

## ■创新纵横谈

# 创新, 汽车造型设计的驱动力量

## 上汽乘用车公司技术中心设计部总监邵景峰谈创新设计的实践感悟



油泥喷漆评审

当前,国内汽车市场竞争态势日趋激烈,中国汽车品牌面临的挑战和机遇并存,对我们荣威和MG品牌而言,挑战更大于机遇。汽车设计已成为中国品牌能否立足,并走向成功的关键要素之一。

汽车设计行业内流行这样一句话:“创造力就像赛车,如果你想赢,就要冲刺在前面;如果总是从后视镜里看落在你后面的人,那么你就有可能错过下一个转弯点。”一个汽车品牌要想在市场上赢得竞争优势,优秀的创新设计必是决定性要素之一。

### 丰富的、原创性的前瞻想象力,是创新设计的基石

汽车设计永远都需要天马行空的想象。因此,拥有一个充满活力、创意无限的设计团队至关重要。

在2013年年底的第十届洛杉矶国际汽车设计挑战赛上,上汽乘用车设计团队推出荣威蚁族概念车,首次参赛便获得年度设计冠军,这说明中国设计力量的创新潜能一旦被激发,其所迸发出的能量是巨大的。目前,上汽乘用车设计师们正与上汽阿里团队紧密合作,为打造中国第一代互联网汽车项目而努力。

另一方面,前瞻创新设计必须坚持原创。设计要为品牌服务,没有原创设计,最终无法建立一个长

期受尊敬的品牌。在当今山寨成风的国内汽车大环境下,我们坚持原创设计,更突显了上汽在汽车设计领域引领时尚、领先时代的决心。

### 创新的关键是要前瞻、广泛地进行研究,其成果要形成体系

设计一辆能让人眼前一亮的车,不仅仅是“漂亮”这么简单,更需要探寻设计的“本原”,即怎样清晰地传达品牌形象,把控消费者的审美喜好,设计出符合未来潮流的作品。设计师只有先从设计“本原”上回答清楚这些问题,设计才能真正打动人心。

汽车前瞻设计是设计团队创新活动最重要的组成部分,它不但指引着品牌未来设计方向,还承担了构建设计体系的重任。汽车设计师在创新时,更需要考虑市场环境、品牌定位,着力打造全新一代的品牌设计理念,定制具有导向性的设计战略体系,这也是未来产品能在市场上持续发展,并具备强大竞争力的必备利器。

以荣威品牌为例,上汽乘用车设计师团队发起的跨度一整年的全新一代荣威品牌设计语言的探索项目,就是要清楚回答荣威未来设计所面临的各种问题。前不久发布的荣威品牌概念车“Vision-R”,就是探索品牌设计发展方向,并打造品

牌设计DNA体系,突出荣威品牌自信式优雅的产品特质。

### 创新设计,离不开品质至上的原则

“高品质是设计出来的。”我们的产品要在“设计品质”上超越其他同级别产品,我们就要更关注用户体验、产品细节,以最好的标准,不断地进行设计优化和改善。在最新量产车型荣威360的设计过程中,我们花了大量的时间和精力研究每一个设计细节的目标和背后的理念,不断提升品质与使用便利性。在由德国红点设计奖举办的“中国好设计China Good Design”活动中,上汽荣威360被国际设计评委评选为汽车类唯一的好设计大奖。上汽乘用车设计团队近两年在与国际设计公司项目竞标中的多次获胜,提升了广大设计师们的自信心。

“打造前瞻设计”、“提高设计品质”、“炼造核心团队”,三者相辅相成,缺一不可。把最新设计理念注入具体项目工作中,加大对东方优秀艺术内涵的挖掘,未来荣威和MG车型的设计将更具魅力,以此成为中国品牌汽车的典范!



扫一扫,看更多相关新闻的图片或视频

## 红岩杰狮牵引车获第八届 中国国际卡车节油大赛冠军

本报讯 11月25日,上汽依维柯红岩商用车有限公司的红岩杰狮6×4 316kW牵引车在第八届中国国际卡车节油大赛上,凭借百公里耗油34.88L的优异成绩夺得牵引车组6×4牵引车302-316kW组节油冠军。

据悉,本次上依红选送的参赛作品并非搭载Cursor发动机的车型,而是选用装配上汽动力12L发动机的M100大功率牵引车。记者了解到,上汽动力E12发动机是由上汽集团联合奥地利AVL公司对标奔驰DD13发动机技术而研发的世界一流水平发动机,该产品使用

了顶置凸轮24气门、高爆压、优化燃烧的设计,在同功率段,其油耗与同类产品相比极具优势。

今年,国内工程车市场需求急速下滑,物流车成为众多细分市场中唯一的亮点。基于市场需求,众多车企发力公路车市场。“今年,我们的工作重心更侧重于产品结构的调整。目前,公路车的市场占比已大幅提升,以杰狮系列车型为主的公路车越来越受到广大用户的认可,特别是今年9月上市的红岩杰狮、全新杰狮系列车型,市场反馈都非常好。”企业相关人士表示。

(田野)

## 上汽通用五菱捐建国家级贫困县 河北临城卫生站落成

本报讯 11月28日,满载着御寒物品、医药包的车队驶入了河北省邢台市临城县赵庄乡围场村,这支由五菱、宝骏车主组成的“上汽通用五菱博爱车队”,与来自北京的爱心医生一起,共同见证了围场村博爱卫生站的落成。

为了解决当地看病难的现实问题,中国红十字基金会与上汽通用五菱共同在河北省邢台市临城县赵庄乡围场村选址,建立了这座博爱卫生站。该卫生站建筑主体面积达97平方米,设有诊断室、治疗室、观察室、药房等科室,基本上

满足当地村民日常的就医需求。上汽通用五菱还为临城县红十字会捐赠了一辆新微客五菱荣光V,方便其日后开展农村救助工作。

据了解,自2007年上汽通用五菱与中国红十字基金会启动了针对中国乡村医疗卫生援助的“博爱行动”以来,就一直致力于改善我国贫困地区的医疗卫生条件现状。截至目前,上汽通用五菱已累计向中国红十字基金会捐赠2561.83万元,在全国援建了165所卫生站。

(谢惠子)

## 上汽大通携一号货车举办挑战赛 “城市货运五星接单王”诞生

本报讯 11月25日,“一号货车-上汽大通傲运通智慧货运挑战赛”总决赛在广州车展圆满落幕。决赛中,来自全国17个城市的45名决赛选手向冠军宝座发起总冲锋。经过一番激烈对决,“城市货运五星接单王”总冠军正式诞生,并获得价值12.78万元的上汽大通V80傲运通一辆。据了解,作

为宽体轻客领域的领军品牌,上汽大通与“货运领域的UBER”一号货车合作,不仅强强联合,打造出中国同城货运行业首届抢单送货挑战赛,并且开启了传统车企与互联网创新平台的合作新模式,助推“互联网+货运”发展新趋势,令货运朝着更智慧、更高效、更环保、成本更低的方向发展。(徐敬华)



上汽大通V80傲运通

## “0.5创新平台”再掀头脑风暴 深入探讨汽车后市场O2O模式

本报记者 阮希琼  
见习记者 李妍如

11月18日,“0.5创新平台”举行了以“汽车后市场O2O模式前景及创新业务发展”为主题的第三次研讨活动。首先,上海汽车集团股权投资有限公司的代表从投资方的角度分享了其对于O2O的认识和理解;来自上海大众、上汽通用、上汽大通、安吉物流的业务负责人

分享了关于二手车、汽车保险、汽车加油、汽车物流等多方面的汽车后市场O2O创新业务案例。

二手车方面,上海大众“阳光易手车”将试点O2O-C2B模式的上门评估二手车及收购业务。在汽车保险方面,上汽通用已与上汽保险合作,正逐步建设品牌保险门户网站,并与保险公司建立了战略合作关系。同时,上汽大通分享了其对于汽车加油——这一高频且高价的后市

场服务在发展O2O中所受到的启发。此外,安吉物流认为,未来产业将会从“卖产品”逐渐演变为“卖传递”。在未来汽车后市场O2O发展上,物流扮演着举足轻重的角色。

为了鼓励各方对于参与上汽创新模式探讨的积极性,本次活动增加了评选“最佳创新案例”奖,并设有奖品。最终,安吉物流以其对于汽车后市场O2O模式透彻且独到的见解获得了这一殊荣。