

匠于心 品于行

广汽集团品牌全新升级

4月19日，广汽集团在上海国际车展新闻发布会上发布品牌的全新战略规划，公布品牌口号“匠于心·品于行”，并在国内首发插电式混合动力概念车EnSpirit。在当天开展的上海车展上，广汽集团旗下广汽乘用车、广汽本田、广汽丰田、广汽菲克、广汽三菱等下属企业闪亮登场，多款新品悉数亮相。

2017年是广汽成立20周年，也是广汽集团全面落实“十三五”的关键之年和“品牌升级年”。广汽集团将通过技术升级、产品升级、产业升级的全方位品牌升级行动，加强品牌建设，提升核心竞争力，确保“十三五”目标顺利达成。



EnSpirit概念车国内首发 电动化、网联化提速

“十三五”期间，广汽集团明确了“电动化、网联化、智能化”的三大突破方向。本届上海车展，广汽集团国内首发概念车，正是其“电动化、网联化”领域最新创新成果，也是其“匠于心·品于行”品牌口号的直观诠释。

外观设计上，EnSpirit融合了SUV、轿跑以及敞篷车等元素，代表了未来广汽量产车型的设计方向。动力方面，EnSpirit搭载了自主研发的1.5L阿特金森循环发动机和G-MC（GAC Mechatronic Coupling）先进机电耦合系统。通过搭载智能互联设备，EnSpirit契合了互联网时代年轻消费者的汽车需求。值得关注的是，EnSpirit展示的研发思路和新技术，体现了广汽对于未来出行方式及消费需求的前瞻洞察，并将在后续量产车型上应证体现。

随着全球汽车产业“电动化、网联化、智能化”变革趋势的不断显现，广汽集团“十三五”规划提出，实现电动化、国际化、网联化三个方面的重大突破，全方位提升核心竞争力。经过十多年的不懈努力，广汽集团在智能驾驶、移动互联、新能源动力等专业领域拥有丰富的技术积累。4月底，广汽将发布在智能网联新能源事业上的重要举措，广汽集团将与相关合作伙伴的资源优势互补、协同发展，打造以智能网联新能源汽车整车制造共享平台为中心、关键零部件的研发、生产、销售及售后服务为依托的全产业链开放生态体系。广汽北美研发中心将于今年正式成立，担负起研发人才集聚、前沿技术研究等职能，广汽集团国际化进程迈出重要一步。

品牌战略规划发布 全方位品牌升级启动

在本次车展发布会上，广汽集团总经理冯兴亚发布了品牌全新战略规划：

品牌核心：至精·至广
品牌愿景：不忘初心，追求卓越
品牌定位：移动生活价值创造者
品牌主张：以匠心之道，精心尽力地为消费者与员工、合作与投资伙伴、行业与整个社会用心创造价值

品牌全新战略规划，是对广汽20年发展历程的深刻总结和提炼升华，是广汽在新时代新形势下的品牌主张和发展愿景。广汽集团始终秉承工艺上的匠心之道，以工匠精神打造高品质的汽车产品；更始终保持着对消费者需求的敏锐洞察，依靠创新研发与精益生产，为用户移动生活、推动产业进步和社会发展提供了创新价值。广汽集团董事长曾庆洪在新闻发布会上宣布了广汽集团的企业口号“匠于心·品于行”，并表示：“启动新的品牌口号，标志着广汽集团继承了至精至广的品牌核心，体现了精益求精的工匠精神和良好的品行。广汽集团将不忘初心，追求卓越，努力成为具

有国际影响力的一流品牌。”

面向未来，广汽所关注的不仅是汽车本身，更将以用户需求为出发点，不断开拓创新，将高品质的汽车产品作为基础，为消费者提供定制化的移动出行方案，为消费者创造更美好的移动生活体验。力争到“十三五”期末，广汽品牌成为中国汽车行业的名优品牌，具有全球化影响力并具备高度社会责任感的国际汽车集团品牌。

“十三五”期间，广汽集团将围绕“一个中心、两个不动摇、三个转变”的发展主线，即以质量、效益为中心；坚持自主创新不动摇、坚持合资合作不动摇；推动制造向创造转变、速度向质量转变、产品向品牌转变。其中，加强品牌建设，提升品牌力和企业软实力，实现广汽集团可持续发展将是重中之重。为了进一步为消费者、员工、合作与投资伙伴、行业与整个社会创新价值，广汽集团在本次上海车展正式启动全方位品牌升级行动。继广汽丰田、广汽三菱之后，广汽日野股东双方标识对

等露出，体现了平等、互利、共赢的合作关系，也将进一步统一品牌形象，提升广汽品牌影响力，给顾客更好的品牌认知度和认同感。接下来，广汽将从技术升级、产品升级、产业升级三大领域全方位推进升级举措，通过由研发实力提升，极具竞争力的产品矩阵和创新驱动产融结合所带来产业升级，强化核心竞争力，确保广汽集团持续快速发展。

技术、产品、产业三升级 “大广汽” 品牌向上突破

作为国内产业链极为完整的汽车集团之一，1-3月，广汽集团实现产量46.17万辆、销量45.72万辆，同比分别增长30.97%和37.64%，增幅大大高于行业均值。2016年，广汽集团汽车产销、营业收入、利润总额等主要经济指标同比增长均超20%。整体汽车销量165万辆，同比增长27%，销量增幅高于行业平均水平13个百分点，并于2013年-2016年连续四年入围《财富》世界500强，排名较2015年上升59位，品牌影响力大幅度提升。

秉承全新的企业品牌战略规划，广汽集团将通过技术升级、产品升级、产业升级，不断提升广汽的品牌力。

在技术升级方面，广汽集团坚持正向开发，建立了跨平台模块化架构（G-CPMA），实现了平台化、模块化、体系化，不仅打造了“阿特金森发动机-机电耦合系统”的黄金动力组合，而且实现了从燃油汽车到混合动力、纯电动车，从传统驾驶到智能驾驶的升级。

在产品升级方面，广汽集团不断增强

产品力，致力于质量、品种、品牌的全面升级，从单一产品延展到轿车、SUV、MPV等细分市场，多款明星车型深受消费者的喜爱。

本届上海车展，广汽自主品牌共有6款新车闪耀亮相，除了概念车EnSpirit外，广汽传祺GS7、GE3等也在国内首发亮相，充分彰显了广汽自主品牌的核心竞争优势。广汽本田延续品牌升级之势，发布2017年事业计划，冠道240 TURBO闪耀亮相；广汽丰田新雷凌全家族首发亮相，“新风尚实力三厢”轿车致享等明星车型展现“全擎动力”和“匠心制造”的强劲实力；广汽三菱全新导入祺智，此款车源自广汽导入，广汽三菱成为率先由中方股东方导入品牌和技术的合资企业；广汽菲克Jeep则发布了概念车云图，为中国带来史上超强的产品阵营和更具领先性的SUV行业革命技术。

在产业升级方面，广汽集团始终坚持从制造到智造的不断升级，以丰富和完善



领导与各业务板块代表共同启动品牌口号

广汽生产方式为核心，全面打造智能化的智能工厂。

广汽集团致力于从单一整车制造到全产业链的升级，通过创新协同发展、产融结合的举措，不断完善产业链结构，形成以整车制造为中心，涵盖研发、零部件、商贸、金融等板块的完整产业链。4月12日，广汽财务公司开业，将提供优质高效的符合上下游企业需求的内部银行业务，满足集团产业链的金融需求，进一步推动金融保险与汽车产销的协同发展。

此外，广汽集团国际化进程稳步推进。今年1月，广汽集团三度参加北美车展，并成为北美车展110年历史上率先进入主展馆的中国车企；同月，广汽集团参

加达沃斯世界经济论坛，与全球领军汽车企业共同探讨汽车行业前沿话题；今年3月，广汽集团与2017广州《财富》全球论坛达成战略合作，广汽传祺将成为官方唯一指定用车。随着品牌升级全面启动，广汽集团将在全球汽车产业舞台频繁展现中国车企的风采。

不忘初心，追求卓越。未来，广汽集团将以品牌全新战略规划为指导，以品牌升级行动为契机，围绕“一个中心、两个不动摇、三个转变”的主线，积极实施“十三五”规划，力争在“十三五”期末，广汽集团品牌成为中国汽车行业的知名品牌，以及具有全球化影响力并具备高度社会责任感的国际汽车集团品牌。