

# 淡季持续增长 传祺 1~2 月累计销量接近 10 万台



这段时间，日内瓦风风火火。透过车展我们看到，今年的新车是琳琅满目，而反观国内市场，中国品牌也在不断向上攀升。

在此前的北美车展上，广汽传祺就携众多旗舰车型亮相现场，标志着品牌正向着更高平台发展，堪称中国汽车品牌榜样。

中国汽车市场近来发展十分迅速，2018年也是许多中国品牌膨胀的关键一年，一个车企有没有好的产品，几乎决定了品牌在市场中的未来走向。

而战略是否正确，在某种程度上就直接决定着企业的未来。广汽传祺则通过在轿车、SUV 和 MPV 三个重要市场的产品布局，为品牌未来发展奠

定夯实基础。

据官方数据，广汽传祺 1~2 月累计销售达到 95136 台，同比增长 20.3%。在进入市场淡季的这个节点上，广汽传祺销量成绩依然可圈可点。

而取得这样的成绩，要归功于广汽传祺精准定制的三款高品质车型，它们顺应市场发展趋势，帮助品牌实现了市场的全面覆盖。

具体到细分市场来看。近年来，国内 SUV 市场大放异彩。广汽传祺早早依靠 GS3、GS4、GS7 以及 GS8 的热销表现，成为 SUV 市场常胜军。

以旗舰车型传祺 GS8 为例，它是 C-NCAP 采用新测试标准以来的中大型 SUV“安全冠军”，从去年末尾阶段起，传祺 GS8 就开始发力，不仅重回大 7 座 SUV 的销量榜的头

名，也提振了品牌持续建立高端车型的信心。

伴随着 GS8 的销量回温，汽车市场的消费升级，广汽传祺充分剖析市场需求点，打造了传祺 GM8 这款中高端 MPV 车型。

要说这台 GM8，它无论在外形还是配置上，都符合了行业的主流水平，并且也符合了大部分消费者的审美，在细分市场的竞争力很是强劲，甚至让合资车型的的市场地位感到危机。

好消息是，GM8 一经上市便展现出强劲的上升势头，累计订单超 8000 台，市场前景更可谓是一片大好。

在 SUV 持续热销、MPV 占据市场高地的同时，广汽传祺还推出了“轿车振兴计划”，全面推进品牌在轿车市场的发

展。一方面，GA8 和 GA6 销量长期位列细分市场的前列，另一方面，肩负扛起家轿大旗使命的 GA4，成为广汽传祺进军 A 级市场的一把尖刀。

作为今年传祺首款新车，传祺 GA4 的长宽高分别为 4692/1805/1500mm，轴距为 2660mm，空间能力达到主流水平。另外，它所打造的 1.3T 发动机，在动力上采用了加持了可变气门正时、低惯量涡轮增压等先进技术。

如今，广汽传祺也完成了从 A 级至 C 级产品的全覆盖，让人感到十分欣慰，品牌也突破了中国汽车 20 万级别产品的高度。2018 年是品牌成立 10 周年，在这个节点上，我们也期待广汽传祺能够取得更好的成绩。

(据汽车生活网)

## 广汽传祺打造高质量发展标杆

“领导干部要始终把员工放在心上，关心员工的成长，关心员工工作上的困难，给予必要的指导和帮助，这是管理者很重要的职责所在。”2月24日，在广汽传祺新年开工首日，广汽集团执行委员会副主任、广汽乘用车总经理郁俊表示，要创造良好的氛围，让员工在企业里面可以非常舒心地工作，快乐成长。

如此重视员工成长，这也透露出了广汽传祺在过去 10 年快速发展蕴含的良好“基因”：深入践行“共享发展”理念，提升员工获得感，探索中国汽车品牌的可持续发展模式，为企业长期发展注入了不竭的动力源。

按照规划，广汽传祺今年将会挑战 70 万辆目标，同时为 2020 年实现 100 万辆目标夯实基础。另外，乘着“一带一路”倡议和不断扩大对外开放的东风，广汽传祺向西辐射中东、东南亚、西非等沿线国家；向东计划 2019 年四季度进入北美市场。

### ■提升员工获得感

打造面向未来的企业核心价值体系  
作为中国汽车品牌的领

导者，广汽传祺一直以来大力着手于员工满意度的提升。据第三方调查公司的数据显示，广汽传祺员工满意度整体得分为 86 分，比 2016 年提升了 12 分，远超中国汽车行业整体水平。

在各个细分领域，敬业度提升 9 分，员工对公司的信任、为公司宣传的意愿及努力程度都明显领先于行业水平；授予度提升 15 分，公司为员工提供了更多工作所需的工具和资源，提高了员工工作的自由度；活力度提升 12 分，员工从工作中获取的成就感有显著的提高，面对工作也更加有活力。

据悉，在传祺 2018 年召开的第一次骨干员工座谈会上，郁俊强调的 2018 年六项重点工作中，就有三项与员工关怀有关。

“广汽传祺正在打造面向未来 10 年可持续发展的传祺哲学，全员自主、积极、不停顿地创新和改善。企业文化只有共享共建，才不会因为某个经营层的改变、环境的变化而被轻易推翻，才更具生命力。”郁俊进一步表示。

### ■今年产销实现“开门红” 质量与效益双双提升

广汽传祺也正是深入践行“共享发展”理念，不断激励员工迸发出强大的创新能量，构建了以独有的生产方式、全球研发网、全球供应链体系与广汽营销方式为核心的世界级造车体系，支撑着广汽传祺实现高质量发展。

据乘联会数据显示，在 2017 年中国乘用车市场增速整体放缓的大背景下，广汽传祺更是实现了逆势上扬，全系累计销量达 50.86 万辆，同比大幅增长 37%。今年 1~2 月，广汽传祺累计销售达到 95136 辆，以同比增长 20.3% 的骄人成绩，强势打破了汽车销售的淡季定律。

其中，广汽传祺多款明星爆款车型持续热销：传祺 GS8 上市 15 个月销量近 12 万辆，长期蝉联大 7 座 SUV 细分市场销量冠军；传祺 GS4 作为 SUV 销量排行榜前三的明星车型，累计销量已突破 82 万辆。在轿车方面，传祺 GA6 月均

销量超 2000 辆，长期保持中国品牌细分市场前列；传祺 GA8 2017 年来更连续问鼎中国品牌中高端轿车以及豪华轿车销量冠军。另外，随着首款高端 MPV 传祺 GM8 于去年年底上市，广汽传祺产品矩阵不断丰富，能全方位地满足不同类型消费者的用车需求。

与此同时，在 J.D. Power 发布的中国新车质量研究 (IQS) 报告中，广汽传祺已连续五年蝉联中国品牌榜首，近期更荣膺“2017 年度广东省政府质量奖”的权威认定，充分展现了其产品质量的一致性与可靠性，开创了中国汽车品牌的“品质+”新时代。

### ■打造世界级中国品牌 开创中国汽车品牌国际化新局面

更为关键的是，在广汽传祺人的持续奋斗之下，广汽传祺率先构筑涵盖轿车、SUV、MPV 的高端产品矩阵，向全球展示中国“智造”的不凡魅力，加速打造世界级中

国品牌，开创中国汽车品牌国际化新局面。

今年 1 月，广汽传祺携全系明星车型第 4 次亮相北美国际车展，引起众多国际知名媒体的集体关注。目前，广汽传祺已成立硅谷研发中心，而底特律研发中心和洛杉矶前瞻设计中心也已初具规模。今年内，广汽传祺将设立北美销售公司和香港贸易平台，并首度参加美国汽车经销商协会年会，不断向世界级中国品牌的目标加速前行。

目前，在海外市场，广汽传祺已完成中东、东南亚、东欧、非洲、美洲五大板块 14 个国家的落子布局，初步构建起全球销售网络和服务体系，并在多个海外市场被誉为“Best Chinese Car Brand”。

郁俊表示：“今年，传祺将围绕‘强健体质，持续创新，树立危机意识，深化品牌建设，为传祺新十年奠定坚实基础’的年度事业方针，继续实现高质、高效发展，为传祺 2020 年百万产销目标打下坚实基础，全力谱写广汽传祺辉煌事业的新篇章。”  
(据《南方日报》)



## 众恒集团

### 项目介绍：

周口众恒新能源汽车物流园项目位于周商大道与太昊路两大主干道的交叉口向西 500 米路南，南距宁洛高速商水出口 2 公里，西距机西高速入口 6 公里。此项目是周口川汇区政府重点工程，川汇区 2017 年招商引资项目，由周口众恒集团重金打造。占地 150 亩，是周口唯一一个集传统汽车和新能源车型于一体的综合车城。有“4S 店品牌店集群、二手车交易区集群、新能源车型集群”三大功能板块，另周边具备相关功能配套设施：车管所、车辆检测、装潢维修、小区住宅、写字楼、大型商场等商业配套。

## 周口众恒新能源汽车物流园



买广汽传祺，到周口众恒广汽传祺北环店