

新一代ix35助力 北京现代体系实力全面升级

七年蜕变

新一代ix35智慧升级

2010年,ix35首次进入中国,并由北京现代以合资方式引入生产。上市后,获得了市场的认可和青睐。时隔7年后,全新北京现代新一代ix35再次归来,上市即热销。

新一代ix35比上一代车型要大了一些。虽然轴距与老款车型保持一致,但通过座椅等处的细节优化,新车前后排空间相对老款车型有所升级。内饰方面,新一代ix35的9.6英寸多媒体触控屏搭载了来自百度的智能网联系统,同时支持CarPlay和CarLife两套手机互联系统,展现出了大块头智慧的一面。

新产品新技术

看北京现代应对新形势新需求

而在消费需求升级、对智能化、年轻化新车日益增长的当下,北京现代通过本土化2.0战略在保持产品高品质的同时,从消费者需求出发,不断提升产品配置和科技含量,在合资车企中率先将智能网联等受到中国消费者青睐的功能引入新品中,提升产品竞争力,让利中国消费者。

未来,北京现代将继续加快产品焕新速度,并将逐渐淘汰老旧产品,以新产品、新技



术满足消费者对汽车产品的升级需求。2018年,北京现代3款新车,多款改款车及新能源车将集中上市,主销产品都将完成更新换代。

经过十五年的快速发展,北京现代形成了百万产销体系力和900万累计用户,这不仅是成绩荣誉,也是未来企业发展的深厚基础。作为韩系车的楷模,北京现代通过“质现代·智未来”全新品牌发展战略、“三纵三横”产品布

局和本土化2.0战略,不断推出适应国内消费者需求和市场新形势的新品新车。而与此同时,北京现代全面优化企业结构、提升经营质量,更展现了北京现代坚韧不拔、奋勇前行的精神和深谋远虑、全面布局的智慧。通过全面的革新、内涵式增长,北京现代已经为重新崛起和迎接1000万用户的到来做好充足准备。相信在北京现代的卓越引领下,韩系车的未来将再次踏上高速发展之路。

2017年度销量同比增长22.7% 东风启辰再创业元年完美收官

刚刚过去的2017年,对于东风启辰尤其特殊。这既是东风启辰作为自主品牌企业的成立元年,承前启后;同时也是启辰品牌诞生的第七年,砥砺前行。“试玉要烧三日满,辨材须待七年期”,东风启辰用七年时间,探索出一条独具特色的发展道路,也让外界看到了启辰与生俱来的活力与潜力。

最新的数据显示,东风启辰2017年12月终端销售22266辆,环比增长52.3%,同比增长61.8%,创历史单月新高。2017全年终端销售累计143031辆,同比增长22.7%,刷新启辰品牌年度销量历史纪录。其中,更可喜的是,全新启辰D60在12月份批发销售为10010辆,上市第二个月便已破万。

在中国汽车消费最大的细分市场上,轿车仍然是各车企持续争夺的红海。然而,东风启辰认为,没有不敢进的细分市场,只有未被满足的消费者需求。作为东风启辰LOGO焕新后的首款高品质智联轿车,全新启辰D60于11月2日上市以来,凭借“高端智联科技、宽大舒适空间、上乘颜值造型、更好合资品质”等诸多亮点,获得消费者的持续广泛关注,上市即脱销,并创造零库存奇迹。全新启辰D60在12月终端销售8856辆,其中,车联网级别销量占比高达95%,持续引领“新轿车主义”时代的进化风潮。

在车联网战略下,东风启辰智联技术的落地也正逐步推进。东风启辰充分利用高德地图、科大讯飞等领先的车联网技术,增加



启辰产品新卖点,提升产品价值,打造智能互联生态圈,为消费者提供高价值的出行服务。

车联网给予东风启辰的产品“创领”赋能效应,其实已经发生。全新启辰D60上市不到两个月,累计有效订单已破三万。其中,车联网级别车型占比高达95%。作为一款“能感知、会思考、易沟通、更懂你”的高品质智联轿车,全新启辰D60的智能语音助手可以实现导航、空调、娱乐等200多种车内应用场景功能。可见,全新启辰D60用专属的“互联网基因”刷新品牌价值新高

度。

千帆过尽,不忘初心。面向未来,创变突破的东风启辰将继续秉承创业基因和精神,以逢山开路,遇水架桥的勇气,持续提升全价值链实力,快速推进智能网联技术,从制造高品质产品全面迈向创造高品质生活。我们相信,低调务实,高效沉稳,意气风发的东风启辰,在向着“主流高价值中国汽车品牌”目标前进的道路上,定将创造出更多的精彩,正如东风启辰汽车公司总经理周先鹏所说:“我们的未来,在更高远处!”

高元元