

# “广汽 e-TIME 行动”计划发布 全新架构助力品牌进化

■新快报记者 辛捷恺

当前,汽车市场逐渐从产品较量转向整合能力竞争、品牌角力转向体系力比拼。在此背景下,广汽集团发布了以顾客体验为核心,面向未来高质量发展而推出的行动——广汽 e-TIME 行动。

广汽集团总经理冯兴亚表示:“e-TIME 行动中的 e 是 Experience, 代表顾客体验, 这是一切工作的核心; T 是 Technology, 代表科技创新; I 是 Intelligence, 代表智能网联; M 是 Manufacture, 代表智能制造, E 是 Electrification, 代表电气化。”

在 e-TIME 行动的重要构成部分——科技创新方面, 广汽研发经费投入累计已达到 267 亿元, 全新的广汽全球平台模块化架构 GPMA 便是最具代表性的丰硕成果之一。当天, 广汽全球平台模块化架构 GPMA 也迎来了首次正式亮相。与上一代架构相比, 全新 GPMA 在全球化、年轻化、舒适性、低油耗、混动化、安全性、可靠性及通用性上进行了全面升级, 同时针对中国消费者的需求, 造就了 GPMA“更活力、更可靠、更节能”的三大核心亮点。

广汽研究院院长王秋景表示:“作为广汽集团自主品牌研发的‘最强大脑’, 广汽研究院始终坚持正向研发, 从

外形到技术都力争做到‘不惊艳不交卷’。”发布会上, 广汽研究院汽车性能开发的权威专家吴坚、Marco、田畠俊幸, 汽车造型设计的领军人物张帆、David、Pontus 一同登场, 为基于全新 GPMA 架构打造的首款 SUV——第二代传祺 GS4 力量站台。

目前, 全新 GPMA 架构适配广汽第三代内燃机, 整机热效率高达 38%, 动力响应提升 50%; 在混合动力方面, 基于 GPMA 架构开发了多套混动系统, 相对普通燃油车节能比例高达 40%。得益于全新 GPMA 架构的赋能, 未来, 传祺家族车型将正式迈入 4 字头油耗时代。

广汽乘用车总经理张跃赛表示:“在全新的 e-TIME 行动指导下, 作为广汽自主板块的生力军, 广汽传祺坚定从‘以产品为中心’向‘以顾客体验为中心’转变, 在技术、品质、渠道、服务四个领域全面升级, 最终实现传祺品牌的升级。我们的目的只有一个, 就是为顾客提供最好的产品和服务。”

技术升级方面, 全新广汽跨平台模块化架构 GPMA 造车理念的革新, 将“更活力、更可靠、更节能”的特性注入传祺基因。品质升级方面, 通过与世界级供应商开展合作, 构建全球一流的供应链体系, 确保产品的高品质。目前, 全



球零部件百强企业中, 有 80% 为传祺配套, 全球前十的零部件供应商, 均为传祺核心供应商。

渠道升级方面, 在数字化、网联化的趋势下, 广汽传祺构建了用户、经销商、整车厂的“金三角”创新生态。数字体验平台的搭建、全国 500 多家特约店的升级焕新, 给客户带来更好的服务和体验。服务升级方面, 秉承“客户第一”

的理念, 广汽传祺推出了智能 APP 服务平台、超过 8000 辆的享您所想尊享服务用车、一键可视化救援服务等传祺特色服务。此外, 广汽传祺还全力推进“50KM 客户服务圈”的打造, 致力于为客户提供更智能、更便捷、更人性化的用车生活。而正在开发 GSSW 传祺销售服务标准, 也将为客户提供更加标准化、流程化、暖心化的创新服务。

## 上汽荣威领航 2020+, 新技术、新设计、新模式全维进击

■新快报记者 辛捷恺

11 月 20 日, “芯动 2020+”上汽荣威绿芯战略沟通会顺利举行。沟通会上, 上汽荣威着眼于 2020 年及未来市场发展趋势、用户需求, 提出新技术、新设计、新模式全维度突破的发展路线, 以前瞻性和现实意义并存的新思路, 为行业技术突破、设计革新、服务升级提供了方向, 一展新能源科技领导者的风采。

从新能源汽车进入中国市场, 到如今后补贴时代来临, 用户对新能源车型的要求, 也从价格为王、续航导向, 发展到技术、设计、服务并重的品质时代。荣威此次提出的“新技术、新设计、新模式”, 正符合市场需求的升级方向。

技术是竞争力的本质, 也是车企谋求向上的第一要务。上汽荣威不仅注重自主研发, 更通过与顶尖企业合作, 实现对“三电”技术的全面掌控。在电芯、功率半导体、电机三项关键子零件的研发制造上, 上汽荣威与宁德时代、英飞凌等国内外顶尖企业强强联手, 构建了技术领先、供应安全、有价格竞争力的供应链。上汽荣威即将推出平台化电驱动、电池方案等领先技术, 并全自主掌握了电控开发与验证。

在技术创新上, 上汽第二代智能插电混动技术将搭载独创的第二代智能 EDU, 采用独家新能源科技, 在紧凑空间内实现了发动机 6 挡和电机 4 挡变速, 将动力系统高度集成, 并为其匹配了精确且智能的控制系统, 带来



更平顺、更高效、更节能的驾驶体验。同时, 上汽荣威新能源还开启了 AI 应用新领域, 将人工智能应用到驾驶模式、能量回收模式、电量管理模式的自动组合上, 让车主主动适应环境、适应用户。

面对新征程的新潮流, 上汽荣威继“律动设计”理念之后, 又突破传统汽车设计的职能边界, 组建设计战略研究实验室、计算设计实验室及可视化设计实验室三大前瞻设计实验室, 探索设计学理新价值。此次, 荣威推出面向智能电驱未来的全新智能电动设计理念——集智设计, 以“集成、本质、生命力”为三大设计观, 用中国品牌的独有视角去解读未来汽车设计的方向, 迎接下一个汽车设计时代的挑战。集智设计理念的首次量产演绎, 将落

地于荣威首款纯电轿车“高智能纯电家轿”荣威 Ei6, 它将采用集智构成派前脸符号、矢量矩阵前大灯等先锋设计, 并实现 600km 纯电续航, 为纯电出行树立新标杆。

除了追求技术突破和落地, 荣威也是出行服务创新的领航者。沟通会上, 荣威提出了 NetGreen 新模式, 用户端将推出码上看车、深度试驾、新消费订阅模式等全新服务, 增强用户服务体验和价值感知;而在销售端, 新金融服务、新共享运营、新互动社交、新智能客厅将构建上汽荣威新能源“四次方”, 提升经销商服务能力与质量。NetGreen 新模式的双端革新, 将形成覆盖“看试买用养卖”的全出行周期闭环, 为行业服务向上提供新思路、打造新范本。

## 2019(第十届)中国汽车金融年会广州举行

**新快报讯** 由 21 世纪经济报道、中国汽车金融主办、以“引擎的力量”为主题的 2019 中国汽车金融年会如期举行, 机构专家、汽车金融公司、银行、汽车保险公司、汽车延保公司、汽车租赁公司、汽车新零售、汽车后市场服务公司等共聚一堂, 就新经济形势下, 汽车金融在如何通过产品创新、技术创新、管理创新, 帮助解决汽车厂商当前所面临的痛点、难点, 充分发挥“引擎的力量”进行深入探讨。

据悉, 早在 2010 年, 二十一世纪传媒便正式启动中国汽车“金引擎”促进计划, 该计划通过推出《中国汽车金融》专业刊物、开展“中国汽车消费趋势调查”、成立中国汽车三十人智库和中国汽车(金融)50 人论坛、举行中国汽车“金引擎”奖评选, 举办中国汽车金融年会和中国汽车新创峰会等一系列活动。今年主办方首次把关注汽车制造新方向的中国汽车新创峰会与关注汽车流通新方向的中国汽车金融年会集中在同一天举办, 汇集成“2019 中国汽车产业峰会”。会上发布三份专业性报告:《中国汽车研发竞争力报告》(拟) 主要关注汽车制造能力, 《2019 中国汽车消费趋势调查报告》将分析中国车主及潜在车主在车型、车价、购买渠道、消费模式、出行方式等方面的选择、变化, 进而判断未来的汽车消费趋势, 《2019 中国汽车金融年鉴》主要对当年汽车金融产业链条的发展情况做一个年度总结。

(付花)