

在 J.D. Power 中国新车质量研究(IQS)排名中斩获双冠

世界传祺车 从梦想走进现实



吴松总经理在亚太汽车首届峰会暨自主品牌产业发展高峰论坛演讲

■ 本报记者 谢育辰

举世瞩目的中共十八届三中全会于 11 月 9 日顺利召开,海内外人士普遍认为,本次全会是在中国全面深化改革的关键时刻召开的一次具有重大历史意义的会议,将为“中国梦”绘就新的路线图。对于中国自主品牌车企来说,汽车强国梦就是他们为之凝聚力量努力奋斗的“中国梦”。值得庆幸的是,经过了 30 多年的发展,自主品牌已经全面升级,交上了一份不错的答卷。

中国品牌新车质量 突破天花板

10 月 31 日,J.D. Power 亚太公司发布 2013 年中国新车质量研究(IQS)报告。该报告表明,传祺以 97 分,远超行业平均分的优异成绩,超越长安福特、东风日产等,跻身合资前列。传祺 GS5 以 99 分,与 CRV 并列 SUV 细分市场

场车型第 9 名。一举冲破 J.D. Power 报告历来“没有一个中国品牌超过新车质量行业平均水平”天花板,将中国汽车品质提升到一个全新高度。

就市场表现来看,传祺从 2011 年 1.7 万辆的销量,到 2012 年翻番而至 3.3 万辆,再到 2013 年 1—9 月累计销量突破 10 万辆,仅三年时间,传祺已实现中高端汽车品牌的强势崛起。目前,主销车型传祺 GS5,月均销量 6000 辆,成为首款热销中国品牌中高端城市 SUV,传祺 GA3,也成为热销新势力。

且不说自主品牌都要遭遇的外资品牌的“围剿”,所面临的举步维艰的境遇,也不说长期以来一些人对自主品牌的偏颇“唱衰”,只说广汽传祺 6 年筹备,3 年上市这样一个历程,个中的酸甜苦辣,恐怕也只有广汽人才有着深刻的体验。

以世界级品质 为研发标准

传祺 GA3 的研发过程,可以让我们窥见豹子地见到传祺对世界

级品质的追求。

据了解,为了打造“世界传祺车”,广汽历时 46 个月,与保时捷、天合组成联合调校专家组,横跨中、德、意、日 4 国近 230 万公里试验里程,只为向国人提供一款真正具备驾驶乐趣与舒适性的理想中级车。在车内空气质量等并不被国内汽车行业重视的细节上,广汽传祺也毫不松懈,内饰全部采用无辐射、无毒、无害、无异味的安全环保产品,让消费者享受真正的健康。

广汽乘用车公司总经理吴松认为,广汽传祺创立了广汽生产方式,工艺更先进简洁,员工操作更轻松,充分激发员工潜能,持续改进改善,彻底消除浪费,实现低成本、高品质和高效;构建了广汽全球研发网,拥有独立的产品 DNA 及进化序列数据库,形成了传祺系列产品的核心竞争力,成为具有持续进化能力的优秀汽车品牌;建立了引领行业

的全球供应链体系,充分保证了传祺系列产品的研发水准和产品品质;开创了集群网络营销服务模式,与合资品牌展开直面竞争;创新企业文化,融合“国企的平台、民企的效率、合资的流程”,创建了独具特色、高效运营的管理模式;而品牌的国际化,使传祺在国际舞台上充分展示能力、品质、性能,向全球奉献中国汽车的最新成果。

乘势进军公务用车市场

在对品质要求更高的公务用车市场,传祺的发展,更从一个侧面显示出它良好的发展势头。

借中央八条新规发布之势,传祺以亲民的价格和过硬的品质,已成功取代合资品牌,成为公务用车市场领军品牌。相关的消息显示,传祺相继被东盟博览会、中国投洽会等选为指定接待用车;承担广东、浙江、

四川、广西等数十个省区市的党政机关及企事业单位公务用车重任;传祺 GA5/GS5 系列车型被公安部警用装备采购中心列入“2013 年公安警用车辆协议供货目录车型”,荣获“最受欢迎公安版专用车”奖。其中,传祺 1.8T 系列车型以高于投标第二名 5 分的绝对优势,斩获解放军总装备部公务用车采购大单。这也从侧面印证了传祺品质得到了业界的认可。

有关未来,吴松在演讲中已经给出了明确的品牌路线图:未来五年,包含混合动力和纯电动等新能源汽车,将逐步向市场投放 20—30 款车型。2014 年计划 12 万辆,挑战 15 万辆;2015 年计划 20 万辆,挑战 25 万辆,争取在 2017 年形成 50 万辆/年,2020 年形成 100 万辆/年的规模,前五年出口比例超 10%,后五年出口超 20%。将传祺打造成最具品牌价值、溢价能力最强、最具影响力的国产汽车品牌和国际知名品牌。



2013 年 7 月广汽传祺第三款产品传祺 GA3 正式下线

走在汽车强国梦的路上

■ 谢育辰

如何重塑中国汽车文化,实现品牌溢价也是所有自主品牌急需破解的难题。

不过,正如广汽乘用车公司总经理吴松说的那样,如今的自主品牌溢价能力还是负 20%—40%,如何能与合资抗衡,并不仅仅只是在产品质量与性能上取胜,更多的需要高瞻远瞩的品牌运作来实现。

最近有许多政府官员、明星、企业家、艺术家选择了国产品牌汽车,这是一种非常好的潮流。这是一个国家应有的健康的汽车文

化,不仅彰显着民族气节,更代表着用车文化的理性回归。但吴松也深知,从崇尚洋品牌的汽车文化,转变为关爱国产品牌,公平公正对待国产品牌,还有相当长的过程。因此,如何让品牌的力量走进国人的心中,如何把自己的企业文化、品牌内涵传达至受众,在全国乃至全球汽车格局中找到自己的位置,而不仅仅只是纸上谈兵?正是包括广汽在内的自主品牌目前急需实现的问题。

品牌力的提升,绝非说说而已,也绝非一蹴而就,而是一个系统工程。广汽打算借鉴自己旗下一些合资公司的运营经验,按照

塑造品牌的客观规律,一步步去实现。自主品牌产品力与品牌力剪刀差的缩小,是每一个自主品牌都面对的问题。不仅仅依靠人们的“关爱”,而是由功能、性能、情感、认同一步步强化品牌力,广汽似乎已经有了明晰的想法。这个问题,将是三中全会之后广汽的重中之重。

所有的一切,都让人看到广汽人只争朝夕的气概。此次传祺能在 J.D. Power 中国新车质量研究(IQS)排名中斩获双冠,表明传祺已经以品质为基石站稳中国第一品牌阵营,引领中国品牌实现“中国梦”的汽车强国之路。

上海大众斯柯达 Yeti 野帝:预售获好评 上市步入倒计时

■ 本报记者 谢育辰

10 月初,上海大众斯柯达 Yeti 野帝预售正式启动。自预售启动以来,前去上海大众斯柯达 4S 店咨询 Yeti 野帝的消费者络绎不绝。

针对 Yeti 野帝独特的外观设计,许多消费者竖起了大拇指。现代时尚的斯柯达家族式设计语言与个性越野 SUV 设计风格的完美融合彰显出 Yeti 野帝的大气风范。“野帝的外观设计太有个性了,既时尚大气又很野性,就是我喜欢范儿,好几个喜欢 SUV 的朋友都看上了这款车,就等上市呢。”在一家上海大众斯柯达 4S 店,特意来为 Yeti 野帝而来的王先生如是说。

随着上市时间的接近,Yeti 野帝吹响了上海大众斯柯达进军国内 SUV 市场的序曲。凭借极具表现力的造型设计以及杰出的品质品质,斯柯达 Yeti 野帝有望为国内 SUV 市场带来全新格局,开创全新的个性越野领域。

开创个性越野新格局

自成都车展首次亮相以来,Yeti

野帝大气动感、极具表现力的外观设计赢得了广泛好评,备受市场瞩目。作为上海大众斯柯达首款 SUV 车型,Yeti 野帝拥有独特个性表现力的越野性能、灵动的空间组合、周到的行车配置以及贴心的安全保护。诸如智能全时四驱系统、超大全景天窗以及越野外挂备胎等专属配置更将为广大消费者带去纵情自由、开拓主宰的别样生活,值得期待。

据悉,上海大众斯柯达 Yeti 野帝基于斯柯达汽车刚刚于今年的法兰克福车展上发布的新款 Yeti 进行了本土化的改进和调整,将为中国消费者带来全球同步同时兼顾本土需求的高品质享受。在造型设计上,大气现代的斯柯达家族式设计语言、个性化的欧式风范越野外观以及整车多处 SUV 专属特征,彰显了 Yeti 野帝独具特色的越野气质,给人以卓尔不群、别具一格的感受,辨识度极高。斯柯达全新浮雕金属质感品牌标识、“四叶草”造型的前大灯与雾灯组合、直瀑式三维立体设计的格栅、水晶切割型面大灯以及尾部双扣式 C 型 LED 尾灯等斯柯达家族设计语言在 Yeti 野帝上有

全面呈现,勾勒出整车时尚、现代、动感的非凡气质。

与此同时,Yeti 野帝的整体造型还融入了 SUV 专属风格设计,高亮黑化隐藏式设计、金属饰条点缀黑色侧面防擦条、锋利平直车顶线条、短前悬短后悬的设计、火箭式高腰线、前脸下部撞色设计的亮黑越野下护板、车顶双色行李架等设计,让整车层次分明、动感十足、充满张力。此外,Yeti 野帝还特别为中国消费者提供了外挂式备胎,突出 Yeti 野帝的 SUV 特性,在国内 SUV 市场别具一格。外挂式备胎设计带来视觉上的空间层次感,更具 SUV 独特个性,备胎罩上的斯柯达全新飞翔之箭徽标配以斯柯达特有的水滴形曲线,与前脸设计风格相呼应,时尚动感。

在产品性能上,Yeti 野帝也值得期待。大众汽车集团极负盛誉的 TSI 发动机、高效节能的变速箱系统、优异卓越的底盘、精准的操控系统以及独具特色的智能 OFF-ROAD 越野模式将尽显激情澎湃的越野性能;而豪华座椅、健康舒适的温控系统以及超广角全景天窗等科技、舒适配置则将让乘客充分享受到由

Yeti 野帝倾心打造的尊贵体验。此外,智能灯光系统、智能驻车系统、驾驶员疲劳提醒、新一代 PLA 智能泊车辅助系统等安全配置在 Yeti 野帝上也有广泛应用,为开拓之路保驾护航。

预售获潜在车主好评

作为斯柯达旗下首款 SUV 车型,Yeti 2009 年在欧洲一上市就以简约与极具表现力的设计获得广泛好评,更在 2010 年获得著名的“Red Dot(红点)”设计大奖。上海大众斯柯达即将引进生产的 Yeti 野帝基于斯柯达于今年法兰克福车展上发布的新款 Yeti 进行了本土化的改进和调整,将为中国消费者带来全球同步同时兼顾本土需求的高品质享受。秉承斯柯达车系一贯的设计优势,斯柯达 Yeti 野帝将时尚现代的家族设计语言发挥得淋漓尽致。

斯柯达车主王先生说:“我在车展上第一眼看到野帝的时候就觉得眼前一亮,斯柯达品牌最新的设计元素在它身上都能找得到,比如硬朗干脆的线条、全新的镀铬品牌标识等等,很时尚也很有活力。”

“我是专门来 4S 店看这款车的。我非常喜欢野帝的造型设计,很有现代感,特别是它的前脸,很有立体感,加上发动机盖上的 V 形线条,整个车头显得非常大气。车身线条也很硬朗,整车充满了力量感。车尾的 C 型尾灯也是斯柯达的经典设计。我开斯柯达的车有 4 年多了,一直挺喜欢这个品牌的,看到 Yeti 野帝,既有很多现代时尚的设计元素,又保留了斯柯达的经典设计,感觉很亲切。”赵先生如是说。

斯柯达车主小韩同样是在 4S

店“初遇”Yeti 野帝,“我开的是斯柯达晶锐,当初选择晶锐就是喜欢它的硬派气质。野帝也是我喜欢的类型。我特别喜欢它的大灯设计,看起来非常别致,截面像水晶切割一样犀利,特立体,看上去晶莹剔透。”

Yeti 野帝的 SUV 风格设计也是可圈可点的。“我玩越野有很多年了,野帝这款车给我的感觉很不错。颜色和造型搭配都恰到好处,环绕的大包围跟下护板融为一体,显得整个车身很稳;高腰线和车顶的锋利线条让整个车看起来凌厉、有冲劲,很有越野范儿。”北京越野玩家老邱谈起 Yeti 野帝如数家珍,“我觉得野帝最有特点的就是外挂式备胎,非常有 feel,再配上车顶行李架以及混搭的颜色,绝对又个性又亮眼,我很期待这款车上市。”

除了强烈的越野风格设计外,Yeti 野帝个性时尚的设计语言同样令人称道。“野帝最吸引我的是沉稳的外形中透着一点张扬,单从颜色搭配就能看出来,黑色的稳重大气配合亮银的高调,我觉得很潮!”作为设计总监的杜先生对野帝的外观评价非常高。“不但是颜色搭配,野帝的轮毂设计我也很喜欢,使用的线条很锋利,整体的张力很足,可以想象,要是跑起来一定很拉风。”

此外,Yeti 野帝在 A 柱、C 柱和 D 柱采用了高亮黑化隐藏式设计,与黑色的车窗边框形成一体,为整车增加了一份灵动;高亮镀铬单边双排气管尾设计工艺精致,造型大气动感,提升了整车的价值感。这些时尚设计也受到消费者的一致好评。

作为上海大众斯柯达即将推出的首款 SUV 车型,Yeti 野帝凭借极富特色的外观设计诠释了个性时尚的越野风范,赢得众多消费者喜爱。



上海大众 Yeti 野帝特别为中国消费者提供了外挂式备胎。

释义

Yeti 野帝的由来

在命名上,斯柯达 Yeti 野帝有着独特的寓意。“Yeti”源于中国藏语,意为喜马拉雅雪人,当地藏民称之为“夜帝”。斯柯达以“Yeti”为旗下 SUV 车型之名,正是取其勇敢探索、自由开拓和自我主宰的精神。当“Yeti”回到中国,上海大众斯柯达赋予它更贴切、更具开拓精神的中文名称——“野帝”。“野”,是视野,是范围,是特定的空间,是对生活疆界的开拓;“帝”,是掌控,是自信,是对自我的主宰,是进退由我的至真性情。“野帝”这个中文名不仅与 Yeti 灵活自如的越野性能相匹配,同时也清晰地传递了这款 SUV 产品带给消费者的探索热情与掌控感,将开拓生活、展现真我的个性越野精神表达得淋漓尽致。



上海大众 Yeti 野帝独具特色的越野气质,给人以卓尔不群、别具一格的感受,辨识度极高。