

上汽率先逆势突围底气何在

经过一季度的持续低迷,4月,中国最大汽车企业上汽集团终于走出“围城”,其4月份终端零售销量达43.3万辆,同比增长0.5%;其中上汽通用三大品牌累计终端零售量达11.1万辆,取得同比增长13.6%的佳绩。与此同时,1至4月上汽整车出口及海外销量9.3万辆,同比增长4%。上汽集团再次展现出自身强大的实力,成为了“抗疫反击战”中首位胜利者。那么上汽集团是如何率先实现“逆势突围”的?

一是疫情期间加速推出重磅新车,如上汽通用推出新款英

朗、新款别克GL8、新款君威GS、科鲁泽1.5L车型、全新中大型SUV雪弗兰开拓者、全新纯电动畅巡、新款创酷、凯迪拉克品牌新增CT4等等。此外,上汽乘用车、上汽通用五菱、上汽MAXUS也纷纷在疫情期间推出新车,这些产品出色的竞争力促使终端市场销量走高。

二是采取多重促销举措让上汽集团销量回暖。2月底,上汽通用五菱率先发起优惠促销活动,一次性豪掷10亿,助推其3月终端销量达到13万台。4月8日,上汽通用五菱又发放了第二轮10亿购车补贴。上汽乘用

车也在4月一口气拿出33亿补贴。斯柯达品牌也调整全系车型市场指导价,调整幅度最高达2.45万元。

三是在疫情之中,上汽集团积极探索全新的营销方式,探索线下业务朝着线上转型,包括线上云直播、与拼多多合作推出折扣抢购活动。同时,积极参与“五五购物节”,举办汽车品牌大联展、新品云发布、汽车文旅行等活动,一系列充满新意的营销活动让产品和服务更贴近消费者。

四是深耕研发持续投入。截至一季度末,上汽集团母公司报

表持有货币资金667.47亿元,正是因为手握充足的现金,上汽集团在“新四化”创新转型过程中的资金需求能够得到充足保障。数据显示,2020年一季度,上汽集团合并研发支出30.90亿元,其中母公司研发费用10.74亿元,占母公司收入比例达11.9%,在国内同行业中,继续保持领先。

上汽之所以能率先“逆势突围”绝非偶然,而是核心竞争力长期积累,蓄势待发。对上汽集团而言,这仅是初步告捷,务必乘胜追击。在“五五购物节”结束后,上汽集团还将继续出台一系列促销优惠方案。李永钧



江淮纯电轿跑进化上市

5月10日,伴随着一部讲述短跑冠军成长故事的母亲节温情大片《I See 我想·更懂你》公映,高能纯电轿跑江淮iC5正式进化上市,补贴后售价14.99万-17.59万元。

作为国内最早开启纯电动汽车产业化的新能源汽车品牌,iC5是江淮iEV平台真正意义上的进化。新车的NEDC综合工况续航高达530km,同级别中几无对手。64.5kWh的电池包,通过与特斯拉同源的蜂窝电池技术和液冷恒温技术加持,给电池安全加上“双保险”。

江淮iC5造型由国际设计大师、阿尔法·罗密欧前设计负责人丹尼尔亲自操刀设计,尽显纯电轿跑大美风采。iC5搭载最新科大讯飞智能语音3.5系统,能够实现人与车机深度交流。此外,新车拥有智能导航、智能手机APP远程控制、智能远程升级等功能,以及江淮新能源首次搭载的L2级智能驾驶系统。林夏

“双标”亮剑 上汽荣威开启全面升级向上

以焕新的品牌形象为中国品牌崛起赋能。5月10日,“荣威国潮红人馆”正式开馆,荣威“双标战略”正式发布:新狮标积极部署“年轻化战略”,将以焕新的品牌形象深耕传统燃油车领域;全新R标作为荣威中高端新能源专属,将带来面向5G时代的智慧出行新选择。

为顺应移动互联网时代设计的发展趋势,荣威新狮标在保留原先主体设计的基础之上,加入年轻人喜欢的元素,形状更简洁、更个性、更具现代科技感。旗下首款车型荣威RX5 PLUS完美演绎数字律动设计语言,通过立体化悬浮展翼格栅、数字化涌

现荣麟纹理等精致细节,打造更时尚动感的设计形象。新车已于5月4日开启预售,仅1小时就斩获1231份订单,成为近期大热的出行国货单品。

全新R标则是荣威中高端新能源的专属标志,以“品位、创新、信赖”为基石,进一步扩大在新能源和智能网联领域的科技优势,用科技兑现用户对未来出行生活的想象。目前,R标旗下规划的车型包含旗舰MARVEL系列、轿车ER系列,SUV系列也正同步推进。

全球首款整舱交互5G量产车荣威MARVEL-R和量产“高智能纯电家轿”荣威ER6。荣威

MARVEL-R是集智设计理念在SUV产品上的首次量产演绎,并集中体现了上汽在5G技术、三电技术领域的最新成果。新车将由荣威华为联合赋能,实现V2X智慧出行及5G智能座舱,率先在行业内实现L3级别自动驾驶的量产落地。荣威ER6则是20万以内唯一续航里程超过600公里的高品质亲民车。余音

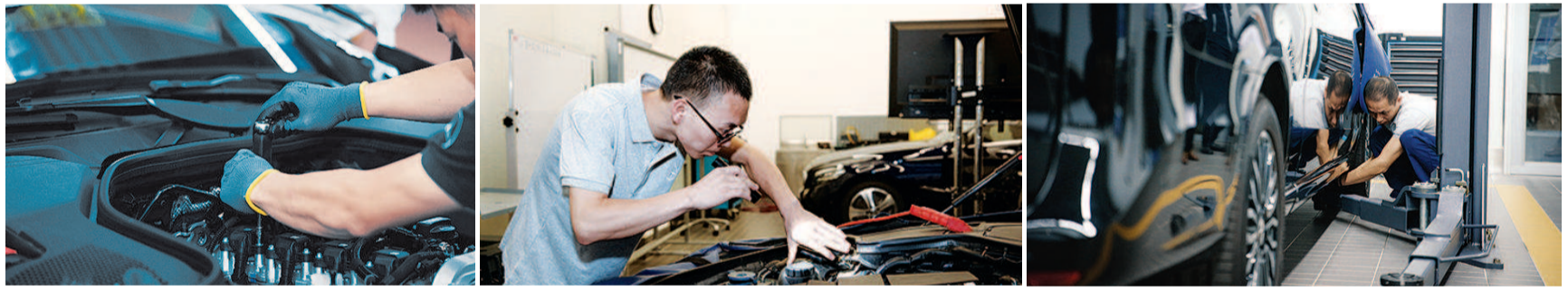
荣威新狮标首款车型荣威RX5 PLUS



▲ 全球首款整舱交互5G量产车荣威MARVEL-R



▲ 荣威新狮标首款车型荣威RX5 PLUS



在懂你的地方享更懂你的品质服务

——梅赛德斯-奔驰为中国车主带来一份贴心厚礼

伴随着街头早餐摊的烟火气、校园的朗朗读书声、城市道路的红色拥堵,久违的日常生活已然重启。在汽车市场,各品牌4S店也恢复了往昔的活力。日前,梅赛德斯-奔驰在客户服务上再添动力,为中国的消费者带来一份厚礼:即日起至12月31日,前往参与活动的梅赛德斯-奔驰授权经销商进行车辆维修服务,每张工单使用的原厂维修类配件产品满1000元即可使用260元电子优惠券,惠益消费者。

回到懂你的地方,为爱车保驾护航。凭借先进的诊断设备、原厂配件、标准化维修流程以及统一认证的客户服务团队,回到授权经销商进行维修保养服务,成为车主的安心之选。

品质维修 选择更懂你的地方

选择一个品牌,就是选择一种生活方式。当人们选择梅赛德

斯-奔驰品牌时,买的并不是一个LOGO,而是一种由产品到服务的全过程豪华体验。

但在实际用车过程中,有些零部件需要更换时,不少车主以为到汽修厂进行简单修理也能解决问题,殊不知一次看似简单的维修其实需要多方面的保障,例如使用的零配件的质量与匹配度,维修工具的专业性,维修流程的标准化等等,才能确保车辆维修后恢复良好状态。

事实上,没有谁比奔驰更懂奔驰,小小的零部件也代表了车企的技术底蕴和品质追求。奔驰原厂配

件拥有源于汽车发明者的品质保障,更加准确契合星徽座驾运转;与此同时,原厂配件在交付使用前都历经严苛测试以及层层质检,以确保使用了这些配件的车辆能够安全可靠,并且驾乘体验焕然一新。此外,奔驰还为原厂配件采用统一的一次性全息图封装,除易损耗零件,其它配件都享有24个月保修期,让出行更加安心。

配件质量保障之外,专业的维修工具和精细化的标准操作流程对于维修品质而言也至关重要,在这方面,更懂星徽座驾的奔

驰授权经销商展现了专业性。这种专业性往往在细节之处见真章,例如,更换零部件时,扭力过大会超出其承受极限,扭力不足则会导致松散掉落,而奔驰使用带刻度的扭力扳手,力度可准确到分厘。再以属于高精设备的高压喷油嘴为例,拆装高压喷嘴需要极高的配合度。奔驰使用相匹配的专用工具并配合精细操作,使配件不受损且喷嘴喷射角度准确定位,令发动机发挥良好性能。车辆维修,失之毫厘,往往谬以千里,标准化的设备与流程以及分寸之间的执着与坚持才是让车辆状态十足的保障。

认证技师 交给更懂你的伙伴

专业的维修更需要有专业的技术实力做保障。凭借全球统一的严苛培训和认证标准,梅赛德斯-奔驰在维修技术方面始终走在行业前列,在中国客户服务人才培

养方面更是行业表率。

每一位奔驰认证技师都经历了标准化的、甚至略显严苛的“养成”之路。完整的、系统的技师培养和认证体系也令这些专业技术人员更懂得奔驰的待客之心。据了解,每一位奔驰技师都需要经过5000辆车维修与保养历练,100小时在线培训,600小时团队技术交流、1000小时面授课程,并通过高难度系数的认证考试层层筛选,才能获得认证。通过标准化维修操作流程,认证技师能够借助专用设备准确诊断并发现车辆安全隐患,确保车主维修后车辆的安心使用。

在分毫之间严守品质的原厂配件及标准化维修流程,将苛刻演绎成日常的专业认证技师,在多重保障之下,梅赛德斯-奔驰为中国车主带来了更为卓越的客户感受。回到懂你的地方,奔驰客户服务以专业和热忱用心守护每一台星徽座驾。王京

