

上海安吉星携多项全新服务亮相2014北京国际车展

4月20日,国内车联网行业的领跑者——上海安吉星携语音平台、手机应用、安全安防三大核心板块的多款全新升级服务闪耀亮相2014北京国际汽车展览会,全方位展示富有前瞻性的未来车联生活。

“北京国际车展是全球范围内最具影响力的汽车行业年度盛会,同时也是我们展示前瞻车联网理念和先进技术的一个重要平台。”上海安吉星董事总经理戴安娜(Diane Jurgens)表示,“结合安吉星全球领先的车联网技术与中国消费者的实际需求,此次我们推出了包括实时路况按需查询服务、全新升级的安吉星手机应用等多项服务和功能。我相信这不仅将进一步提升消费者的用户体验,更是安吉星在研发、技术和服务等层面的全方位实力展示。”

在本届北京车展上,安吉星推出的服务亮点包括:

语音平台升级:推出“实时路况按需查询”服务,使安吉星所提供的主要服务内容从16项增至17项。

全新一代手机应用:以革新的视觉设计、用户闪电注册为重点,提升用户操作性的同时,也增强了与用户的交流互动。

安防领域延伸:预热推出“车辆报警提示”服务,不仅强化了安吉星核心优势,也进一步为用户的安全安防保驾护航。

此外,车展现场还展示了安吉星模拟手机装置、互动体感装置及装配有安吉星的实车,让观众近距离领略了车联网领先技术的无穷魅力。

语音平台全面升级

安吉星自助语音平台不仅是体现安吉星专业、人性化服务的重要平台,也能够最大程度上保证车主在行驶过程中的安全性。此次安吉星推出的“实时路况按需查询”是安吉星实时路况导航服务在自助语音平台的一次全新突破,让用户最方便地掌握出行的实时动态交通信息。用户按下安吉星白色按钮,通过语音指令“交通信息”便可自助查询所在城市的主干道、隧道、大桥等路段的实时路况。

目前,实时路况按需查询服务支持全国22座大中城市的路况查询,每5分钟更新一次,从技术层面保证了路况数据的准确性。值得一提的是,在推出“实时路况按需查询”服务之后,安吉星在华的主要服务内容也从原来



的16项增至17项。除此之外,安吉星还在本次车展上实车演示即将上线的“天气查询”及“经销商促销信

手机应用新装亮相

将车载终端与智能手机相结合,已经成为车联网行业发展新的风向标。经过3年的创新与探索,结合数以万计的用户反馈,此次全新改版的手机应用在视觉设计上采用易于阅读的扁平化设计,以更形象直观的页面布局,更详尽的路线展示方式,提升用户的操作性与喜好。

此外,全新一代手机应用的用户注册流程将更为快捷:首次注册用户无需填写购车时的个人联系方式,只需验证车架号或ID号即可;非安吉星车主可通过普通注册成为潜在客户,而潜在用户也可随时升级为车主;除手动输入外,还新增了扫描与调用照片的注册方式;用户注册成功后可用相同的账号密码登录安吉星官方网站。为了加强与用户的交流互动,全新一代手机应用还在页面上新增了个人中心、信息展示区域及一键直达的热点功能区域。

随着产品功能的不断完善,安吉星手机应用已得到越来越多用户的认可。据统计,截止2014年3月底,安吉星手机应用的用户量已达到23万,使用频率也已突破1,760万次。

安防优势稳步提升

全面保障用户安全不仅是车载信息服务的基础,也是安吉星服务提升的关键。“车辆报警提示”服务将于近期向用户发布,在强化安吉星核心优势的同时,也进一步为用户的安全安防保驾护航。

安吉星用户只需在安吉星官方网站“我的安吉星”界面登陆,在“通知提醒服务”栏中定制“车辆报警提示”,输入接收报警提示的手机号码,在车辆出现恶意入侵时,且车辆位置信号良好,车辆蓄电池供电正常情况下,安吉星客服顾问就会通过电话或短信的方式联系车主,并根据车主需求提供后续服务。本服务将率先在部分凯迪拉克Cadillac车型上推出。

在进入中国市场5年之后,安吉星已迈入了稳步增长的发展阶段。截止2014年3月底,安吉星在中国大陆地区的活跃用户量已突破72万;安吉星呼叫中心平均每月接到的用户电话量高达275万通。

别克为消费者持续打造产品、服务与品牌创新体验 锐意求新 为梦想尽情向前

2014年4月12日,别克以“锐意求新 为梦想尽情向前”为主题,在上海世博会展中心隆重举办别克品牌日庆典暨新车发布活动。作为对品牌日的盛大献礼,别克正式向市场推出新昂科雷和新GL8豪华商务车两款旗舰级新车;同时宣布启动“寰行中国”别克·中国文化之旅。产品力的持续提升与品牌体验平台的不断充实,凸显了别克品牌正以“锐意求新”的时代精神,不断超越自我,进取向前。



上海通用汽车总经理王晓秋表示:“别克的‘锐意求新’,是对时代需求的细心聆听,是对设计与科技的用心追求,是对品质与服务的精心打磨,是在成功基础上的不断自我超越。作为已经赢得超过520万用户青睐与信任的中国汽车市场领军品牌之一,今天的别克立足于全新高度,正以‘为梦想尽情向前’的实干努力,为品牌不断取得新的成功奠定坚实基础。”

车进口方式引入的新昂科雷采用了精致豪华的外观和内饰设计,同时搭载了最新BIP智慧行车科技,包括荣膺“沃德全球十佳”的3.6L V6 SIDI智能直喷发动机和智能全时四驱系统。全系标配的车载交互系统,以及别克前瞻性主动安全科技。通过对外观、内饰、安全、动力操控四大系统给予全面升级,新昂科雷充分展现了进口7座豪华SUV实力派的标杆风范。新昂科雷的到来,为别克2014年全面发力SUV拉开了振奋人心的大幕。

别克GL8系列一直是国内MPV市场的领军车型,2014年一季度更取得销量同比增长

49.6%的佳绩,进一步巩固了其在细分市场的王者地位。而GL8豪华商务车的“首席商务舱”形象也深入人心,助力众多企业在发展道路上谱下了多篇“领军心路”。新GL8豪华商务车采用了新材质、新工艺、新造型,全新演绎了别克家族式设计。同时,通过对舒适配置等方面给予新的提升,营造出更为尊崇优雅、更加精致科技的商务舱氛围;加上第三排六四分制座椅等赋予车辆空间容纳方面更高的灵活性,更好地满足了用户商务和休闲方面的多元化需求,再度定义了现代商务车的标准。

无论是别克新昂科雷还是新GL8豪华商务车,都为目标消费者带来具有鲜明别克特色的高标准、高品质的全新产品体验,成为别克品牌在成功基础上超越自我的最佳演绎。它们也清晰映现出别克品牌在新时期新形势下“精益求精”的产品战略,即倾听消费者需求、把握市场脉动,同步北美和欧洲的最新资



源与技术,同时紧紧围绕前瞻设计语言和BIP别克智慧行车科技这两大核心优势,精细打磨卓越品质,不断为中国消费者打造精品车型。

锻造软实力——360度全方位打造品牌创新体验

发布会上,由上海通用汽车别克品牌倾力打造的品牌文化体验平台“寰行中国”别克·中国文化之旅宣告启动。这场跨越最广、历时最长的中国文化之旅,计划于今年6月从上海出发,途经十余个省、自治区和直辖市,旨在弘扬中国传统文化精髓,诠释和践行别克“心静

思远 志行千里”的品牌精神。别克全系SUV车型将作为专属车队提供全程支持。同时,别克也将携手国家地理频道共同打造《ROUTE AWAKENING·寰行中国》纪录片巨制,两大百年品牌秉持共有的探索与进取精神以及对人与社会的使命感与责任感,弘扬华夏文明精髓,同时唤起公众对中国优秀传统文化的保护与传承。今年,别克还将深化打造文化艺术、高端运动、多元化客户体验三大平台,为消费者呈献360度全方位品牌创新体验。在文化艺术平台,除了“寰行中国 别克中国文化之旅”,别克还将在高端艺术领域发力,引入国际顶级音乐大师和演出团体,为中国观众创造更多高雅艺术与文化的交流机会。在高端运动平台,别克品牌不仅携手“中国女子高尔夫第一人”冯珊珊,共推中国高尔夫球运动的发展与普及,同时还将携手中国最高级别的男子女子巡回赛,为中国职业高尔夫运动员创造更多与国际接轨的赛事平台。在多元化客户体验平台,别克S弯于今年全新升级重磅回归,首次引入了通用汽车全球培训专业试车手手L1PRO专业一级赛道,并且采用了新的赛制和赛车,在已经开战的比赛中,吸引了众多消费者的火爆参与。此外,别克关怀eService易享关怀服务、iBuick APP别克智能手机应用服务等也将在今年进一步完善,为用户带来领先同行的服务体验。

近年来,别克在产品力、品牌力、服务力上的潜心打造,取得了颇丰的成果,市场业绩屡创新高。2013年在国内和全球的销量双双刷新历史纪录后,别克这一拥有110多年深厚底蕴的国际品牌正焕发出前所未有的青春活力。而由“全球平台,欧美科技”下新一代别克产品的硬实力,以及三大体验平台与“别克关怀”所构成的服务软实力,也正成为别克品牌的核心竞争优势。面对当前日益激烈的市场竞争,别克将继续秉持时代感召下的进取精神,整合全球领先的科技、产品和服务资源,不断锐意求新,开启别克品牌新一轮的跨越式发展。



通用汽车2014年第一季度 全球销量突破240万辆

通用汽车公司全球经销商在2014年第一季度共向消费者交付了2,416,028辆车,比去年同期增长2%。

在通用汽车全球销量最大的五个区域市场中,中国市场增长最大,同比上升13%达到919,114辆,创其在华同期销量历史新高;英国市场和德国市场亦实现了销量增长;欧宝/沃豪品牌在欧洲十个地区的市场份额均有上升。

“我们在中国市场上优于行业整体增速的业绩表现,以及欧宝在欧洲市场上伴随经济前景共同转好的销量表现,都是振奋人心的好消息。”通用汽车总裁丹·阿曼(Dan Ammann)表示:“与此同时,我们对美国市场的前景也依然保持乐观,因为我们屡获殊荣的新产品表现抢眼,而且还有更多新车型蓄势待发。此外,雪佛兰品牌在南美洲尤其是委内瑞拉依旧充满挑战,在那里我们正面临包括汇率在内的一些问题。”

第一季度业绩亮点(相较于2013年同期)

受益于欧宝Mokka和新英速亚旗舰两大车型,通用汽车在欧洲市场份额有所提升。其中,Mokka自2012年第三季度正式上市以来的累积订单量已经超过215,000辆;英速亚自2013年秋上市以来的累积订单量已超过85,000辆。

通用汽车第一季度在中国的销量刷新了历史纪录。此外,截至今年4月初,2014年在中国市场销量已经突破100万辆。这是在华销量最早达到七位数的一年。

2013年是别克品牌在其110年历史中销量最大的一年。在此基础上,今年第一季度,该品牌全球销量继续实现增长,同比增幅达14%。

凯迪拉克品牌全球销量增长9%。其中,在中国市场的销量增长超过一倍达到15,357辆。

今年一季度,通用汽车在全球的市场份额为11.1%,相比去年同期下降了0.2个百分点,但欧宝/沃豪品牌在包括德国在内的欧洲市场十个地区实现了市场份额的上升。得益于凯迪拉克品牌的强劲增长以及别克品牌和五菱品牌的持续成功,通用汽车在中国的市场份额也得以增长。

通用汽车总裁丹·阿曼 与北大学子面对面 畅谈青年成就与职业发展

4月19日,通用汽车总裁丹·阿曼(Dan Ammann)先生与中国最负盛名的学府之一——北京大学的同学们进行了座谈。本次活动是北京大学与青年成就组织中国(Junior Achievement China)共同举办的全球职业发展与领导力对话(Career Development and Global Leadership Forum)的一部分。

丹·阿曼先生为在场学子讲述了自己在新西兰成长过程中树立的职业抱负,以及如何将其转化为在汽车行业及投资银行领域的成功。他鼓励同学们拥有国际化视野,勇于把握机遇,做好发展转型准备,并建议关注包括汽车业在内的传统行业工作机会。此外,丹·阿曼先生还分享了提升领导力技巧的心得,并指出优秀的领导者需管理好目标设定、理清优先顺序,坚守诚信,以身作则。

丹·阿曼先生此次到访北京的主要行程还包括出席中国今年最重要的车展——2014北京国际车展。

