

“本土化 2.0” 北京现代开启绿色智能新时代

扎根中国市场十五年，北京现代凭借本土化战略的持续推进，赢得了900万用户的青睐。同时，北京现代并不止步于本土化的研发和生产，更紧扣新时代的脉搏，在全新的品牌战略“质现代·智未来”指引下，进入本土化2.0时代的北京现代，在新能源与智能化领域不断发力，助力建设绿色高效、节能环保的新时代。

新能源战略厚积薄发 点亮绿色未来

为了应对新形势下日益发展的新能源市场，北京现代在2016年就发布了“新能源 NEW 计划”，计划于2020年前推出9款新能源车型，且未来新能源车型销量占比将超过10%。

这一计划的首款产品，北京现代首款新能源车型第九代索纳塔混动版也同年上市。在2017年“新能源 NEW 计划”战略推行一周年之际，北京现代推出了第二款新能源产品——纯电动中级车新伊兰特 EV，快充时间仅需30分钟，百公里能耗只有13.3kWh，带来全新的节能环保出行方式。

今年北京现代还将有两款插电混动版车型上市，以远超同行的速度，迅速

布局纯电动汽车 EV、混合动力汽车 HEV 和插电式混合动力汽车 PHEV，展现出了北京现代在新能源领域全面的技术积累。

未来，北京现代将在 HEV、EV、PHEV 以及燃料电池四大新能源领域，谋求新能源领域的全面领先，通过不同的新能源技术和丰富的产品系列，推动新能源产业升级，为消费者的绿色出行提供更为多元化的选择。

将全球化产品 与中国优势融合

全球范围，中国在智能互联领域的领先地位有目共睹，如何将北京现代手中全球领先的产品，与中国领先的智能互联技术结合，满足消费者的需求，成了新时代下北京现代本土化战略的重中之重。

随着购车主力日趋年轻化、个性化，智能化、网联化、新能源等新兴市场也在快速崛起。相对以往以销量为主的发展理念，站在新的发展阶段下，北京现代以多年积累的产品品质为基石，通过集合全球化领先技术与本土化制造研发优势，不断将国际上的新技术与自主研发相结合，提高自身在



智能网联系统上的技术水平；通过加强与国内领先科技企业合作，快速导入大幅升级的智能网联配置，引入集成多项 ADAS 智能驾驶技术的“智心合一”系统，最大限度满足消费者对大型化、高端化、智能化产品的需求。

自2016年起，北京现代上市的新车型，已配备百度 CarLife、苹果 CarPlay 终端设备的车联网服务功能，实现车主与互联网的无缝对接，为消费者提供更多的娱乐化、多样化、高端化新选择。在2017年下半年，北京现代推出的全新瑞纳和新一代 ix35，

凭借在智能网联技术方面的优势，上市后迅速获得市场认可，其中新一代 ix35 上市首月销量即破万辆。

值得一提的是，北京现代也将积极履行企业社会责任作为持续推进本土化战略的另一项重要内容。其中一项代表性的工作，便是创立了以内蒙古治沙为代表的绿色公益项目。从2008年开始，北京现代共投入1800万元参与治沙，凭借着不懈的投入与科学的工作，恢复绿地面积5000万平方米，以更直观直接的方式践行了北京现代在新时代下的绿色承诺。 文/杨铮



高尔夫家族赢良好开局 年内将再添新将

凭借外形、内饰，以及配置上的全面进阶，新高尔夫家族上市至今不过百余日，高尔夫迷们的热情就从销量上可见一斑。进入2018年以来，高尔夫家族以1-2月累计销售19113辆的傲人成绩取得了良好开局，为高尔夫·嘉旅今年的焕新上市打下坚实基础的同时，也为一汽-大众实现全年145万辆的市场目标注入了活力。

实力硬 高尔夫家族再创佳绩

2017年高尔夫家族创下全年销售207352辆的历史佳绩，并连续47个月引领细分市场，即便在2017年第四季度高尔夫家族进行了新旧交替，也依旧没有影响它的江湖地位。进入2018年，全面焕新的高尔夫家族依旧迎来了开门红，仅1月份销量就达11402辆。而这些成绩的取得除了受惠于“高尔夫”的品牌号召力，更重要的还要归功于其产品硬实力。

2017年11月4日，一汽-大众同时上市了由新高尔夫、新高尔夫R-Line以及新高尔夫GTI组成的新高尔夫家族，共计11款车型，新车在与老款车型售价保持一致的基础上，实现了外观、内饰、配置、性能等全方面升级。举例来说，在动力方面，新车搭载了1.6L、1.8T、2.0T、2.3T、2.8T、3.6T五款发动机，而且与之配合的是5速手动挡、6速手自一体、7速DSG双离合变速箱，继承了高尔夫家族的运动基因。同时，为了满足消费者对车辆性能的更高追求，2.3T和2.8T车型还特意搭载了多连杆独立后悬架。

而在外观方面，新车采用了全新的“X”型前脸造型及“双L”型LED日间行车灯，搭配线条更加流畅的尾部设计，使整车看起来更加犀利、时尚。进入车内，新车设计同样不负众望，其既保持了高尔夫简约而精致的风格，又升级了Clean air 2.0车内空气质量管理系统等。此外，新高尔夫家族还搭载了诸多B级车才有的配置，比如，

12.3吋FPK数字液晶仪表与9.2吋带手势控制功能的MIB High Navi导航系统、多种驾驶模式的选择、电动座椅新增座椅记忆功能，以及ACC3.0自适应巡航系统、车道保持、盲点监测等，以此提升用户的驾控乐趣及舒适度。

任务重 新高尔夫·嘉旅等五款车型年内上市

从1974年高尔夫诞生至今，历经七代更迭，高尔夫的创新与传承从未停止，独特而包容的高尔夫文化早已枝繁叶茂。如果说新高尔夫家族的进阶之路是再一次的自我革新，那么即将于今年上市的新高尔夫·嘉旅则是一汽-大众大众品牌对所有高尔夫迷们又一次的真情告白。

“想要实现销量稳步增长，就要从根本上焕新体系。”正如一汽-大众汽车有限公司商务副总经理、一汽-大众销售有限责任公司总经理董修惠所言，

通过2017年一系列的创新，才使得一汽-大众大众品牌逆势跑赢了大盘，在没有SUV车型前提下仍旧取得了全年140.5万辆的销量成绩，面对2018年，一汽-大众大众品牌结合汽车总市场的预计增速将市场目标确定为145万辆，与此同时，还规划了销售满意度前三、服务满意度第一的客户满意度目标。

敢于定下如此目标，当然离不开强有力的新产品支撑。据悉，在新品方面，2018年，一汽-大众大众品牌将迎来真正的“产品大年”，其中包括两款全新SUV、全新一代CC、全新一代宝来以及新高尔夫·嘉旅。

“为抢占新一轮制高点，把握未来业务发展趋势和机遇，一汽-大众大众品牌正以新的区域模式、新的业务单元、新的人事变革，打造全新的体系。”在一汽-大众大众品牌年度业绩沟通会上董修惠表示，一汽-大众已成立了“未来业务发展部”，下辖用户体验、移动出行、新能源三个部门，以全面应对未来的发展趋势和方向。 文/宋立伟