

重获新身,开启全面复兴之路

——访沃尔沃中国业务高级副总裁拉尔斯·邓



沃尔沃的研发副总裁彼得·默滕斯先生说过,“排量等于动力”的时代已经过去了,我们不再以排量的数字去衡量一款车的动力表现。全新XC90配备的高效双擎技术可以迸发出400马力、640牛米的强劲动力。这组数据对于消费者而言,将让他们在驾驶时察觉不到任何的拖沓,相反却给予了车主更具激情的操控享受。

我们针对发动机的排量,有着清晰的规划,而且会据此进行研发和生产。这或许跟其他竞品不太一样,但是我们相信这样的配置可以满足消费者的需求。

■ 沃尔沃强调全新XC90不仅仅是款新车,更肩负品牌复兴的重任,为什么这么说?

在2010年之前,我们隶属于福特集团,在这之后被吉利控股并购。受制于福特体系,我们之前在技术平台和动力平台上并没有太多沃尔沃自有的技术。吉利在并购沃尔沃之后,李书福董事长就表达过放虎归山的意思,即:吉利是吉利,沃尔沃是沃尔沃。现在伴随沃尔沃全新SPA平台和全新旗舰车型XC90的诞生,标志着我们正作为一个独立品牌重获新身,沃尔沃开启了全面的复兴之路。彼得·默滕斯副总裁也讲过,我们现在除了SPA平台之外,Drive-E动力系统也是沃尔沃自有的技术,并且处于行业领先的状态,甚至车载互联系统也是我们自己独立开发的。我们在这几

个领域已经完全不受限制,并对自己的技术充满信心。

■ 怎样理解XC90把沃尔沃的豪华程度提高到一个新的水平?

其实在这款车上,我们可以看到众多创新和领先的科技,包括全方位的整合安全解决方案,车载智能互联系统等,这些显然将提供给消费者更豪华的体验感受。此外,全新XC90还实现了大空间、强劲动力与低排放环保的和谐统一,这进一步提高了沃尔沃产品的豪华程度。

在以往,德系品牌一直处于市场的半垄断地位。而现在,我们的Drive-E动力系统拥有更高效、环保的动力和排放表现,其次还有已经发布的车载智能系统SENSUS,以及沃尔沃全新设计语言,这些元素叠加起来,不仅共同提升了沃尔沃豪华品牌形象,更大幅提高了产品竞争力,让我们更自信地面对市场的竞争。

■ 请评价一下今年以来沃尔沃在中国市场的表现,对未来的感想和预测?

在中国市场上竞争对手越来越倾向于推出小型SUV,对此沃尔沃有没有类似的计划?我们肯定会有相应的计划,但是目前还处在商业保密阶段。大家要知道,我们不会漠视任何一个市场,但是现在我们还不能过多透露信息。沃尔沃SUV产品线,就是所谓的XC系列,目前大家可以看到60以及刚刚发布的90,未来我们的计划一定不会仅仅停留于这两个数字上,还会有以新数字命名的新产品。

沃尔沃汽车在中国的市场表现非常出色。今年前7个月,我们在中国的销量达到45414台,同比增长36.2%,连续13个月实现正增长。我们今年在中国的年度销售目标是至少达到8万台。我们之前制定了一个2020计划,就是在2020年实现全球80万台的销量目标,其中中国需要达到20万台。综合我们目前的增速以及整个豪华车市场的增长速度,我们对此充满信心。

■ 在中国市场上竞争对手越来越倾向于推出小型SUV,对此沃尔沃有没有类似的计划?

我们肯定会有相应的计划,但是目前还处在商业保密阶段。大家要知道,我们不会漠视任何一个市场,但是现在我们还不能过多透露信息。沃尔沃SUV产品线,就是所谓的XC系列,目前大家可以看到60以及刚刚发布的90,未来我们的计划一定不会仅仅停留于这两个数字上,还会有以新数字命名的新产品。



8月28日,上汽大通第二届销售精英比武大赛全国总决赛在上海落下帷幕,最终来自北京汇城大通4S店的杨喆获得了销售大师金奖。

与首届大赛相比,本届大赛选拔范围覆盖全国181家经销商网络,除了集结上届全国十强选手老将,更有大批新生代高手强势加入战局。

本次大赛继续发挥“以赛代练”的优势,强化上汽大通“以客户为尊”服务理念,通过精心设置的“心有灵犀、最强大脑、蛛丝马迹、巅峰对决”四轮淘汰赛,使销售精英们在层层晋级的过程中,对销售基础知识、应变能力以及对产品的掌握程度得到再次巩固。除此之外,比武大赛还以实战模拟形式,着重考验选手们对上汽大通旗下重要产品G10的销售话术和销售技巧的灵活运用,以及他们的人格魅力和个人亲和力。

本次销售大赛“销售大师”金奖得主在发表获奖感言时表示,销售是一门技术活,也是一门心理活,在与客户打交道的过程中,与其说是卖车,不如说是赢得消费者的信赖,扎实的业务能力以及赢得消费者信赖的能力,是达成销售的两大法宝。 姚琼

汽车销售服务节即将开幕

9月12日到10月6日,由上海市商业联合会主办的第七届上海市汽车销售服务节将在杨浦万达广场(淞沪路77号)、周浦万达广场(周浦镇年家浜路437号)、嘉定国际汽车城、闵行仲盛广场(都市路5001号)、中环梅川路步行街等地展开。

除为消费者提供超值优惠力度、推广使用汽车销售示范合同文本外,本届服务节将迎合新形势,在各个巡展现场新增新能源车展示区域,提供各类相关配套服务活动。值得一提的是,在闵行仲盛专场,服务节将配合中法建交50周年,举办一场别开生面的法国周活动,巡展现场更有热舞、魔术、激光鼓、小提琴及有奖竞猜环节。

新科鲁兹转身科技型男

雪佛兰全新一代科鲁兹 科技智慧 刷新上市

在著名音乐人小柯领衔打造的#出发 遇见新的自己#青春歌舞剧的氛围里,在世界顶级团队设计的酷炫3D投影秀的舞台上,8月22日,全新一代科鲁兹正式宣告上市。作为雪佛兰在中国最受欢迎的车型之一,科鲁兹三个字早就与成长中的年轻人牢牢捆绑在了一起。5年过去了,全新一代科鲁兹,带着对上一代车型的敬意,对85后年轻族群的深入洞察以及全面领先的科技智慧,再次出发。



99% 新零件
处女座都难挑剔的“全新”

作为在通用全球新一代紧凑型中级车平台上诞生的全球首款上市车型,新科鲁兹选择了真正重新出发——99%的新零件彻底更新,这种敢于颠覆的精神,让你第一眼就亮了。用生命力美学演绎“令人心动的”设计,以时尚溜背造型、流畅有力的运动肌肉线,造就优于同级的0.28超低风阻。经典的双座舱设计采用马鞍鞍鞍辅助双缝线工艺的皮革进行包裹,在同级中极为少见。内部空间提升也同样令人惊喜,新科鲁兹后排腿部空间增加了22mm,身高1米8的人下后腿部有两拳的空间,比上一代多了一倍。

全系中置直喷发动机
底气都在“心”里

全新的高效动力组合,堪称新一代最大亮点。率先搭载通用全球最新一代Ecotecpower高效动力总成,全系标配中置直喷发动机。其中,1.4T SIDI中置直喷涡轮增压发动机最大功率可达110kW,峰值扭矩为235Nm,匹配全新7速DCC智能双离合变速箱,百公里油耗仅5.9L,完胜同级对手。1.5 SIDI中置直喷自然吸气发动机则是该级别中独一无二的自然吸气直喷发动机,最大功率为84kW,峰值扭矩为146Nm。同时,全系AT车型标配Start/Stop智能启停系统,全系EPS+ESC+瓦特连杆,这些同级仅有的“干货”,一再刷新效能、操控与安全标杆,性能脱胎换骨的变化,不但让新科鲁兹在残酷的市场上底气十足,也让科鲁兹迷多了一个必须入手的坚定理由。

双屏互动
与世界沟通的“尺度”从此更大

主打85后年轻群体的全新一代科鲁兹,在配置上显然更懂这群网络精英的内心需求。全系彩屏中控,新一代MyLink 2.0智能车载互联系统更采用同级最大8寸真彩多点触控电容屏,媲美IPAD的多点触控体验,同级唯一的手机/车机双屏互动功能,完爆carplay系统,刷新车载显示系统新标杆。

毫无疑问,全新一代科鲁兹已经厌倦了换汤不换药的车型更迭,从科技智慧入手,以革命性的超越和突破引领85后年轻人去尝试、体验、探索更多的人生可能。

#出发 遇见新的自己#

