

# 汽车下乡进行时： 携手广汽传祺走进揖花村 当天上午意向客户即超 30 单，成交 4 辆！

羊城晚报联合广汽传祺的汽车下乡活动6月29日在雷州半岛举行，这次进驻的是雷州沈塘镇揖花村。活动现场，周边村民纷纷前来参加活动，人头攒动如同节日一般热闹。当天上午就已经达成意向订单超过30宗，成交4台车。

## 传祺重磅车深得人心

根据《广东省关于促进农村消费的若干措施》工作部署，广东省汽车流通协会共推荐了60个广东省2020年汽车下乡专项行动推广车型。作为本土市场的重要力量，广汽乘用车有多个车型入列，包括了GS4、GA6、GM6等。这些车型无论在城市还是乡镇，无论是广东还是省外，都是好评如潮，为市场和消费者所广泛接受的。

传祺展示车型的到场，让揖花村村民分外熟悉，因为村里已经有企业家使用传祺作为座驾。



村里的陈老板是远近闻名的种鹅养殖大户，养殖规模达到300多亩，种鹅有1万多只，年产值达到了几百万元。他的座驾就是传祺七座GS8。当记者问他今后换车是不是要考虑豪华品牌汽车时，陈老板脱口而出：还是要继续买传祺，因为它可靠放心！

据介绍，展出的第二代传祺GS4搭载第三代270T的1.5T高功率发动机，匹配全新爱信6速手自一体变速箱，最大功率124kW，峰值扭矩265N·M，6.8L/100km的超低油耗，让每

次加油都宛如享受“打折优惠”。至于传祺GM6，以更合理的空间设计保证每排座椅都有足够的乘坐空间。二排独立座椅之间还有190mm的二排过道空间，二三排乘客实现无障碍沟通。七人乘坐情况下，仍有324L的行李空间。

为进一步促进市场消费，自5月1日起，凡购买广汽传祺车型，即可享受包括现金优惠、金融贴息、置换补贴等七重豪礼。在活动现场，获得30多个意向订单，成交达到4台车。

这一次汽车下乡目的地的揖花村是雷州市抗日革命老区村庄，与东海岛隔海相望。在广东省林业局的定点帮扶下，短短四年实现蜕变成样板村。走在揖花村，只见万亩金黄稻浪一望无际直达海边，远处是跨海大桥。近处村口迎宾公园、美丽乡村墙绘、中心文化广场、村北公园、揖花园、美丽异木棉党员示范林让人深感到村容村貌发生的巨大变化。

省林业局驻揖花村第一书记柯亚永说，现在揖花村产业兴旺，村容村貌有了极大改观。农民的收入水平显著提高。村民每年都建了很多新房子，交通出行品质提升，也有了更大的需求。羊城晚报联合广汽传祺来到村里开展汽车下乡活动。不但方便了群众对于汽车的选购，还进一步地把村里群众的需求激发出来，让群众能够足不出户能够选到需要的汽车。

在车展现场，羊城晚报携

## 美丽样板村四年筑成

手广汽传祺对当地农产品采购，大力推进助农活动。柯亚永说，揖花村在做好黑狮头鹅苗反季节繁育、腊味食品等养殖、加工扶贫产业基础上，去年引进公司来村里发展小番茄种植基地。2019年年底，揖花村全部62户235名相对贫困人口达到“八有”脱贫标准，全村达到“十有”摘帽标准，脱贫攻坚、实施乡村振兴战略取得明显成效，被评为湛江市文明村。此外，通过修建污水收集管网和污水处理设施，新增污水管长度12.8公里，污水处理池两个，终于结束了农村污水靠日晒蒸发的局面。



羊城晚报记者 戚耀琪

## 15.68万元起，豪华新旗舰传祺GA8正式上市



6月28日，广汽传祺打造的“中国豪华驾享新旗舰”全新传祺GA8正式上市。全新传祺GA8带来了四个版本，提供雅典黑、象牙白、贝尼塔灰3种颜色，售价为15.68万-22.68万元。此外，广汽传祺还特意推出

了“驾享GA8豪华8重礼”，包括最高8000元的高能贴息礼、最高10000元的超级置换礼、3000元的增购尊享礼，以及超长质保礼、爱心保养礼、无限流量礼、无忧健康礼、暖心服务礼等。

全新传祺GA8凝聚了广汽传祺12年来的智慧，在造型设计、驾控性能、乘坐体验、智能科技上展现实力，再度担负起引领中国品牌向上的重要使命。据了解，全新传祺GA8是基于全新广汽全球平台模块化架构——

GPMA平台推出的首款高端轿车产品，充分体现了该平台低重心、低风阻、低油耗、高舒适、安全可靠等优势。

据介绍，全新传祺GA8搭载第三代390T发动机，配备爱信6AT变速箱，具有强劲动力、高驾驶性、高可靠性三大优势。再加上仅为0.28cd的同级超低风阻系数，使其拥有同级最短7.8s单人百公里加速时间，以及235km/h领先同级的设计最高时速。此外，全新传祺GA8还采用豪车惯用的前铝合金双叉臂式

独立悬挂，配合后多连杆独立悬挂，加上世界级大师调校赋能，实现操控及舒适的最优平衡。

全新传祺GA8软件智能互联也处于领先地位。其搭载了广汽最新的ADiGO智能科技，包含自动驾驶、智能物联、云平台及大数据四大系统，除了给用户提供常规的在线导航、智能语音、QQ音乐及电台资讯外，会自动根据用户喜好将驾驶状态调整到最佳，配备的车载微信通过全语音交互或是方向盘上的专属按键，即可实现微信消息收

发和语音沟通。

“2025C”是全新传祺GA8的核心价值，其中“20”代表20万元以内的价格，“2”代表铝合金双叉臂独立悬挂带来的操控感和舒适感，“5”为5003mm超长车身，而“C”则代表C级行政座舱。

广汽传祺在发布会之后，与广汽628超级品牌日的广汽传祺专场无缝衔接，凡在直播间下单的客户可获专享优惠：订购全新传祺GA8可享“驾享豪华8重礼”。

## 拥抱客户，17岁东风日产成长的姿态



# More for Good 创进未来 乐享美好

今年6月，踏入17岁的东风日产做了两件标志性的事情，把“拥抱客户”作为最重要的宣言，融入成长的篇章，贯穿文化的进化。

6月13日晚，东风日产举办Nissan Family Day“云家宴”，在6月16日厂庆前夕，与1200万车家人们，在云端共度了充满温情的时光。同时，在线下，全国各大区域专营店也开展了以“万千N爱，值得期待”为主题的一系列Nissan Family Day“宠粉”活动，回馈车主家人。

6月16日，东风日产成立17周年的厂庆日。秉承东风有限“倍受信赖”企业文化2.0核心理念，东风日产正式发布企业文化2.0。在“More for Good”（“创进未来，乐享美好”）的文化定位指引下，东风日产企业文化传承“人·车·生活”和“共创价值，共谋福祉”的愿景使命，在行为价值观中，更加聚焦客户，强调创新、担当与学习，把“拥抱客户”作为行为价值观的首要准则，以及强调“感性服务，拥抱客户”的服务理念。

“求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其源泉；谋事之成者，必强本厚基”，在东风日产17年的纵横捭阖中，企业文化就是驱动发展的深厚根基。东风日产企业文化的持续进化，为东风日产的高速

发展保驾护航。

在此次企业文化的升级中，东风日产明确将“拥抱客户”作为核心纲要写入企业文化2.0。其中，“拥抱客户”被置于行为价值观的首位，倡导“超越客户期待”的价值宣言以及“让离客户近者先发声”、“以客户为中心设计业务”、“把客户需求排在工作首位”的行为导向。

“在17岁的风华正茂之年，面对外界环境的变迁及自身发展的需要，东风日产重新审视‘以客户为中心’的理念，不仅把‘拥抱客户’上升至企业文化的核心层面，更积极创新外延，通过一场别开生面的‘云家宴’，让1200万车家主人由内而外感知到东风日产的客户文化。”东风汽车有限公司党委书记、东风日产党委书记赵书良表示。

“东风日产企业文化2.0，包括了全新的文化定位，更聚焦‘生态圈’的愿景与使命，涵盖更丰富的行为价值观，是东风日产未来事业发展的压舱石。在企业文化2.0的指引下，东风日产将定志砺行，永不止步，持续拥抱客户，围绕客户需求进行创新，以智能化的汽车产品和服务，构建绿色、舒适、超越期待的‘人·车·生活’生态圈。”东风汽车有限公司副总裁、东风日产副总经理

陈昊表示。

东风日产企业文化内核的驱动，孕育出了崇尚挑战、渴望成功的东风日产人，驱动着东风日产不断前行。企业文化2.0的发布将引领全体东风日产人不断奋进，创造新纪录，阔步迈向事业发展新纪元。

（文/杨广）



## 万千N爱，值得期待

东风日产与千万车主相约 NISSAN FAMILY DAY 云家宴



6月13日，一场别开生面的云上家宴在全国刷屏，超过3700万网友通过抖音等平台观看了这场直播。东风汽车有限公司副总裁、东风日产总经理安东尼·巴瑟斯，东风汽车有限公司副总裁、东风日产副总经理陈昊，东风日产汽车销售有限公司总经理辛宇、副总经理张继辉等一众企业高管，化身“宠粉天团”，为千万车主带来2020年车企直播最豪横福利。

在这场主题为“万千N爱 值得期待”的直播活动中，东风日产发布了主流合资车企中首个文创IP“NISSAN好物”，并为千万车主带来更安心、更温暖、更优越的感性服务升级。本次“云家宴”延续了NISSAN FAMILY车主家宴传统，在这个特殊的年份里，打破时间与空间的隔阂，与车家主人云上“约饭”，带来了一场有料、有梗、更有温度的“云聚会”。

这场充满温度的“云家宴”，在一台现场版《见字如面》中拉开帷幕。何冰、周涛、李锐三位“明星宠粉官”现场演绎车主家书，声情并茂、娓娓道来，引领观众走进温暖而鲜活的车主故事

中，感受人·车·生活的温度。

不仅如此，东风日产一众高管还和明星嘉宾分组进行厨艺PK，一同完成6道匠心定制的特色菜品，为千万车主呈上一席好宴，将“云家宴”变成真正有滋味、有温度的家宴。

东风日产更为千万车主带来了更安心、更温暖、更优越的感性服务升级，将家的温度落到实处，推出汽车行业首个5位数热线95027，沟通升级随时响应，让车主倍感安心；推出“客户尊享车”、“星光星期五”延时服务、维修上门取送车项目，让车主随时随地倍感温暖；此外，还将打造销售、售后全流程智能服务的智慧4S店，为车主带去倍感优越的全新智能服务场景。

随着东风日产文创品牌理念大片的首播，东风日产宣布文创品牌“NISSAN好物”正式创立，并推出了文创首个系列——NISSAN FAMILY文创。“NISSAN好物”是主流合资车企中首个文创IP，以“东风日产，懂您的人·车·生活”为SLOGAN，寓意每个人都有自己的生活，精彩与否，关键是找到属于自己的生活方式，在适合



自己的道路继续前行。东风日产将以“NISSAN好物”为品牌的全新触点，链接消费者的不同生活场景，成为消费者生活的共同参与者。

“疫情深刻改变了消费方式，线上消费方兴未艾，在5G等新基建产业的推动下，人·车·生活的模式也迎来新的变革。我们希望与车主建立更立体、情感沟通与交流，让技术融入我们的服务，融入我们每一个客户接触的场景和细节，融入我们的经营思维中。”东风汽车有限公司副总裁、东风日产副总经理陈昊分享道。

（文/杨广）

## 如祺出行周岁，将开放顺风车业务内测

文/羊城晚报记者 张爱丽

经过新冠肺炎疫情“大考”，消费者对网约车或许有更高的服务需求。这意味着，网约车企业之间的竞争已进入“以质取胜”的新阶段。

在如祺出行近日举行的一周年发布会上，公司首席执行官蒋华接受媒体采访时表示，具备私密性、安全性、经济性等多种优点的网约车今后或将成为私家车以外的首选出行工具。

目前，如祺出行运营服务已拓展至花都、增城等区域，实现了广州核心及周边地区、重点交通枢纽的全覆盖。蒋华表示，如祺出行下一步会着重考虑广州周边市场，比如佛山、东莞等粤港澳大湾区的核心城市进行拓展，来满足城际之间的深度交通需求。“在稳扎稳打做好服务的基础上，再逐步推向全国。”

蒋华告诉记者，为从源头提升服务管控能力，如祺出行于

2020年1月成立如祺学院，为司机提供涵盖着装规范、仪容仪表、安全驾驶、服务标准、应急常识等全方位的培训服务，并通过四个标准化：讲师认证标准化、司机面试标准化、培训课件标准化、考核指标标准化，来保证教学质量和培训效果。

业内人士分析认为，未来，出行行业的比拼将从规模、价格，逐渐进入安全、服务等标准。像如祺出行这样的稳扎稳打，狠抓内部修炼，能为用户带来安全、舒适、可靠服务体验的网约车企业，才有可能在竞争中胜出，成为更多消费者的选择。

值得一提的是，活动当日，如祺出行发布全新品牌主张“天生更懂”，并宣布自6月29日起，如祺顺风车将对广汽集团体系员工开放内测，持续完善产品功能和安全保障措施，适时向公众正式开放。

## 传统车钥匙要“消亡” 手机就是车钥匙

文/羊城晚报记者 刘佳宁

进入智能汽车时代，语音操控、自动驾驶、云端升级等成为常态。作为进入汽车的关键，钥匙形态也在不断升级。除了近年来出现的带有显示屏的汽车钥匙外，手机正在成为新一代的汽车钥匙。

在刚举办的WWDC上，苹果公司发布的iOS 14就具备了数码车钥匙功能，据介绍，用户可以使用iPhone或Apple Watch安全地打开车门，启动车辆。数码车钥匙可以通过信息app轻松分享，设备如果丢失可通过 iCloud 禁用；该功能将于今年推出，并会通过NFC技术实现。同时，Apple还公布了下一代数码车钥匙：基于超宽频技术的空间感知功能将通过U1芯片实现，用户无需从口袋或包里拿出iPhone即可解锁未来的车型。该功能将于明年发布。

所谓“超宽带空间感知”技术简单说就是空间感知能力，可以精确定位其他配备了U1芯片的产品，当用户靠近汽车时，车辆就会感知用户并进行启动。此外，进

入到车内，即使没有钥匙，只要将手机放入启动位置，就可启动车辆进行驾驶。智能网联时代，光是开关车门实在太简单，所以，拥有智能汽车钥匙的车主可通过iMessage，将驾驶车辆的权限与其它五位用户进行共享，还可主动控制更改其共享用户的使用权限。例如使用时长、还车时间等。据介绍，首款支持的汽车将是2021款宝马5系。

其实，这样的功能在当下的汽车产品中已经实现，例如小鹏P7使用的数字虚拟钥匙可达到金融级的安全要求。用户通过手机就能解锁、启动或者控制汽车功能。同时，也能将汽车分享给指定用户使用。

市场人士表示，随着网联化、5G、NFC技术的拓展，智能钥匙有望在近年迅速普及，届时，用户在日常用车过程中将会跟传统汽车钥匙说再见。不过，由于各家车企或互联网公司的智能钥匙系统的标准化并不统一，所以，要想做到跨平台，跨品牌的智能化还有很长的路要走。