

4月20日，第十三屆北京國際汽車展覽會盛大啟幕。華晨汽車以「中華夢想金杯領航」為主題，攜旗下中華、金杯兩大自主品牌12款精品整車、7款發動機重磅亮相本屆北京國際車展。華晨汽車作為自主品牌主力軍，不斷強化國際合作、創新發展，全面展現自主高端的雄厚資本與璀璨魅力。

借北京車展「棱鏡」看華晨「蝶變」之美



■ 華晨汽車集團控股有限公司董事長、總裁祁玉民在新聞發佈會上致辭。



■ 華晨自主研发的多款發動機亮相本屆車展，持續打造綠色節能、環保低碳、技術國際化的「芯」動力格局。

——掀開華晨中華新V5、中華新H530的全新面紗

「雙新」首發王者歸來

華晨中華臻美「雙新」之作——中華新V5、中華新H530在北京國際車展重磅首發。作為一款薈萃領先設計與科技的精品都市SUV，中華V5自上市以來便躋身中端SUV銷量前十位，並榮獲「SUV車型自主品牌組大獎」。中華新V5基於中華V5進行了全方位的優化和升級，性價比進一步提升，實現了自由操控與經濟節油的完美結合，堪稱華晨又一款「小排量、大動力」高端典範之作。而具有五星級安全標準的中華新H530，則是一款兼具時尚動感外觀、舒適科技內飾、寬裕充足空間等多樣優勢於一身的A級中端家用轎車，整車融匯了世界先進的造車技術，搭載升級版BM15TB發動機，功率和扭矩較之前車型提升10%，動力性和操控性得到完美體現，全新升級的中華新H530可謂是世界造車大師集體智慧的結晶。

本屆北京國際車展上，中華新V5、中華新H530作為華晨中華新車的代表，展現了其自主高端的國民精品車形象，同時也象徵著華晨中華在加快自主品牌建設的進程中，不斷超越夢想，以改革創新取得豐碩成果。



■ 華晨金杯新閣瑞斯強勢登陸北京國際車展。新閣瑞斯在第三代閣瑞斯基礎上整車進行了60餘項優化升級，定位於城市高端豪華大型MPV。

「雙雄」升級臻美問世

中華V5自上市以來，以其卓越的駕乘體驗俘獲了眾多用戶的芳心。而中華H530則徹底打破了自主品牌「低價熱銷」的魔咒，在市場價位十萬元以上的高端精品家轎中，引發了極大的市場關注。

在位於中國國際展覽中心E1館頗具中國風韻的華

晨汽車展台上，中華新V5、中華新H530傲然來襲，震撼全場。在傳承原車型諸多優勢基礎上，進行了外觀、動力、安全、內飾、空間等多方面的全新優化與全面升級。中華新V5進氣格柵採用鍍鉻外框，亞光灰直瀑式線條與凸起的「中」字給人以動力十足的感覺；中華新H530尾燈內部採用了LED光源、內嵌電鍍條及全新雙五幅鋁合金輪轂，從而融入更多極具代表性的時尚元素。在華晨中華的家族陣容裡，中華新V5和中華新H530無疑是最受關注的，流暢的外觀看上去優雅大氣，而澎湃的動力則提升了操控性和駕駛樂趣。

配置豐富自主高端

中華新V5、中華新H530整車品質上也有了極大的升級與飛躍。中華新V5圍繞動力、安全、人性化科技、內飾、底盤、NVH6六方面作出了巨大調整；中華新H530則圍繞動力、人性化科技、內飾、NVH6四方面作出脫變升級。例如，在動力性能方面，全新中華新V5和中華新H530均採用升級版BM15TB發動機。升級版BM15TB型發動機在11.2(MT)/12.9(AT)加速時間內最大功率可達110kw，最大扭矩為220N·m，可提供更好的動力性能與操控體驗；在底盤性能方面，中華新V5全系標配「225/55 R17」米其林輪胎，且在兩驅前輪驅動的基礎上升級到四驅系統，全面提升整車駕駛的便捷性、安全性、高加速及高通過性，同時也降低了油耗。

而中華新H530則全系標配大屏多媒體系統、全新用戶操作界面，及倒車可視、導航、影音等系統功能，且分別優化了儀錶功能、主動穩定控制系統、內空間配置等，綜合增強整車品質性價比。

依據汽車工業研究所提供的數據顯示，中華新V5、中華新H530分別在制動性方面高出競品0.7~3.43點，這意味著華晨中華為新品的安全駕駛提供了有力保障，加之其他方面的補充完善，中華新V5和中華新H530徹底實現「自主高端」的臻美蝶變。

金杯創想 3D體驗

華晨金杯新閣瑞斯強勢登陸北京國際車展。新閣瑞斯在第三代閣瑞斯基礎上整車進行了60餘項優化升級，定位於城市高端豪華大型MPV。再次演繹了「卓越金杯」的「商務領航者」形象。在車展首日「金杯網上3D博物館」正式上線。

據了解，「3D博物館」全面記錄金杯品牌從誕生以來的發展歷程，多角度呈現金杯的品牌文化和產品成果。大家進入金杯網上3D博物館的界面，形象逼真的三維全景圖像便會呈現在眼前，可以全方位調整視角，伴隨著優雅的音樂，讓人有一種身臨其境般的感覺。點擊鼠標，在3D效果的技术支持下，大家可以猶如現實中逛博物館那樣行走和停留，隨意觀賞展出的車輛——雖然是數字版的，但它的效果卻足夠迷人。你可以拉動鼠標縮放做近距離的觀摩和賞玩。」華晨相關負責人表示。

配合金杯網上3D博物館的上線，華晨金杯還將在北京車展期間開展富有創意的線下體驗活動。業內人士認為，目前正在建設的金杯網上3D博物館，是中國自主品牌商務車數字化營銷的先行者。

創新營銷突破傳統

2014，是華晨汽車騰飛年。華晨汽車提出從「產品經營」向「品牌經營」轉變，「以品質提升品牌、以品牌提升價值」，通過品牌溢價的提升，創造更大的發展空間。用創新的思維創造有效市場，創造新的商業模式。將新興營銷方式與傳統營銷方式相結合，共同創造有效市場。

在繼承國際合作的基礎上，華晨汽車積極整合各方有效資源，強強聯手好萊塢巨制——《超驗駭客》，從娛樂營銷入手形成深度影響力。今春3月31日華晨打造「德普V5中國夢之行」系列「娛樂式病毒營銷」引起業界及媒體的廣泛關注，不僅助推中華V5



■ 中華新V5基於中華V5進行了全方位的優化和升級，性價比進一步提升，實現了自由操控與經濟節油的完美結合，堪稱華晨又一款「小排量、大動力」高端典範之作。

▶ 全新升級的具有五星級安全標準的中華新H530，搭載升級版BM15TB發動機，可謂是世界造車大師集體智慧的結晶。



■ 華晨展出大中華概念車。

擁有《超驗駭客》首映禮「中國唯一指定汽車合作夥伴」的品牌榮譽，還一舉拿下影片首映禮、影片特定元素、聯合宣傳搭載及多種品牌露出的推廣授權，直接而快速地獲取品牌傳播效益；此外，華晨還將借助更多種營銷手段，持續加溫娛樂營銷。

華晨的創新營銷還體現在電商方面。華晨汽車在對汽車專業網站和首批「觸電」品牌的反復觀察和仔細研究中發現，汽車電商被認為是最為行之有效的營銷手段，於是毅然進軍電商領域，中華汽車天貓官方旗艦店於北京車展首日正式上線。該旗艦店將承擔起品牌網絡傳播的重任，進一步完善線上、線下同步營銷的先進模式，為消費者開啟便捷、安全、周到與舒適的網購通道。

「三大主線」戰略革新

十餘年籌謀，秉持亮劍精神，華晨汽車不僅在營銷上及時調整航向，也力推戰略領域的全面革新。在企業轉型與升級的關鍵時期，華晨汽車將繼續以市場為導向，以「做強、做優、做大」為目標，以改革、創新為內在動力，緊緊圍繞「規模經營」、「核心技术」和「品牌建設」三大主線以及「技術改變世界、品質鑄就品牌、品牌提升價值、資金打通脈脈，文化凝聚力量、改革促進發展」六大理念，深化改革謀轉型，創新突破促升級，為實現「十二五」規劃發展目標打下堅實基礎。

目前，華晨汽車實現了以下幾方面的全新戰略部署：規模經營上，到「十二五」末，實現整車產銷130萬輛，發動機130萬台，力爭銷售收入超過1800億元；到2016年，實現整車產銷150萬輛，發動機150萬台，力爭銷售收入超過2000億元，實現新的歷史性跨越；核心技术上，瞄準國際整車集成技術、發動機先進技術和物聯網技術，重點掌握整車安全、節能和環保三大核心技术；品牌建設上，實現從產品經營向品牌經營的轉變，向中國自主高端品牌邁進。

現在的華晨，通過產品研發蝶變自主高端；通過營銷創新贏得大眾青睞；通過戰略革新獲取市場地位，誓以「力拔山兮」的蓋世之氣亮相世人面前！



■ 《中國達人秀》第五季冠軍中華現場表演雜技。他以執著追求夢想的正能量與華晨的中國夢精神所契合，也因此成為中華V5的明星車主。