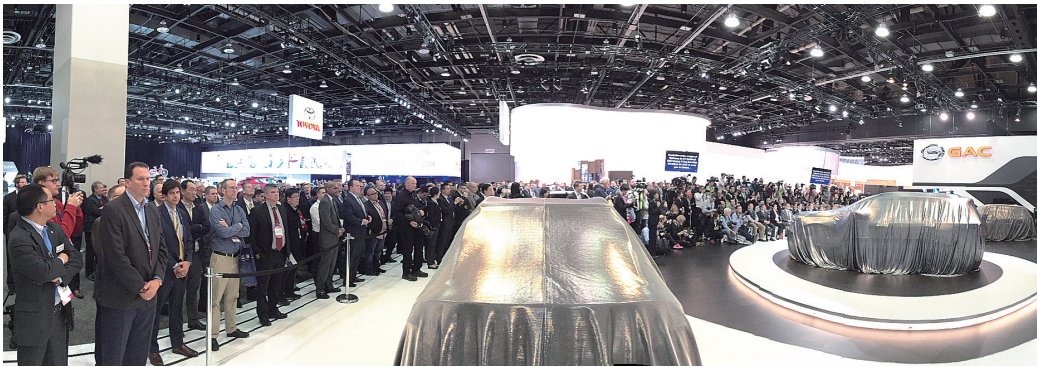
面对旺盛的市场需求,2016年广汽传祺完成了中国三大生产基地的产能布局,广州工厂标准产能35万辆/年,杭州工厂产能20万辆/年,新疆工厂首期规划产能5万辆/年,形成覆盖珠三角、长三角和“一带一路”经济带的全国布局,为后续进一步打开市场空间奠定了坚实基础。据了解,广汽传祺今年将集中推出9款新车,并向50万辆销量目标发起挑战。

打破自主品牌高端瓶颈

2016年是“十三五”的起始年,也是广汽传祺的品牌年。广汽传祺全面启动品牌高端化战略,在其全新开发的C及高端战略平台上,先后推出了传祺GA8和传祺GS8两款

高端车型,并在北美车展上全球首发了“硬派5座SUV”传祺GS7,充分展现了广汽传祺高端制造的水准,同时也引领着中国品牌价值的持续跃升。

值得一提的是,新闻发布会上,



广汽集团新闻发布会受到国际媒体高度关注,现场人气火爆

广汽集团总经理冯兴亚、广汽乘用车总经理郁俊做英文演讲,体现了广汽在国际平台上积极交流的能力,以及广汽集团新一代领导的国际视野,全面展示出广汽全新的国际化品牌形象。

广汽传祺起步便定位中高端市场,目前所有在售车型均在10万元以上,单车售价为中国品牌最高。随着传祺GS8和传祺GA8两款高端车型的先后上市,传祺品牌形象进一步向上拉升。同为去年上市的“旗舰级豪华大7座SUV”传祺GS8,上市仅两个月的时间,月销量便均突破6500辆,待交付订单突破3.1万辆,创造了同等价位中国品牌车型良好销售成绩。

海外市场捷报不断

在国内持续高速优质发展的同

时,广汽传祺“先树品牌,再增销量”的海外发展路径也逐步取得突破。广汽传祺作为三度参加北美车展的中国品牌,成为北美车展110年历史上首个进入主展馆的中国品牌。

2016年初,广汽传祺凭借在汽车制造领域卓越的国际标准及优异的市场战略,被Bloomberg Business授予“成长最快的中国汽车企业”。同年6月,传祺GS4再次斩获国际大奖,荣膺由日本顶级杂志《CAR-STYLING》颁发的“2015最佳中国量产车大奖”。

与此同时,广汽传祺也在逐步拓展海外市场,目前已在科威特、阿联酋、智利、柬埔寨、尼日利亚等14个国家布局了销售和服务渠道营销网络。在中东地区,传祺品牌已成功以中高端产品切入市场,并领跑中国汽车品牌当地市场销量,成为消费者口中的“最好中国品牌”。

本土化与年轻化双驱动 华晨宝马践行“中国特色”

■ 本报记者 谢育辰

在2016年年末宝马中国的沟通会上,宝马(中国)汽车贸易有限公司总裁刘智博士描述华晨宝马已经从“在中国生产”过渡到“为中国生产”的全新战略高度,无论是已经上市的全新BMW 3系,还是即将上市的全为中国市场打造的全新BMW 1系,足以窥见宝马在本土化和年轻化上的全新思考,打造符合中国消费者的产品成为华晨宝马的全新战略目标。

回首过往的一年,豪华车市场的竞争日益焦灼,特别是第一阵营的奥迪、宝马和奔驰,三者的竞争态势更为激烈。其中,宝马在调整期创下在华最高纪录,全年首次突破50万辆;奔驰在华斩获历史最高增速,全年销量同比增长26.6%;而奥迪放缓了脚步,与另外两者的竞争优势正在不断缩小。对于中国豪华车市场的新形势,三者都在寻找那把“制胜钥匙”,而宝马则率先给出了答案。

在去年第四季度上市的全新

BMW 3系车型上,宝马出人意料地在传奇车型上“大做手脚”:首先,华晨宝马首次将B系列发动机用在3系上,值得一提的是B38发动机分别摘得“世界年度发动机大奖”和“沃德十佳发动机”大奖;其次,8速运动型手自一体变速箱保持着对新奔驰C级和奥迪A4L的竞争优势;再次,宝马引以为傲的M套件终于拓展至3系长轴距车型上,这些改变让追逐极致驾控的BMW 3系更加贴近年轻消费群体。

2017年对于宝马而言是值得期待的年份,在产品国产化方面,华晨宝马将在今年年初迎来全新1系的上市,此外还将在3月份推出BMW 2系旅行版以及5月份上市BMW X1。值得关注的是,这些车型上在进行本土化生产时增添了专门为中国客户量身打造的配置和设计,比如标配的可有效过滤PM2.5的高效微尘滤清器、加长的轴距、全景天窗,以及更适合中国路况的底盘调教等。华晨宝马总裁兼首席执行官魏岚德认

为,这些“中国特色”足以证明了华晨宝马在客户年轻化、品牌本土化方面的精准落地。

随着产品的逐步就位,华晨宝马在营销渠道、售后服务方面也在不断升级,截至目前,华晨宝马已在全国建立起超过500家4S店,渠道进一步向三四线城市下沉。目前,宝马品牌在华市场保有量已经超过270万辆。为更好地给客户提供服务,并进一步挖掘市场换购需求,在宝马平台产品体系内“升级消费”,宝马在去年10月底进行了二手车业务战略升级。此外,按照华晨宝马的规划,今年还将迎来全新工厂的开业,继沈阳铁西工厂之后,这座新工厂仍将再次延续宝马创新生产和可持续生产的水平。

随着宝马在中国本土化的提速,野村证券等机构预测华晨宝马将迎来持续两年的复苏期,其中2017年的全年销量增速或高达23%,届时,如果奥迪在中国不能重回高增长的态势,那么第一的位置很有可能被宝马取代。

车市动态



新TIIDA:操控与节油兼得

新TIIDA自推出至今一直备受关注,除了年轻动感的外观,出色的动力总成与燃油经济性也是吸引年轻人的主要因素。新TIIDA采用了全面升级的HR16 1.6L全铝发动机,该发动机在保持足够的有竞争力的动力水平前提下,燃油经济性更是进一步提升,动力与

油耗达到了黄金平衡。新车采用了日产全新D-STEP智能变速技术,为灵动操控提供了可能性。在汽车低速启动时,能带给驾驶者更为强烈的加速感。新发动机搭配了ISS自动启停系统,为降低油耗提供支持,百公里综合工况油耗仅为5.3L,成为同级标杆。

寰球汽车2016年度车大奖出炉

1月13日,寰球汽车2016年度盛典在北京秀谷举行,来自汽车业内外300余位专家、领导、跨界人士、媒体聚集一堂,共同见证这一盛事。寰球汽车年度盛典自2014年举办以来已经走过三届。本届年度盛典寰球汽车集团立足打造中国汽车权威、公平、透明的

汽车奖项评选,最终年度大奖分别由专家、媒体、车手共三组评审团现场投票决出,投票与世界杯承办地评选方式一致,经过三轮公开投票后,最终在7款入围车型中,全新梅赛德斯-奔驰长轴距E级车摘得寰球汽车2016年度车大奖。

智能娱乐成紧凑车新亮点

作为一款专为年轻人而来的两厢车型,新TIIDA在“智能”上的亮点颇受关注。除了一直被媒体强调的安全系统和动力总成外,对娱乐系统的配置也没有丝毫懈怠。新车搭载的i-CONNECT智能娱乐系统,为年轻人在漫漫长途搭建了一个“会玩”的娱乐平台。i-CONNECT智能娱

乐系统拥有智能手机互联系统和5英寸TFT仪表盘彩色3D显示系统两大部分。其中,智能手机互联系统就是“会玩”的核心。该系统与兄弟车型新蓝鸟、新轩逸上所配置的类似,能同时支持WiFi(安卓)和CarPlay(苹果)手机连接两种形式,兼容安卓主流手机和iPhone。