

东风悦达起亚： 思行合一 “变”者可期

“There is nothing permanent except change 唯有变化是永恒的。”古希腊哲学家赫拉克利特的这句至理名言穿梭2000多年的时光，如今依然闪耀着智慧之光。中国经济稳中向好，汽车市场在低速发展的“新常态”中培育新的增长点，经济和市场在变。2017年，东风悦达起亚同样在“变”。这种改变体现在思想上，落实在行动中，凝聚成一股正向积极的力量，为企业2018年乃至更长远的发展铺设出一条通途。

青年报 程元辉



思路决定出路

2017年，东风悦达起亚市场销量36万辆。这个数字与企业年初制定的目标相去甚远，但却没有成为东风悦达起亚的“负担”。早在数月前，企业总经理苏南永面对外界的质疑时已开诚布公地表示，今年最重要的事情不是销量，而是要做好调整和改变，为以后的发展夯实基础。

销量很重要，但不唯销量论，而是控制节奏、调整步伐，追求健康可持续的发展，这种“思变”贯穿了东风悦达起亚的2017年。年初，东风悦达起亚由内而外地掀起了一场管理革新新的“风暴”。从完善管理体系，提高运营效率和收益性，到强化道德经营，打造干净、透明的经营环境，这场变革不仅让东风悦达起亚焕发出勃勃生机，也对企业市场策略产生了重要影响。

在去年上半年遭遇严峻困境时，不打价格战、不压库存，而是选择与经销商携手迎战，对产品、服务、营销进行全面调整，企业最终在下半年实现销量持续快速回升，重回发展正轨。

另一场备受瞩目的战略转型发生在企业成立十五周年庆典上。2017年8月28日，东风悦达起亚正式发布了未来发展战略：通过实施“新车型扩大及投入”“新能源商品线强化”“中国本土化车型研发”“推进顾客至上经营理念”四大核心战略，在2020年挑战实现100万辆产销目标；通过实施以“New technology Leader”新技术引领战略、“Top quality Brand”高品质品牌战略、“First priority partner”合作共赢发展战略为核心的2025NTF战略，在2025年力争进入中国汽车品牌第一阵营。同时，东风悦达起亚明确提

出“顾客感谢年”经营方针，将在2017年下半年及2018年全年，推行以“关爱有家 顾客至上”为中心的顾客感谢活动，赢得更多消费者青睐与满意。

走得好方能行得远

消费者购车需求的下降，国家汽车产业政策的调整，豪华汽车品牌的下探与自主品牌之间的激烈厮杀……怀抱梦想，却更加清醒地认识到“新常态”下中国汽车市场的复杂局面与竞争压力，这让东风悦达起亚“思变”之心更加积极、主动，“行变”脚步却愈发冷静和理性。

以市场为导向，提升产品力。2017年，企业相继推出了KX7、KX CROSS、凯绅、焕驰、华骐300E、新e代福瑞迪等6款新车，在售车型达到13款，覆盖轿车、SUV、新能源汽车、互联网汽车四

大领域，满足消费者不断变化、升级的购车需求。2018年，东风悦达起亚还将推出1款中型SUV、1款小型SUV和2款新能源车型。

以顾客为中心，优化服务力。在汽车服务领域，东风悦达起亚则将“变”理解为更专业、更热忱和更大的价值。2018年，通过开展灾害救援、免费检查、免费洗车、免费牵引等客户关爱活动，推出接送服务、停车服务、展厅改善等经销商访问便利性举措，以及丰富的优惠回馈活动，企业“Family-Like Care”顾客服务将为消费者带来更便捷、周到的购车体验。

创新品牌营销，强化年轻形象。坚持体育、文化、数字等多元化营销模式，让东风悦达起亚年轻、充满活力的品牌形象深入人心。2018年，围绕品质、设计、顾客满意等主题，企业将在

多元化营销领域持续创新。起亚汽车是2018年俄罗斯世界杯的官方赞助商，东风悦达起亚届时也将开展一系列世界杯营销活动，与消费者共享激情时刻。

坚持公益之路，赢得社会信赖。截至2017年，东风悦达起亚计划在全国22个省市援建的51所希望小学已建成了41所，为数万名学生圆了读书梦想；“东风悦达起亚家园”房屋援建项目已成功开展了十五期，共集结2089名志愿者援建148所房屋，并为3所小学改善了校园环境。从兴建全国首家儿童交通安全体验馆，推广儿童交通安全教育活动，到开展灾区建设、校企合作、国家级珍稀保护区捐助、植树造林、福利院慰问、幸福婚车等众多务实的公益活动，东风悦达起亚至今累计公益投入已超过1亿元人民币，企业勇于担当、值得信赖的品牌形象熠熠生辉。

■ 资讯

展现独特价值 试驾讴歌全新 MDX

青年报 车键

一直以来，讴歌品牌在中国消费者心中都是一个特别的存在，中国消费者认同讴歌的品牌，同时也认可讴歌汽车的品质，可就是不愿意为讴歌的产品买单。相比中国消费者，讴歌品牌在北美市场更被青睐和接受。为了赢得中国消费者的心，讴歌不遗余力的推荐北美7座豪华SUV细分市场的开拓者和领导者—全新MDX，到底这款车有哪些亮点，让我们一探究竟。

讴歌在2017年3月推出的这款全新豪华旗舰SUV—NEW MDX，全新MDX是讴歌旗下最具市场号召力的车型，也是讴歌核心价值“Performance”的代表车型。全新MDX采用了Acura全新家族设计，并搭载最先进的三电机混动四驱系统“Sport Hybrid SH-AWD”，向中国消费者展现Acura独特的“Performance”价值。

全新MDX延续了代表Acura品牌未来设计方向的“Acura Precision Concept”设计，多个关键点的变化带来强大冲击力，车身曲线锐利动感，充分展现了



时代前沿魅力，强调现代外观与自然细节的融合，以此传达出Acura对性能和品质的重视，重现跑车特点，同时又不失豪华与均衡感。

通过“钻石五边形”进气格栅，以及“Jewel Eye”（LED光学照射系统），使NEWMDX辨识度更高。从车身侧面到车尾，线条锋利有致，整车层次感分明；叶子板与引擎盖浑然一体，增强了NEWMDX上部车身强度；轮毂造型强劲有力，富有豪华感而又不失强大性能；并为双边共两出的

排气管增加了镀铬装饰；后保险杠更具跑车感，风格更加张扬。

传承自全新一代超跑NSX的世界首创三电机混合动力四驱系统“Sport Hybrid SH-AWD”，实现了几乎零延时精准响应的极致操控体验，使NEW MDX为用户带来跑车般酣畅淋漓的驾驶感受。经过优化的高效控制技术，满足驾驶员在各种环境下的需求。此外，采用3.0L V6自然吸气发动机加三电机，匹配7速双离合变速器，实现澎湃动力与环保性能的完美平衡。

腾势500补贴后 预售价29.98万-32.98万

青年报 车键

近日，接连曝光的腾势新款车型的谍照与大灯细节引起消费者的关注。腾势官方渠道宣布，新款腾势被命名为腾势500，补贴后预售价29.98万元-32.98万元。从价格上看，腾势将会延续高端电动车的定位，而从整体造型和细节变化来看，腾势500相比现款腾势400更为运动、个性，续航里程方面也有大幅提升。

从前期流出的谍照以及大灯细节图来看，腾势500的外观整体轮廓基本延续了腾势400的造型。前脸方面，新车的前大灯组的设计灵感来自虎眼，造型相比现款车型更加细长。灯腔内部同样经过了重新设计，右上角灯眉附近新增“DENZA EV THE FUTURE”标识。

两条LED光带造型飘逸，并且转向灯与LED日间行车灯集中在下方光带中。灯光配置方面，新款腾势将采用LED光源代替现有氙气光源。另外，全LED大灯还将配备AFS随动转向功能，其能够根据行车速度、转向角度等自动调节大灯的偏转。



车身侧面，新车型基本延续了现款车型的设计，溜背式车身显得动感十足，其最大的改变来自于全新样式的五幅运动造型轮毂。联想到更加运动化的轮毂和大灯推测，新车预计将选配更为运动的两幅或三幅式方向盘，至于具体会是怎样的设计变化，方向盘上会有哪些新的设计理念，只能等官方图片出来以后才能知晓了。中控台方面，预计腾势500会增加更大的屏幕尺寸，并增加互联互通等时下流行的功能。

前不久，在工信部发布的最新一批《新能源汽车推广应用推荐车型目录》中，腾势500上榜。该车型的电池能量密度从现款车型的95.6Wh/kg提升至105.72Wh/kg，综合续航里程由352公里提升至451公里，60km/h等速续航里程为635公里。