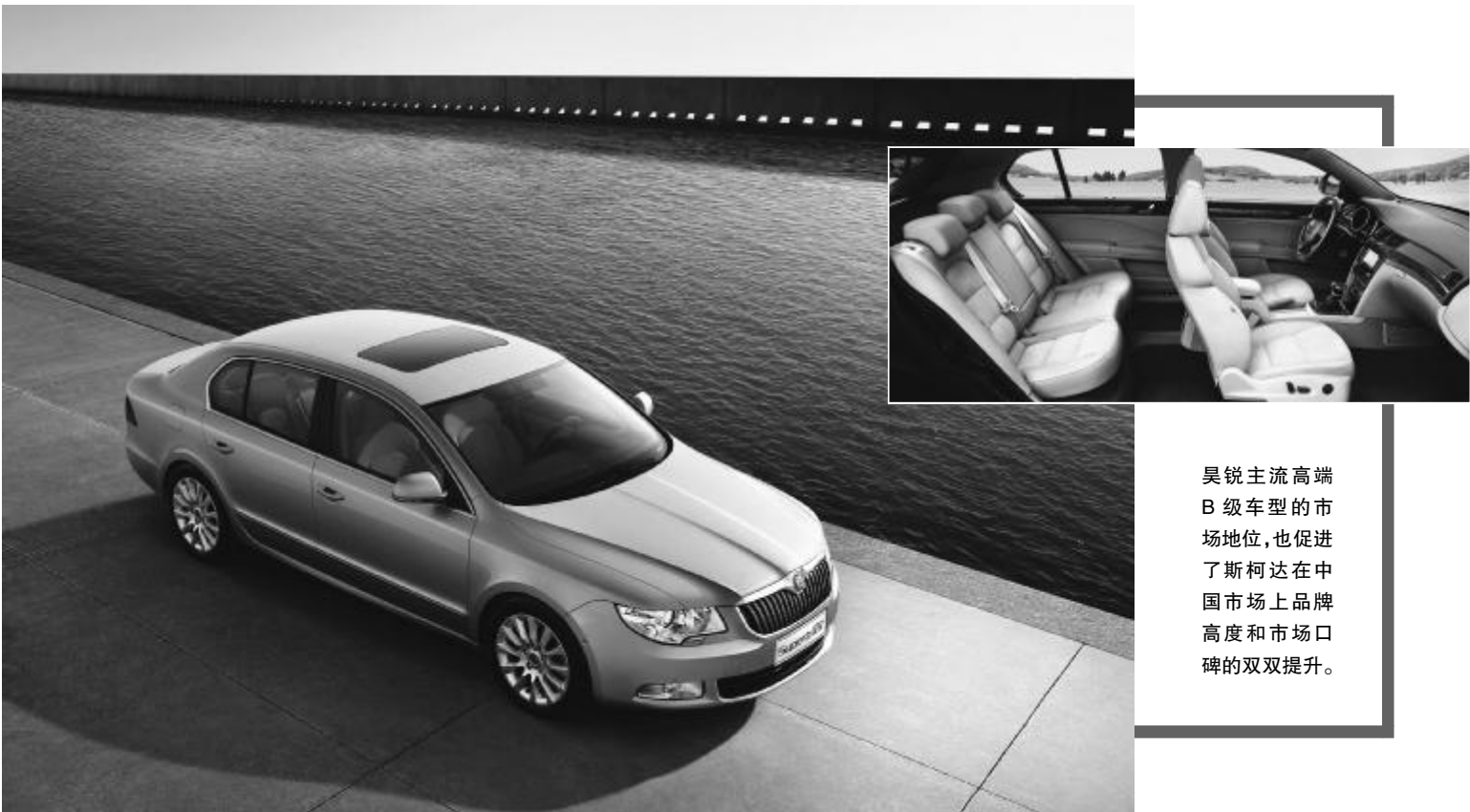


斯柯达昊锐：前瞻科技引领绿色消费



昊锐主流高端B级车型的
市场地位,也促进
了斯柯达在中
国市场上品牌
高度和市场口
碑的双双提升。

■ 本报记者 李邈

在中国市场,与其他国外品牌相比,斯柯达无疑是一个“小字辈”。纵然它已拥有横跨百年的品牌历史,但必须承认作为“迟来者”,绝大多数中国买家是在最近几年才开始了解并接受这个来自捷克的“绿色飞箭”。

已经有着近80年的品牌历史,昊锐的上市完善了上海大众斯柯达在华的产品阵营。在中国B级车市场上,昊锐以创新科技和节能环保的消费风潮,巩固了昊锐主流高端B级车型的市场地位,也促进了斯柯达在中国市场上品牌高度和市场口碑的双双提升。

绿色出行是当下最热门的话题之一,在汽车消费中,越来越多的消费者倾向于选择一款节能环保、经济省油的车型。昊锐在这方面表现出色,竞争优势明显,以前瞻科技树立了节能环保的B级车典范,深受用户青睐。

顶尖技术打造 高效节能动力

秉承欧系车注重动力操控的传统优势和技术实力,昊锐在动力匹配上实力出众,实现了动力性能与燃油经济性的完美平衡,充分满足了消费者绿色出行的需求。

昊锐全系搭载了大众汽车集团富有盛誉的TSI发动机,提供了经过优化的1.4TSI、1.8TSI和2.0TSI三种动力选择。这三款发动机都采用了燃油缸内直喷和涡轮增压两大尖端科技,与同排量的自然吸气发动机相比,不但拥有更为强劲的动力输出,

“

斯柯达在中国取得的成功,背后引发的思考至少有两点:首先是用了不到6年时间,斯柯达在中国的品牌知名度缘何大幅提升,使品牌愈加深入人心;其次是斯柯达在品牌力不够强大的背景下,如何能在短期内积累广泛的美誉度?

而且能节约10%—20%的燃油消耗。此外,昊锐的发动机还采用了可调进气涡流、可控废气循环、双对转式平衡轴等技术,配合发动机控制系统和E—Gas电子油门技术,在技术水准、动力性、燃油经济性和排放水平方面,都堪称国内同排量级别发动机的翘楚。配合先进的发动机技术,昊锐

匹配了经典的5挡手动变速箱、Tip-tronic六挡手自一体变速箱以及大众汽车集团先进的DSG双离合手自一体变速箱三款变速箱,使得发动机的性能能够得到更好的发挥,提供高效、精准、充沛的动力输出。

在实际使用中,车主普遍反映昊锐动力强劲油耗低。“我开1.8TSI的昊锐,轻踩油门就能感觉到强劲的动力输出,起步、加速都很给力,油耗也很经济,平常上下班在市区路况走走停停的油耗也就8L左右。”车主吴先生对昊锐的动力性能非常满意。数据显示,昊锐1.8TSI发动机在转速达到5000转时可以输出118千瓦的最大功率,在1500转时即可产生250N·m的最大扭矩,而手自一体版车型百公里综合油耗仅为8.2L,手动版的综合油耗更是低至7.4L/100km,具有出色的燃油经济性。

高端工艺配置 彰显环保理念

作为斯柯达百年造车精华和大众先进技术的集大成者,昊锐将高科技工艺、人性化配置与环保理念完美融合,令消费者能够畅享绿色车生活。

在车身设计上,昊锐采用了先进的HSB高强度车身,在开发时就充分考虑到了车辆安全性、舒适性、低能耗的综合要求,在最大程度保障车身碰撞安全性的前提下将轻量化作为重点,节省油耗、降低排放。与此同时,大众汽车集团享有盛誉的激光焊接工艺、双面镀锌钢板在昊锐上也有广泛应用,在保证车身承载强度的前提下进一步实现轻量化,提升车辆的

动力性和燃油经济性。

在一些配置细节上,昊锐也充分考虑到了节能环保性。全系配备低扁平率绿色轮胎,绿色轮胎采用Silica技术,可以提高抓地力,缩短路面制动距离,并且可以减少滚动阻力,让整车油耗下降1%—2%;全系标配绿色隔热玻璃,良好的隔热性能可以有效降低车内温度,减少空调的使用;双温区全自动空调能在为车内提供合适温度的同时保持在最优化的工作状态,节省电力和燃油;GRA定速巡航系统能以最经济的方式实现车辆的恒速行驶,从而节省燃油消耗。

在车内环境的营造上,昊锐也有贴心考虑,为驾乘人员提供了一个舒适、环保的乘员座舱。昊锐严格执行德国大众VW50180标准(《车内挥发物控制标准》),从原材料和工艺入手,通过控制原材料有害物质挥发来提高车内空气质量,并通过凝雾实验、甲醛实验、总碳挥发实验、气味实验等多种实验将车内有害物质降到最低,保证乘员的健康舒适。其真皮座椅和空调出风口镀铬饰框等处均采用三价格处理工艺,确保对人体无害,营造出绿色的车内环境。此外,昊锐配备的双温区全自动空调在检测到外界空气质量变差时能自动从外循环切换成内循环,保证车内空气质量。

上市3年多来,昊锐以科技为先导,凭借在高效动力方面的出色表现以及在工艺配置等方面对环保理念的完美诠释,成为B级车的节能环保标杆,赢得超过15万消费者的青睐。在全民盛行绿色消费的今天,相信这款绿色座驾能够获得越来越多消费者的认可和信赖。

社会型营销引80后精神共鸣

全新荣威550 对抗“速福”

■ 本报实习记者 谢育辰

前不久,“全新中国力量全新荣威550·羽泉在一起”上海演唱会的收尾阶段,站在场地中央的羽泉组合大声呼吁歌迷将身边的垃圾携带出场,随即连蹦带跳了近3个小时的羽泉分捡起舞台上的杂物,此举引发到场歌迷的效仿,而这仅仅是当晚演唱会的一个花絮。作为演唱会的另一主角,当天刚刚上市的全新荣威550在演唱会上被赋予了“全新中国力量”的新概念。

上汽乘用车公司副总经理蒋峻在接受《中国企业家》专访时表示,80后群体并非是“垮掉的一代”,该群体正在中国社会扮演更重要的角色。回归商业领域,全新550将目标客户群锁定在80后群体,将竞争对手直指速腾和福克斯。

强调数字科技

根据上汽乘用车提供的数据,2012年80年代生人占购车者的比例已超过40%,远超其他年龄阶层。“80后估计95%的人群都在用智能手机,他们每个月花两百多元买一个高端套餐都不觉得贵。但不少上一辈人会觉得特别不划算。”上汽乘用车公司荣威品牌市场运营部总监刘涛说,“所以,我们在全新荣威550上毫不犹豫地配置了inkaNet 3G智能移动互联网行车系统。”

这也是缘何全新福克斯主打运动理念,速腾提出激情驾驶,而荣威550则强调数字和科技的原因。据悉,inkaNet是荣威搭建在3.0语音操作平台,类似于苹果siri的语音功能,但是识别度更高,提升了行车的系数,也更加满足国内青年人追求科技创新的需求,搭配了联通3G卡和相应的套餐服务。由于尚处推广期,该系统对车主仍然免费使用。该智能数字技术不仅领先于同级车型,在华的豪华车例如宝马和奥迪也开始致力于数字技术的研究。

除此之外,蒋峻表示以往装备在诸多合资中高端车型上高端数字化配置,被全新荣威550逐一吸取。其中包括“数字智能启停节能系统”、“一键式电子驻车系统”和“色彩定义数字仪表系统”等,其最大的技术焦点是历经6年自主研发的TST油冷双离合自动变速系统。

“毫无疑问,科技和产品力的提升会使荣威品牌进一步在中高端市场站稳脚跟,并进一步拓展消费者对于荣威中高端定位的认同感。”蒋峻称,全新荣威550将在上汽乘用车实现今年24万辆的销量目标中扮演重要角色,且新老荣威550将同堂销售,抢占不同的价格区间市场。

与竞争对手相比,全新荣威550由于具备自主知识产权,没有高额的认证费,因此与老款550相比,新车价格降低了4000—7000元,1.8 DVVT启悦版的售价被拉入到12万元以内。

对抗“速福”?

仅凭性价比,斜刺中杀出的全新荣威550,觊觎撼动速腾、福克斯等同级车较为固化的格局,同样绝非易事。

今年前4个月,速腾和福克斯分别销售了89419辆和49978辆。与“速福”相比,由于在如TST油冷双离合自动变速系统等核心技术上投入更多的研发时间,老款荣威550在产品力日趋走弱的背景下,前4个月销量不到万辆。

撇开产品力,经销商网络对于销售的促进有目共睹。目前,一汽大众全国经销商已达到580家,略微逊色的长安福特也拥有466家授权经销商,此外长安福特计划到2015年将经销商增至680家,为此不久前其罕见的在某门户网站公开招募经销商。

相比之下,上汽乘用车旗下的4S店约有300多家,且其中的约100家经销商同时销售荣威和MG双品牌,此前上汽乘用车高层曾公开表示,鉴于品牌背后文化属性的不同,计划在明年底前彻底实现荣威和MG分网销售。这将进一步考验荣威品牌的网络销售力及服务能力。

与品牌力更强、经销商网络更为系统的对手对抗,全新荣威550选择了向买家提供更为贴心的服务。上汽乘用车相关负责人表示,全新荣威550凡在保时间,均可享受一年两次的免费上门维修服务,以此赢得更多80后族群的芳心。

然而,全新荣威550是否能获得消费者的认可,仅凭性价比和服务,似乎并不能完全影响80后族群注重品牌的消费习惯,上汽乘用车希望借助全新荣威550“全新中国力量”的理念,寻求与80后形成情感和精神层面的共鸣。

汽车资深分析师张志勇认为,全新荣威550在消费人群上定位精准,目标是抓住慢慢占据中国社会舞台的80后群体。虽然福克斯和速腾都定位于青年族群,但只有荣威550第一次提出了主要针对这一族群的鲜明口号,却在营销思路上具备社会拓展性。这也使荣威打破了以往多数汽车品牌注重产品营销,却缺乏“社会营销”的简单思路。

蒋峻表示,全新荣威550将在6月中旬全面推向市场,但其并未透露具体的销售目标。不过,按其对标竞品的量级,全新荣威550的月销目标将在万辆以上。作为搅局者,它能成功吗?

2013 款宝骏 630 上市

近日,2013款宝骏630正式上市销售。秉承“国际品质新家轿”的产品特性,新车在外观、内饰和NVH三大方面全新突破,大幅提升整车的时尚性和舒适性,但售价维持不变,价格区间仍然为6.28—9.58万元。

外观上,2013款宝骏630增添了珊瑚红、碧海蓝两种贴近自然的车身颜色,全新四孔八辐铝合金轮毂让整车“运动范”十足。内饰上,2013款宝骏630采用了高清炮筒式LED白光组合仪表。根据人机工程学原理,对中控台高位储物盒等重新进行了人性化设计。新车在NVH整车静音方面也做了诸多升级。通过全车14处NVH降噪技术有效降低了胎噪、声噪和路面共振音,增加了乘坐舒适性。

动态



自主研发自主运营 福田汽车物联网投产

日前,福田汽车历时一年多,自主研发的车联网产品——金融服务和物流管理系统已投入使用。福田汽车物联网致力于进行自主规划、自主研发、自主运营的汽车物联网业务产品模式,为企业和用户提供汽车物联网产品和运营服务。

据介绍,福田现已建立起较为完善的汽车物联网业务体系。福田自主进行汽车物联网车载终端的设计、制造检测以及嵌入式软件研发,能够满足商用车个性化的车载终端应用需求。同时,福田自主进行汽车物联网管理系统平台的研发,打造具有自主知识产权的汽车物联网管理平台。最为关键的一点是,福田汽车正在搭建汽车物联网运营服务体系,为企业和社会提供汽车物联网的综合信息服务,对车辆实现全生

命周期管理。

福田汽车通过金融服务车联网管理系统,实现对金融服务车辆的有效监控,为金融服务产品的资产安全提供有效的监管平台。福田物流车联网系统,能够实现物流配送运输过程的实时监控和终端实物库存的实时监控与管理。福田还提供售后服务的车联网管理服务,通过汽车物联网技术,实现车辆的故障远程诊断,结合配件管理系统,智能调度配件库存,从而实现故障快速维修,提升售后服务质量。

针对不同客户群体,福田开发了客车、卡车、工程机械和新能源汽车物联网管理系统,能够实现远程故障诊断、车辆维修记录、定期保养提醒和零部件管理等服务。

(李邈)

创新科技突破“霾”伏 长城润滑油为天空 + 蓝

5月21日,长城润滑油在北京举行了主题为“环保有我一路+蓝”佳蓝尾气净化液测试报告及新品发布会,针对当前柴油车尾气治理市场正式推出佳蓝尾气净化液产品。

据了解,此次活动在国IV排放标准实施前夕举行,是长城以创新科技拓展市场空间的战略布局,折射出了其前瞻的市场洞察力。中国石化润滑油公司总经理宋云昌表示,“中国石化正在积极实施绿色低碳发展战略,致力于做中国绿色经济的实践者以及中国绿色消费的引领者。近年来,长城润滑油为迎接国IV以及国V排放标准的实施,不断加强技术创新,努力开发环保节能型的润滑产品。我们希望借此机会让更多人来关心和支持机动车排放治理,特别是商用汽车的排放控制问

(李邈)