

# 奇瑞发布“WWW+计划”

## 打开智能化新时代全球市场战略新蓝图



11月11日,奇瑞汽车股份有限公司在京发布了“WWW+计划”,宣布开启奇瑞智能化新时代的全球化市场战略。作为这一战略大棋局上的重要落子和实际行动,奇瑞汽车和巴西最大的汽车制造与销售商CAOA集团现场签署了战略合作协议,双方将在研发、制造、采购等领域深度合作,共同强化奇瑞品牌在拉美地区的影响力。

“汽车正面向一个良性健康发展的新时代,智能绿色发展的新时代。面向新时代,奇瑞制定了WWW+计划”,奇瑞汽车副总经理、负责市场与营销模块的何晓庆现场为大家阐释了WWW+计划的内涵。它是一个集全球智慧(World Wide Wisdom),合作共赢(Win-Win),智能互联(Wired)的计划,加号Plus寓意可持

续性、与时俱进和无限可能。

奇瑞“WWW+计划”中,第一个W诠释为Wisdom,集全球智慧,扬中华文化。纵观世界各国,所有国际汽车巨头无不受益于市场全球化,参与全球市场竞争和实现品牌国际化也是国内汽车企业发展的必经之路。自2001年第一辆奇瑞汽车走出国门,截至目前奇瑞累计出口销量超过130万辆,占同期中国乘用车出口的30%。今年以来,奇瑞出口已超过10万辆。平均每5分钟,奇瑞就多了一位海外用户,在全球,每0.75分钟就会增加一位奇瑞用户。

奇瑞“WWW+计划”中,第二个W诠释为Win-Win,以开放的胸怀整合全球优质资源,实现合作共赢。奇瑞希望在市场战略上,充分尊重合作伙伴,以开放的心态与行业内外、国内外各方展开全面的技术、资金与资源合作,携手打造全球生产与营销网络,提升品牌知名度与美誉度,实现全球化格局下的合作共赢。

奇瑞“WWW+计划”中,第三个W诠释为Wired,智能互联,引导新时代生活方式。奇瑞在产品战略上,将始终以用户为中心,继续保持技术领先,保持新能源发展的优势,重点突破智能互联技术,为客户提供一种“新时代智能互联的生活方式”。

## 前10月1.6升及以下乘用车销量占比为68.4%

据中国汽车工业协会统计分析,2017年10月,汽车产销比上月小幅下降,同比略有增长。1-10月,汽车产销保持小幅增长,但同比增速比前9月略有回落。

1-10月,乘用车产销分别完成1955.3万辆和1950.2万辆,同比分别增长2.3%和2.1%,分别低于汽车总体2个百分点。乘用车四类车型产销情况看,轿车产销同比分别下降1.4%和1.9%;SUV产销同比分别增长15.5%和15.8%,增速回落;MPV产销同比分别下降16.9%和17.2%;交叉型乘用车产销同比分别下降26.6%和25.4%。

10月,1.6L及以下乘用车销售163.7万辆,占乘用车销量比重为69.6%,同比下降2.5个百分点。1-10月,1.6升及以下乘用车销售1333.6万辆,同比下降2%,占乘用车销量比重为68.4%,比上年同期下降2.9个百分点。

■ 中汽协

## 奇瑞艾瑞泽5破20万台

在合资品牌占据绝对销量优势的轿车市场中,奇瑞的艾瑞泽5再一次为中国汽车品牌争光——仅用了17个月便实现了20万的销量。11月14日晚,奇瑞在珠海举办了一场“星空汇”活动,庆祝这一值得纪念的时刻。而比销量更值得注意的一点是,奇瑞跳出了传统的“就事论事”的思维,学会了讲故事。

艾瑞泽5是奇瑞于2016年初推出的一款紧凑型三厢轿车,这款产品凭借在动力油耗、驾驶品质、实用空间、智能互联、被动安全等方面的优势,在过往的对比试驾中,较大众、福特等合资品牌产品丝毫不落下风,优秀的产品力也获得了市场的认可。产品素质过硬的同时,在产品营销上奇瑞也颇有建树。奇瑞不仅邀请当红明星,素有“小猎豹”之称的郑恺担当艾瑞泽5的代言人,获得了极大人气,而且还与咪咕酷跑等活动携手举办公共活动,全国范围内十余场公益跑步活动,吸引了数以十万计的跑步爱好者参与其中。

优秀的产品结合与时俱进的营销,艾瑞泽5上市后便获得关注与追捧,在合资品牌销量占据绝对优势的轿车市场,创造了253天销量10万、17个月销量20万的中国品牌轿车新纪录。

## 2017安徽省教练员技能大赛总决赛圆满落幕

近日,安徽省机动车驾驶培训教练员职业技能大赛总决赛在巢湖市正式拉开帷幕。本届大赛由安徽省交通运输厅、安徽省总工会主办。

本次大赛以弘扬工匠精神为宗旨,进一步激发广大机动车驾驶培训教练员学知识、比技能,立志岗位成才,加快全省交通运输行业高技能人才队伍建设,促进本省交通运输事业科学发展。安徽省机动车驾驶培训教练员技能大赛已成功举办多届,本届大赛获得了安徽省内各驾校的积极响应,超过800名教练员踊跃参与,36名选手晋级最后的总决赛。

近些年来,随着机动车保有量不断增长,机动车驾驶人数量也在持续增多,参加机动车驾驶课程的培训也逐步融入到人们的生活当中。奇瑞汽车作为本次教练员技能大赛的协办方,已经是多次鼎力支持该项赛事了,作为中国汽车品牌中的开拓者,奇瑞汽车通过20年的不懈努力,现如今已经建立了与国际一流品牌接轨的正向研发体系,以品质支撑品牌升级。奇瑞汽车以自身雄厚的实力肩负起社会责任,通过举办教练员技能大赛,提升教练员职业技能水平和职业素养,为安全驾驶以及搭建汽车和谐社会做出应有的贡献。

## 安徽前三季度出口汽车10.5万辆 同比增16.1%

安徽省汽车出口保持强劲增长态势,前9月全省出口汽车10.5万辆,比去年同期增加16.1%;价值72.4亿元人民币,增长31%,占全省外贸出口总值的5%。

从市场看,亚洲、拉丁美洲仍为主要出口市场,保持较高增幅。前9月,我省对亚洲、拉美市场出口汽车9.6万辆,占同期出口总量91%。汽油小轿车仍为主要出口品种,中高排量车型

大幅增加。

前9月,奇瑞集团出口5.8万辆,占同期全省汽车出口总量的55%。江淮公司出口4.5万辆,占43%。安凯客车深耕“一带一路”市场,今年4月安凯客车接连签下缅甸500台10.5米绿色天然气公交客车、沙特600台A9高端客车两个订单,合同合计金额5.26亿元人民币;6月份,600台安凯A9高端客车发往沙特。

■ 邹传科

## 嗨! Lynk & Co 领克已来

### ——安徽首台领克01实车到店

历时四年之久的欧洲设计、欧洲技术、全球制造、全球销售的高端汽车品牌Lynk & Co汽车首款SUV领克01在2017年11月11日正式登陆合肥同一领克体验中心。

Lynk & Co来自哥德堡设计中心的设计师们以国际化大都市为灵感,为Lynk & Co定义了风格独特的设计语言。“都市天际”家族前脸设计、“北极之光”日间行车灯、“能量晶体”尾灯等炫酷的设计元素……个性、张扬不羁,让你在茫茫人海中展现独特自我。

吉利控股集团整合旗下沃尔沃汽车和吉利汽车的优势资源,在哥德堡设计中心和欧洲研发中心共同努力下,历时四年打造出了全新一代中级车基础模块CMA平台及相关配件,Lynk & Co领克01正是此平台的第一款车型。

新车采用“耀、型、劲、纯”四种风格设计,并公布了耀蓝Pro和型白Pro两款车型,据悉,新



车将于11月底正式上市。据了解,领克01将提供12款轮圈、15款方向盘、7种颜色的“Rain-bow小夜灯”以及丰富多彩的装饰件可选。此外,新车还公布了车型配置的分类,Pro代表高配版,Lite代表低配版。

新车基于CMA模块化架构进行打造,该平台由吉利与沃尔沃联合开发,未来沃尔沃旗下的紧凑型车型也基于该平台打造,同时01将成为全球首款搭载博世ESP9.3系统的新车型。

## 2027年全球电动车电池市场收入预计突破360亿美元

据外媒报道,未来市场洞察(Future Market Insights)研究机构发布了一份名为“电动车电池市场:全球行业分析(2012-2016)及机遇评估(2017-2027)”的报告。该报告介绍了全球电动车电池市场的情况,强调了各个细分市场的发展状况。

未来的电池尺寸将变得更小,而电池技术将取得更大的进步并取得更多的技术创新。此外,全球电池市场还将迎来发展机遇,如:研发替代性技术,探求新的燃料源、对电池充电基础设施加以改进。

据该研究机构预测,2017-2025年间,全球电动车电池市场的复合年增长率(CAGR)将达到8.5%,预计2017年的市场预期收入将接近159亿美元。截至2027年,市场预期收入将略低于362亿美元。

■ 综合

## 2017车市微增长大局已定

近日,乘联会发布的10月乘用车市场销量情况数据显示:10月份,狭义乘用车零售同比增2.6%达224.9万辆,广义乘用车同比增2.7%达228.5万辆。前10个月,狭义乘用车零售同比增长2.1%为1855.4万辆,广义乘用车零售量同比增1.4%达1894.3万辆,2017年车市微增长的走势已经基本确定。

在车企销量方面,上汽大众以狭义乘用车销量19.9万辆夺得10月销量冠军。在新能源汽车方面,10月,国内新能源车销量达6.5万辆,环比增长12%,同比增长翻倍。其中,插混同比增长2倍;纯电动增长84%。

■ 北晨