

2019 AUTO GUANGZHOU

广州车展

访谈



荣威：让品味与科技擦出“新火花”

“芯动2020+”战略发布，不断求“新”是品牌向上的突破口

本报记者 张渊源

三年前的乌镇，荣威RX5横空出世，荣威品牌打上了“互联网汽车”的标签。

但随着各家车企纷纷推出智能网联汽车，荣威品牌车型的优势已不再明显。怎样才能重塑荣威品牌新形象的问题摆在了上汽乘用车的面前。

就在广州车展开幕前两天，荣威品牌用新设计、新技术、新模式的一连串“组合拳”给出了答案。

“今天我们讲到的新能源、新服务、新体验、新价值、新金融实际上都是围绕着‘新’，这也是荣威品牌向上的一个重要突破口。”上汽集团副总裁、上汽乘用车公司总经理、技术中心主任杨晓东说。

外观入手开拓新局面

塑造新形象最好的方法

就是从外观着手，荣威品牌选择了首先在新能源车型上进行突破。

“明年即将上市的Ei6将是荣威品牌新能源汽车新设计语言的第一款落地车型。”上汽集团技术中心副总设计师兼全球设计总监邵景峰介绍。

在新能源汽车领域，荣威今后的车型将采用全新的“集智”设计语言，其包含集成之美、本质的智能和生命感三个维度。在曝光的Ei6效果图上可以看到，新车一改荣威的传统设计风格，令人耳目一新。此外，包括荣威Vision-iM Concept概念车在内，荣威品牌的传统燃油车外观也发生了翻天覆地的变化。

邵景峰介绍，上汽乘用车新设立了设计战略研究实验室、计算设计实验室和可视化设计实验室，三者分工明确，能更好地为上汽乘用车提供设计开发平台。

在广州车展期间，上汽乘用车还带来了品牌运营的



新能源、新服务、新体验、新价值、新金融等实际上都是围绕着“新”，这也是荣威品牌向上的一个重要突破口

新玩法——荣威新能源“四次方”，即通过“新金融服务、新共享运营、新互动社交、新智能客厅”四个维度，让消费者更接近品牌、参与品牌、宣传品牌。上汽乘用车副总经理俞经民表示，荣威品牌要达到国际水准，在品牌运营方面就要大胆创新，勇于踏入“无人区”。今后，荣威品牌在展厅形象、互动体验、深度试驾、预约服务、在线体验、出行生态、体验顾问等方面

都将推出新玩法。

新技术的核心竞争力

在杨晓东看来，荣威品牌围绕着几个“新”做文章，背后依靠的还是新技术确立的核心竞争力：“就荣威品牌几个‘新’来讲，背后的本质还是我们的产品能力和技术实力，我们采用的技术都是世界最高标准。”

此次广州车展上市的荣威RX5 eMAX就是上汽乘用车

“新技术”的首个代表。RX5 eMAX是搭载上汽“NetBlue蓝芯”与“NetGreen绿芯”科技的最先进产品，最大功率为209kW，0-100km/h加速仅需7.8秒，其搭载的10速EDU二代智能电驱变速箱采用独家新能源科技，在紧凑空间内实现了发动机6挡和电机4挡变速，将动力系统高度集成，并为其匹配了精确且智能的控制系统，带来更平顺、更高效、更节能的驾驶体验。

在上汽集团总工程师、上汽技术中心副主任、捷能公司总经理朱军看来，荣威RX5 eMAX的技术优势不仅在于硬件层面，软件控制方面也让人耳目一新：“就拿iEM智能能量管理系统来说，这项功能开启后，动力系统会自动根据整个行程的长度、预计车速、坡度值、拥堵等信息提前规划、调整发动机和电机的使用范围，进行用油、用电的最优化分配。”

海外扩张势头正猛，速度、深度、广度同步提升

名爵：“出海”非“出口”



“出口”只是简单的买卖；而“出海”是一个完整的体系输出

本报记者 张渊源

“上汽的海外业务是‘出海’，并非‘出口’。”媒体沟通会上，上汽乘用车副总经理俞经民点明了两者的差别：在名爵看来，“出口”仅仅是产品“走出去”，是简单的买卖。而“出海”是一个完整的体系，它意味着名爵

从品牌建设、服务体系构建到产品研发认证等一系列完整体系全方位进入国际市场，并且主动融入当地文化、拥抱社区。

本届广州车展上，名爵eHS正式上市，官方定义其为“欧洲严选全球品质插电混动SUV”。可以看出，这是名爵品牌又一款自诞生起就

瞄准了全球市场的车型。“新车除了在国内开售外，也即将登陆英国、新加坡等国际市场。”俞经民说。

增速最快的国际品牌

“从世界而来，向世界而去”。——这几日，名爵品牌的系列官方推文“MG世界

观”让人眼前一亮，赢得了无数粉丝的点赞。

近几年来，名爵品牌以年轻时尚之姿重返欧洲市场，并成为主流选择。

数据显示，今年1-10月，名爵在全球市场销量突破20万辆，同比增长近10%，成为增速最快的国际品牌。

“名爵这几年在海外不论是布局，还是整个产品在当地的落地，都是一炮打响。未来，名爵会在欧洲市场、澳新市场等一些右驾车市场加大力度。同时，在左驾车市场也进行了布局，明年会有相当数量的产品投放市场。”上汽集团总裁助理、国际业务部总经理余德说。

上汽技术中心副主任、上海捷能公司总经理朱军在介绍名爵eHS时表示，新车是国内首款满足REACH、E-MARK、ECE R100等欧洲严苛法规的插电混动SUV。除了满足欧标之外，上汽乘用车还制订了欧标都没有的更严苛的企业标准——360°柱碰电安全标准，这些都是为了把更安全的产品带给全球消费者。

“如今，名爵海外扩张势头迅猛，出海的速度、深度、广度都在同步提升。”俞经民告诉记者。

今年年初，名爵推出的“首款满足全球标准的纯电动SUV”名爵EZS已经登陆泰国、英国、荷兰等地，未来还将陆续进入法国、德国、丹麦、瑞典和比利时等国家。名爵ZS已席卷4大洲、36个国家，在英国、澳大利亚等多个地区的销量名列前茅，两年收获25万名全球车主。

把好产品带给全球

在余德看来，名爵敢于“出海”，其背后是对产品力、营销力以及服务能力的信心。“虽然每个市场情况不一样，但不论是名爵的续航里程还是使用时间，都是按照当地最高标准来做售后服务的。”

上汽集团副总工程师、

当高品质新能源车的时代汹涌而来，面对中国和海外市场的强劲需求，名爵正强有力地抓住机遇，进一步扩大全球版图。