2018年3月8日 星期四
责任编辑 高彩云 美术编辑 翁浩强

全新一代唐设计理念发布

青年报 程元辉

3月6日，“型•岂止所见”——全新一代唐Dragon Face设计理念发布会在深圳海上世界文化艺术中心揭开帷幕。比亚迪设计总监沃尔夫冈·艾格携设计团队，向现场嘉宾展示全新一代唐的设计理念与内涵。同时，国内首位受邀参加巴黎服装高级定制周T台的服装设计师劳伦斯·许，也带来了一场融合中国“龙”元素与西方简约设计风格的走秀，与全新一代唐相映生辉，上演了一场视觉饕餮盛宴。

作为汽车行业最负盛名的设计大师之一，艾格携手设计团队从中国“龙”元素中汲取灵感，融合西方简约豪华设计风格，创造性地打造出Dragon Face这一比亚迪王朝车系的全新设计语言。“印象”、“科技”、“文化”是辨识这一设计语言的三大关键词。

庄重的龙脸造型、飘逸的侧面悬浮设计、一体成型的尾部双联尾灯，三大简洁而有力的印象线条，为全新一代唐塑造了极具辨识度的外观设计风格；严谨的整车设计品质、优异的人车交互体验、优雅的未来感型面设计、悬浮的运动流线魅力，带给消费者超越期待的智能科技体验；以“龙”为载体，全新一代唐将传承千年的包容平衡君子精神与不断创变的未来科技融于一身，从2018年1月，比亚迪达成30万辆新能源车产销规模。比亚迪品牌发展从技术与产品驱动进入以新能源车规模效应驱动的新阶段。凭借对新能源领先核心技术的掌握，通过汇聚全球智慧、铸造国际品牌，比亚迪以宋MAX为开篇，以高颜值、电动化、智能网联为核心发展方向，在2018年全面开启“造车新时代”。

作为比亚迪“造车新时代”战略在2018年最为重磅的产品，全新一代唐的到来，将发挥比亚迪未来新产品谱系标杆的重要作用，开启“王朝系列”车型，乃至比亚迪品牌形象的全新迭代，助力比亚迪实现“为地球降温1℃”的绿色梦想。

■资讯

东风启辰2月销量增长41%

青年报 车键

2月7日，东风启辰迎来成立一周年，火热新春实力演绎自主品牌新势力。当月，东风启辰终端销售10603辆，同比劲增41%，创下启辰品牌成立以来2月份最佳销售纪录。2018年1-2月累计终端销售27614辆，同比增长28.5%；累计完成批发30574辆，同比增长53.1%。相比整体车市呈季节性下滑，东风启辰延续一贯的强势增长，成为自主阵营中一道抢眼的风景线。

在智联科技成为汽车产业新风口的当下，东风启辰在成立短短一年里实现销量的稳步增长，其前瞻性的“车联网战略”功不可没。自2017年以来，东风启辰以敏锐的洞察和迅捷的反应，把握产业潮流，成功升级车联网2.0战略，激活新车智联基因。目前，东风启辰车联网战略成效初现：明星新车不仅带来了销售“流量”，更助力企业突破重围抢滩“智联”高地，在未来竞争格局中占据先机。

2月恰逢传统春节，东风启辰数款车型成了当季热销“年货”，在细分市场有着不俗表现。定位于高品质智联轿车的全新启辰D60终端销售4323辆，以“新轿车主义”的高标准在中级家轿市场一炮而红，自去年11月上市以来热度居高不下；高品质智联SUV——全新启辰T70本月终端销售2958辆，“可信赖、有讲究、更懂你”，成为型男酷爸的热门之选；同属SUV阵营的“惊艳智领SUV”启辰T90终端销售2729辆，出色的外观和源自日产SUV平台的性能品质大受欢迎。

作为自主品牌新势力，东风启辰新车战略最大诚意地呈现“原创精神”，以高颜值高品质打造明星车型矩阵。其中，全新启辰D60和全新启辰T70两款新车更是以前沿智联功能迅速走红。

“东风启辰的智联系统能够为广大车主提供更高端、更智能、更舒适的驾驭体验，打造专属启辰车主的汽车智联生活圈。”东风启辰汽车公司市场部副部长熊发明表示，“已售的两款智联车型中，互联网开通率超过九成，用户活跃度越高，厂商积累的大数据越丰富，意味着后续智能研发将有更多机会。”

保时捷深耕中国跑车市场

青年报 孙臣

3月1日，保时捷中国发布了去年的公司业绩，中国连续三年稳居保时捷全球最大单一市场。2017年，保时捷在中国交付新车71508辆，同比增长10%，所有车型在其细分市场均独占鳌头。

目前，保时捷在中国已经形成拥有101家保时捷中心规模的营销网络，易手车、金融服务等商业领域进一步渗透，为中国客户提供了超越期待的至臻服务；与此同时，保时捷中国公益之路也历经十载，取得初步成就。

稳中求进，再创纪录

2017年，保时捷在华全系产品持续受到消费者欢迎，每款车型堪称其所在细分市场的翘楚。Macan持续成为保时捷最畅销车型。Cayenne紧随其后，销量增长19%；新一代Cayenne去年底的中国首秀进一步激发了中国消费者对保时捷SUV的期待。

随着跑车文化的日渐普及，中国现已成为保时捷双门跑车全球第二大市场。911车系整体销量增长14%，而718车系市场销量更是首次成为全球第一，实现了148%的销量增长；Panamera以22%的增长继续领跑全球。随着全新Panamera隆重上市，中国已成为新Panamera订单的主要市场。

客户服务全面升级

为更好服务于日益增长的客户群体，保时捷中国在过去一年中新设5家保时捷中心，目前网点布局达到101家。此外，为了满足消费者多样化需求，由传统4S店、保时捷e享空间、保时捷极致体验-销售体验店，以及今年即将落成的保时捷城市服务中心等多种零售形式组成了保时捷立体营销网络。

随着汽车金融市场的成熟和消费者购车理念的转变，已有25年历史的保时捷金融服务，也成为众多消费者的选择。超过24%的渗透率和全年逾16000份的合同让更多喜爱保时捷的消费者成为车主。

为了更好的服务中国消费者，落实以客户为中心，立足未来，深耕中国的发展理念，保时捷中国组织架构升级，成立客户关系管理部、战略和业务发展部，力争全面实现2025战略既定目标。

企业社会责任再出发

2008年，保时捷中国向汶川地震受灾儿童捐赠第一笔善款后，与联合国儿童基金会展开合作，并启动“溢彩心”企业社会责任项目，至今已走过十年历程，先后开展移动教育资源与培训中心项目、儿童早期综合发展项目以及“溢彩心”艺术作品征集活动。

截至目前，包括于2008年向四川地震灾区捐赠的约540万善款在内，保时捷中国在全国范围内捐赠的金额已超过6000万元人民币，保时捷Cayenne的数量也达到十台。项目惠及我国西部偏远贫困地区915所学校、约310000名学生、13300名教师、3600名孕期妇女及4000名0-3岁儿童，同时收到来自学生的2000余件艺术作品。今年保时捷中国还将以崭新的面貌再次踏上新的公益之路。

大众汽车发布微型车Streetmate和Cityskater

青年报 程元辉

大众汽车正致力于成为全球范围内电动产品数量最多的移动出行提供者。大众汽车在电动出行方面采取了全面的策略，其产品系列中包括了微型电动车型。由此，大众汽车将于日内瓦国际车展（3月8日至3月18日）展示两款“城市出行专家”：一款是酷炫、紧凑的Cityskater（接近量产的最后一公里电动街头冲浪者），另一款是全球首发的Streetmate电动概念脚踏板车。Streetmate的续航里程可达35公里，这意味着它能够轻松地完成相对长距离出行，为住所和工作场所之间的通勤提供完美方案。Cityskater续航里程约为15公里，可以带上公共交通工具，也可以折叠起来放进汽车行李箱。大众汽车产品阵容将覆盖整个电动车型系列：从将于日内瓦国际车展首次亮相的I.D. VIZZION高端概念车，到多元化、设计形象的I.D. BUZZ，还有宽敞的I.D. CROZZ SUV，紧凑型I.D.系列车型，以及全新亮相的Streetmate和Cityskater。

传祺GS8、GA8、GM8集体亮相

青年报 车键

在3月3日，广汽传祺GS8、GA8和GM8组成的高端车队集体亮相，三款8系高端车型全面展示了传祺的高端制造实力与品牌魅力。

今年，广汽传祺三款8系高端车型齐聚，为两会提供用车服务，全面展现中国汽车业的高端制造水准。广汽传祺始终坚持“定位高端、品质优先、创新驱动”的发展路径，构建了中高端品牌的基因序列。

在过去一年多时间里，广汽传祺推出三款高端车型：GA8、GS8、GM8，受到了市场热烈追捧和一致好评。传祺三款8系高端车型的全面落地，表明了广汽传祺坚持品牌向上的决心，同时也标志着中国汽车品牌高端化新时代的到来。