

东风悦达起亚全新战略SUV——新一代智跑深度剖析

Design Kia 再现独特魅力

沈天香

目前,中国汽车市场整体趋向于稳健发展,在各细分市场中,SUV市场依然是主战场。在产品趋同化发展的当下,如何推陈出新,以独特魅力打动已产生审美疲劳的消费者,考验着厂商对消费者需求的洞察能力。

伴随着Design Kia在全球范围内爆发出旺盛生命力,起亚设计逐渐成为塑造起亚品牌辨识度、提升品牌感染力的重要标识。而新一代智跑,在延续SUV家族荣耀的同时,也展现出了全新进化的Design Kia的独特魅力。

新一代智跑 定义全新设计风潮

外观上,新一代智跑的前脸部分对家族标志虎啸式前脸进行了全面进化。发动机盖上的体量感,展现出十分强壮的特征,品牌logo与宽大的前格栅完美融合,呈现充满自信的视觉效果。前格栅两侧的大灯设计独具匠心,嵌入精致的电镀灯眉,仿若鹰眼般锐利威猛。前脸下方,可以看出SUV十分典型的粗犷特点,给人



以安全感、保护感。左右两侧的雾灯被称为“冰立方”,独特的造型十分有趣,极大提升了车型的辨识度。

车身侧面设计干净利落,稳重扎实,高大的车身给人以岩石般的稳固姿态;铝制行李架及电镀条优化了侧面设计;侧裙边与前后保险杠完美结合;轮毂设计亦十分强壮,配合精心设计的轮胎,具有很好的抓地力。

尾部设计中仍然凸显出强壮和保护的特征,尾灯采用了“冰立方”的设计,并向两侧延展,让车窗看起来更宽。透过水晶般通透

的灯罩,可以清楚地看清车灯的细节。从实用性出发设计的后雾灯更大,即使距离很远也能够轻松看清,进一步提升了行车的安全性。

从新一代智跑的外观设计可以看出东风悦达起亚在汽车设计方面的全新改变,同时也能体会到对中国消费者用车理念进化的敏锐洞察。如今,汽车不再仅限于满足交通需求,而是成为消费者内心渴望的外延,是他们人生理念的写照,在生活与精神两个层面给予消费者共鸣。新一代智跑硬朗、霸气的外观设

计,与那些对生活有着独到见解,对未来充满坚定信念的行动派消费者强大而自信的内心相呼应。

新一代智跑 定义全新标准

内饰方面,新一代智跑采用了横向、水平的设计,像城墙一样,环绕保护驾乘者,带来强烈的安全感。在视觉上,水平的方向性更加稳定,横向的配置也十分优雅。在功能上,横向走势不仅让所有布局都呈现出对称性,也让所有的功能键都集中在中央区域,操作更加方便。

其中,大尺寸液晶显示屏设计灵感来源于山顶的寺庙,具有庄重感及仪式感,十分引人注目,也更便于信息读取。在常规配置的机械仪表之外,还应用了可对应标准、运动、情节三种模式的多彩液晶仪表盘,完美实现了清晰可读的功能化需求与艺术化美学的平衡。而在内门把手等细节处的设计,十分简洁、精准,充分考虑车主及乘客需求。内饰还大量运用了皮革的设计,精致的缝线,既有科技感,也足够舒适。

此外,新一代智跑具备搭载

百度DuerOS系统的8英寸智能互联系统,可实现精准、高效、强大的语音导航及车内语音操控系统,有效提升导航功能性,并实现便捷、高效、精准的目的地查找;可实现娱乐信息的多样化搜索,例如电影、人物、天气、股市、车辆限行等信息的搜索;实现对车辆空调、音响系统的语音控制及蓝牙电话拨打;通过关联起亚UVO技术可实现对车辆的远程控制,对空调、车门开关等进行控制,并确认停车位置及车辆状态等。

安全方面,其搭载了DRIVE WiSE智能安全辅助系统(FCA、LKA、DAW),还配备了TPMS独立数显胎压监测系统、高效EPB电子手刹+自动驻车。配置方面,新一代智跑配备有通览式全景天窗、7英寸全彩仪表盘、座椅八向调节、自动恒温空调、空气净化系统等,带来同级别领先的舒适享受。

即将于上半年发布的新一代智跑,代表了东风悦达起亚在SUV领域的全新战略布局,是企业愿景“让汽车生活更精彩”的又一次完美兑现。上市后,相信会有万千消费者亲身感受到新一代智跑带来的极致驾乘体验。

加速构建年销200万辆营销体系 吉利开启江浙市场新篇章

沈天香

近日,吉利汽车江浙地区28家经销商联合开业盛典在湖州利驰吉利4S店举行。在开业仪式上,吉利控股销售公司副总经理、吉利品牌销售公司常务副总经理宋军为经销商代表颁发授权牌匾。在车市整体微增长的大环境下,此次江浙地区28家经销商和投资人斥巨资联合开业,不仅意味着经销商对吉利汽车的发展前景充满信心,同时也代表吉利汽车将深耕华东地区一二线市场、开启江浙地区市场的新篇章、加速推进构建年销200万辆营销体系。

28家店斥资6.48亿元联合开业

此次参与江浙地区联合开业的28家店,包括浙江省17家店和江苏省11家店,其中新加盟店13家、异址新建店7家、现有升级店8家,总占地面积9万多平方米。另外,28家经销商总投资额高达6.48亿元,投资额超过2000万元的经销店有6家,投资额超过5000万元的经销店有3家。

在28家店中有2家S级店和17家A级店,为吉利汽车深耕江浙市场、开启华东地区市场新篇章打下高品质、高标准的坚实基础。这28家店均按照吉利渠道3.0标准建设,导入了全新的渠道VI形象标准,对店铺的展厅布置、维修车间规范、VIP休息室、敞开放式洽谈区、精品区等硬件进行了全面升级,为车主提供与吉利3.0代精品车相匹配的高品质服务,让消费者感受更舒适的购车环境和服务体验。

数据显示,2017年吉利汽车总销量达124.7万辆,同比增长63%;全年总收益927.61亿元,同比增长73%;实现利润达到106.34亿元,同比增长超过108%。2018年前两个月的总销量为26.5万辆,同比增长38%,旗下博瑞、博越、帝豪GS、新帝豪、全新远景等款款热销成为爆款,成为各细分市场的标杆,领跑中国汽车品牌。

作为东部沿海发达省份,江苏和浙江的消费市场一直是全国市场的风向标。2017年,吉利在浙江终端销量达10.24万辆,同比增长53%,跃升为吉利全国销量最大的省份,市场占有率排名第4。在江苏地区终端销量达6.4万



辆,同比增长55.8%,市场占有率中国品牌第一。2018年前两个月,吉利在江浙地区的终端销量为2.67万台,同比增长40%,持续保持高速增长态势。

而吉利在“家门口”杭州的表现同样不俗,2017年在杭州销量超2.4万辆,同比增长60%,市场排名从2016年的第5名上升到第3名(仅次于上海大众和一汽大众),展示出吉利汽车在一线市场的强劲增长势头。可以说吉利汽车旗下产品“款款都是爆款”的良好发展势头,给了经销商伙伴们极大的信心。

打造3.0代渠道生态

进入2018年,吉利走进实现“20200战略”目标的关键年,更是吉利汽车从高速增长转向高质量发展的关键一年。吉利汽车将以创新为引领,打造吉利汽车发展新动能,在新一轮产业升级中占领制高点,成为中国品牌的领军者。

同时,今年也是吉利的产品大年,除了已经上市的2018款帝豪GL、全新帝豪、2018款博越之外,今年还将陆续推出轿车、

SUV、跨界SUV、MPV等5款极具市场竞争力的全新车型。在新能源产品领域,吉利汽车将全面迈入新能源汽车时代。年内,吉利将推出包括帝豪EV450、K车型、博瑞插电混动、帝豪GL混动以及其他HEV共多款新能源汽车。

为了能让超过600万的基盘用户享受到与3.0代精品车相匹配的高品质服务,2018年吉利将持续深化营销3.0体系建设、加速推进200万辆营销体系的建设,着力推进营销标准3.0宣贯,着力推进“渠道建设321工程”,不断改善经销商的硬件设施和服务水平。目前已有343家经销商按照吉利渠道3.0标准完成建设和升级,未来两年到三年内所有经销商都完成渠道的3.0标准升级。

同时,遵循“注重生态、合理布局、良性竞争、优胜劣汰”的渠道发展原则,严格“渠道准入”与“产品授权”管理机制,推进渠道“一标双网”,重视对渠道的经营和培育,注重经销商整体实力和盈利性的提升。到2020年吉利汽车将形成超过1200家渠道布局,构建能够承载年销200万辆的渠道生态。