



祝贺新民晚报创刊85周年

今年销量已提前超去年全年

上海大众汽车累计销量突破158万

据最新数据显示,截至 11 月中旬,上海大众汽车 2014 年累计销量已突破 158 万辆,提前一个半月超过去年全年销售总量。

根据乘联会和中汽协的分析,2014 年车市虽有增长但是整体放缓。截至今年 1-10 月的数据显示,整体车市同比增长率为 12.9%。而上海大众汽车今年 1-10 月销量同比增长 14.5%,其中大众品牌同比增长 13.8%,斯柯达品牌同比增长 18.4%。无论是企业整体销量还是旗下一品牌表现,均跑赢大盘。

能在大势放缓的情况下保持稳健的增长,与上海大众汽车的企业综合实力有关。目前,上海大众汽车产品谱系丰富,新产品的推出节奏合理,旗下大众品牌与斯柯达品牌形成了良好的互补关系。

大众品牌方面,在 A0 级车市,Polo 品牌继续领军细分市场,旗下



New Polo,Cross Polo,Polo GTI 满足了更细分的市场需求。在 A 级车市场,Santana 桑塔纳品牌和 Laida 品牌旗下车型分别引领各自细分市场,其中 Laida 品牌更是凭借丰富的产品序列基本实现了对 A 级市场的全面覆盖,月均销量超过四万台。在 B

级车市场,Passat 帕萨特前 10 个月累计销量达 194,930 辆,位居 B 级三厢轿车细分市场销量榜首。在 SUV 方面,Tiguan 途观前 10 个月累计销售 208659 辆,同比增长 24%。尽管 2014 年 SUV 市场新车频出,途观仍以月均销售突破 2 万辆的成绩持续

热销,稳居 SUV 市场领军地位。在 MPV 市场,Touran 途安增长稳健,前 10 个月实现累计销售 30549 辆。2014 年是上海大众汽车 30 年,今年大众品牌不仅推出了 7 款 30 年纪念版车型,首款中高级轿跑 Lamando 凌渡也在广州车展上启动预售,并

将进一步丰富产品谱系。

斯柯达品牌方面,在 A0 级车市,Fabia 晶锐前 10 月累计销量达 17083 辆。在 A 级车市场,Rapid 昕锐表现亮眼,1-10 月累计销售 64316 辆。Octavia 全新明锐市场表现稳步增长,10 月实现销售 12061 辆,助推明锐品牌今年 1-10 月实现累计销售 90528 辆。今年 4 月上市的 Rapid Spaceback 昕动赢得了超高人气,截至 10 月累计销量达 14522 辆。在 B 级车市场,New Superb 速派 1-10 月累计销量为 25050 辆。SUV 车型 Yeti 野帝凭借硬派卓越的性能和品质,1-10 月实现销售 14870 辆。在刚刚落下帷幕的广州车展上,斯柯达品牌全新概念车 Vision C 也首次与中国消费者见面,展现了斯柯达品牌全新设计语言。

在为消费者不断提供更多新产品的同时,上海大众汽车也不断发展服务和网络。目前,上海大众汽车已在全国建立了 1400 多家营销网点,形成了国内布点最多、覆盖最广、体系最完善的营销服务网络。

30 年的滚动发展,上海大众汽车以不断完善的产品线与广大消费者共同畅享高品质的汽车生活。过往的里程只是记录,崭新的纪录更待书写。未来,上海大众汽车将继续秉承追求卓越的企业精神,以更优质、安全、环保的产品和专业的服务回馈广大消费者。

Vision C惊艳而来

百年斯柯达活力前行



在刚刚结束的第 12 届广州国际车展上,代表斯柯达品牌全新设计理念的 Vision C 概念车在中国市场首次亮相即引发了业界和媒体的极大关注。近两年来,上海大众汽车斯柯达品牌进入新产品密集发布期,产品架构不断完善丰富的同时也为品牌注入了更多年轻、时尚活力。全新 Vision C 概念车的推出展现了斯柯达品牌未来发展方向,极具表现力和情感张力的设计理念更显年轻活力和自信。

今年3月份,斯柯达Vision C概念车在日内瓦车展全球首发就好评如潮。本届广州车展,Vision C概念车的亚洲首发也一鸣惊人,尽显百年品牌斯柯达卓越的设计魅力和工程实力。在外观上,干净利落的线条、协调的比例以及对于细节的精心刻画都使Vision C概念车个性十足。Vision C概念车前脸自信且动感,宽大的进气格栅和拉长的三角形设计大灯极具辨识度和力量感,水晶材质的运用更尽显精致尊贵;侧身轮廓线条流畅,力量感十足的车顶线在C柱上方微微下斜,配合无框车窗营造出纯粹美感;腰线高且醒目,锐利线条从引擎盖开始,在轮罩拱处上扬,延续至车身侧面,看上去优雅动感;尾门造型以利落的垂直折线收尾,向内凹陷,这种内切设计将立体雕塑感演绎至极限。

内饰设计方面,斯柯达Vision C概念车也处处体现出对情感张力的追求:驾驶舱水平线突出,从左延伸至右,视觉效果开阔;中控台由上至下布局清晰有序,非常符合驾驶员的操作习惯;仪表盘、方向盘上的车标、显示屏及中控台大量采用水晶材质,并通过氛围

灯让这些水晶元素熠熠生辉,更显高雅;驾驶位与副驾驶位、前后排的功能设计则遵循“对称性”原则,确保所有乘客在空间、座椅、空调音响调整等方面享有同等的舒适体验。

进入中国七年多以来,斯柯达品牌稳健前行,对产品线进行持续的充实完善和深耕细作,满足消费者多元化的审美与用车需求,为消费者提供优质汽车产品与服务。近年来,大量年轻消费者进入汽车市场,他们对驾乘体验感知敏锐,渴望在情感层面能够带来愉悦的汽车产品。上海大众斯柯达敏锐地捕捉到了这一趋势,不断推出更多更年轻、更有活力、更具挑战并带来更多愉悦的车型:去年4月,基于当时最新的斯柯达Mission L概



念车而量产的Rapid昕锐上市,其清新时尚的造型设计获得诸多年轻消费者追捧,该车型也迅速在国内主流中级车市占据一席之地。随后,上海大众斯柯达进入了新一轮的产品密集投放期,主流高级轿车New Superb速派、高性能纯正德系SUV Yeti野帝以及今年上半年推出的全新越级行旅车 Rapid Spaceback 昕动、基于新一代MQB平台打造的 Octavia全新明锐以及Yeti野帝都会系列都让消费者眼前一亮,斯柯达更趋年轻化、个性化的品牌形象也愈为清晰。

Vision C概念车的问世更让人对斯柯达品牌的未来充满期待。百年斯柯达正迎来越来越好的时代。

