

## 第一款国产车型S60L上市

## 沃尔沃艰难复兴路迎来新节点

日前，沃尔沃全新S60L轿车在北京正式上市，售价26.99万-28.49万元。沃尔沃方面表示，S60L是沃尔沃被吉利收购后真正意义上的第一款国产车型，其表现直接决定着沃尔沃品牌未来在中国市场的发展前景和地位。

自2010年成为首个中国人所拥有的豪华品牌以来，沃尔沃汽车在产业布局、产品、品牌、营销等各方面不断完善。如今，随着全新S60L的上市，沃尔沃将由蓄力走向全面发力，拉开复兴大幕。

在谈到全新S60L和品牌的未来发展规划时，沃尔沃相关负责人强调，全新S60L在品质大幅提升的基础上做出了更符合中国消费者审美的改变，且在安全、环保等方面有着超越竞争对手的优势，将助力沃尔沃品牌重获新生。

与其他竞争对手主攻商务人群和年轻新贵不同，沃尔沃全新S60L瞄准了家庭用户。据介绍，沃尔沃S60L在设计之初就



围绕家庭诉求做出了多项改变，如在原有S60车型的基础上加长了80毫米，并全面用于后排空间；内饰选材高端，强调健康环保；配备业界顶尖的智能安全装置，将确保车主及家庭成员安全放在最重要的位置等。

沃尔沃高层在谈到全新S60L的目标消费人群时强调，这样定位是沃尔沃对产品魅力自信的体现。“作为全新沃尔沃汽

车的第一款国产车型，沃尔沃S60L将有力提升沃尔沃汽车在最具增长潜力的主流中高级豪华车细分市场的竞争力。”沃尔沃汽车中国销售公司总裁兼首席执行官付强表示，全新S60L将让消费者体会到沃尔沃“以人为本”的品牌承诺。

全新S60L是一款凝聚着沃尔沃品牌精华的产品，三年前就与新款S60轿车在瑞典开始了同步的设计和开发，并明确了

自身的产品定位，即在保证动感操控的基础上，进一步提升驾乘舒适性和豪华感。在全新S60L上，沃尔沃做出了很多符合中国消费者审美的改变，沃尔沃汽车集团中国区设计副总裁冯帆介绍，如S60L的加长，就是斯堪的纳维亚设计中“形态服务于功能”理念与中国消费需求的结合，“不一味追求外在长度，而是注重车内可用空间的最大化，使车辆在运动性、协调性、舒适性和功能性之间达到最佳平衡”。

今年1-11月，沃尔沃在华完成了5.4万辆的销量，同比增长45%。对于明年计划，虽然沃尔沃方面尚没有高调明确的表态，但在全新S60L上市发布会上，从吉利控股集团董事长兼沃尔沃汽车集团的董事长李书福脸上始终保持着微笑则不难看出，沃尔沃对于全新S60L这款车型，以及明年整体的发展前景很有信心。

沃尔沃重新起步后表现如何？是否能顺利冲进豪华品牌第一阵营？诸多问题的答案都在全新S60L身上，且待市场来回答。

北京商报记者 王万利

## 高尔夫推出第七代车型

## 一汽-大众品牌力再获提升

虽然从销量上看高尔夫算不上是一汽-大众的主力车型，但却一直扮演着品牌诠释者的角色。日前，备受关注的全新高尔夫正式上市，售价12.19万-18.29万元，一汽-大众将其定位为“两厢车市场的引领者”，希望借该车型的推出进一步提升品牌力。

事实上，高尔夫自诞生之日起就代表了大众汽车发展的方向与趋势，它的价值已远远超越了一款普通的汽车产品。39年的品牌历史中，高尔夫历经七代车型换代，至今已在全球拥有超过3000万的车主。

不过，高尔夫在中国市场的发展并非一帆风顺，虽然第四代车型曾收获些许赞誉，但却因为售价偏高等多种原因销售惨淡，直至第六代车型推出后这种情况才出现逆转。在个性化需求逐渐增强的大环境下，第六代高尔夫凭借先进的技术和过硬的品质赢得了众多前沿消费者的青睐。眼下，第七代高尔夫高调上市，越级的产品配置和创新技术的大量应用仍是其品牌核心理念。

作为国内首款基于大众集团最新的横置发动机模块化平台——MQB平台生产的轿车，全新高尔夫拥有众多超越同级别的高科技装备。MQB平台借鉴了大众集团多个新平台的研发成果，将众多高科技配置集成到了全新高尔夫车型中，集成化的优势令全新高尔夫实现了车身减重，从而达到降低油耗的诉求。全新高尔夫还全系标配了电子手刹、Auto Hold及XDS系统，并同时应用了ACC主动巡航系统等多重驾驶辅助系统。

加长的车身与更短的前悬、创新的车顶轮廓特征线、锋利的锐棱腰线……全新高尔夫体现了大众汽车最新的设计语言，以更加简洁有力的线条，勾勒出动感、硬朗的造型；内饰上，基于MQB平台的优势，全新高尔夫采用了众多B级车甚至更高级别产品的内饰布局与材料选择。此外，全新高尔夫还增长了整车轴距，拥有更宽阔的内部空间。

可以说，一汽-大众全新高尔夫完全符合一款引领潮流的两厢车标准。市场人士预测，伴随着全新高尔夫的上市，中国两厢车市场发展潮流或将发生改变。

北京商报记者 王万利



## 新蒙迪欧定位“科技·品位”座驾

## 长安福特强化汽车科技

日前，福特新蒙迪欧与新周刊生活方式研究院联合主办的科技品位主义论坛在浙江乌镇隆重举行。本次论坛以“科技品位主义”为主题，深入探讨了科技引发的生活变革，并深度诠释了新蒙迪欧所倡导的科技品位主义对生活的助推作用。新蒙迪欧必将成为树立中高级车市“科技·品位”座驾新典范，开启科技品位主义新时代。

“长安福特始终以消费者需求为导向，持续将更多、更好的，真正契合消费者诉求的产品引入中国市场。”长安福特销售公司副总经理刘宗信表示，“相信新蒙迪欧必将成为这种全新生活方式的引领者，成为中高级车市的新标杆”。

随着科技在社会生活中的作用越来越大，汽车科技的发展也日新月异。从前，汽车仅仅是一个代

步的工具，功能只在于提高人们的移动效率；如今，越来越多的汽车厂商开始关注汽车科技如何让我们的生活更舒适、更便捷、更安全，因此越来越多的创新科技被运用在汽车上，改变并优化着消费者的用车体验。作为长安福特的旗舰车型，新蒙迪欧搭载了一系列同级独有和同级领先的创新科技配置，如My Key我的智能钥匙、LED前大灯集随动转向、智能弯道辅助照明、Follow me home伴我回家功能、多角度按摩座椅、全球首次引入的具有福特专利的后排气囊安全带、能够解放双手的车载多媒体通讯娱乐互动系统、ACC智能自适应巡航控制、主动泊车辅助系统等。

当今对生活产生重大影响的科技观念及产品，早已不是原来冷冰冰的纯



科技，而成为潮流化、时尚化和趋势化的“科技”。这种“科技”，不仅是一种技术革新，还是一种观念主张，更是一种生活态度，它将直接推动一种全新生活方式的诞生，这就是新蒙迪欧所倡导的“科技品位主义”。

新蒙迪欧作为一款兼具科技与品位的座驾，是顺应市场及消费者需求而生，在打造多项同级独有

北京商报记者 王万利

## 戴姆勒扩建零部件配送中心

日前，戴姆勒首次向媒体开放了在京新建的零部件配送中心，展示其在原厂零部件配送服务方面的高效物流水平。戴姆勒东北亚零部件贸易服务有限公司首席执行官敬言表示，2008年至今，公司已在北京、上海、广州、扬州以及成都建立了零部件配送中心，明年将在上海建立开设另外一家全新的定制级零部件配送中心。

“明年在上海建成的定制级零部件配送中心，将助力公司在华稳步发展。”方敬言称，该配送中心建成后，将进一步扩大戴姆勒东北亚零部件公司在华的规模。

戴姆勒东北亚零部件贸易服务有限公司负责梅赛德斯-奔驰乘用车、商用车及卡车零部件的配送物流服务。公司的配送体系已覆盖全国109个城市，

供应满足率达96%。

解决时间成本问题，除了合理布局零部件配送中心外，还可以通过加大国产零部件的比例以减少进口零部件在进口到国内时所需的时间。按照戴姆勒的计划，到2015年将实现在中国市场销售30万辆的目标，其中有2/3的销量来自国产车。这也意味着戴姆勒将建立一个更大范围的供应基地，以及国产

化程度更深的二、三、四级供应商。

对此，戴姆勒东北亚零部件贸易服务有限公司供应链与客户管理总监慕容轩表示：“戴姆勒始终强调选用原厂零部件，以保证产品质量和安全。现在零部件配送中心的国产件占5%左右，未来几年内将提升至40%左右，我们将尽最大努力实现零部件国产。”

北京商报记者 蓝朝晖