“进取始终是奥迪核心品牌内涵”

一汽奥迪公关总监卢敏捷表示，奥迪的进取就是要找到跟中国社会有共鸣的地方

近日，主题为“东方遇见西方”的第五届奥迪夏季音乐周在北京开幕。针对奥迪近几年在品牌建设和提升方面的成果和心得，一汽-大众奥迪销售事业部公关总监卢敏捷接受记者专访。她表示，进取始终是奥迪的核心品牌内涵。

记者：奥迪近两年和艺术走得很近，你认为这对奥迪品牌的提升起了什么作用？

卢敏捷：以前大家提到奥迪都说是“官车”，但是奥迪这两年在艺术专业领域的口碑很好。我去参加一些活动的时候，很多艺术家都能一个个把奥迪做的事情数出来。其次，很多艺术、设计、音乐包括电影在内的组织者们都会找我们合作，这些都因为奥迪在艺术领域的专业性，并且尊重专业人士的意见和创作。

这个时代，艺术已经不是灌输性的，而是要大家对你认可，植入的东西不觉得生硬才会成功。但是如果你很顺其自然地植入的话，大家就很愿意接受。

记者：奥迪最近几年在品牌建设上下了很大工夫，是否有具体调研结果展示人们对奥迪尊贵内涵的认可度？

卢敏捷：我们请第三方调研公司做了一个几大豪华品牌调研，涉及品牌认知度、尊贵度、用户喜好度等。在这张图上可以看到三条线，奥迪的线始终在上升，现在尊贵度和运动属性方面奥迪都是第二，进取方面奥迪是第一，认知度也是最高的。

记者：奥迪的品牌内涵是进取、尊贵、动感，这样一个品牌理念的树立只是针对中国市场吗？

卢敏捷：不是，这是奥迪全球统一的。进取是奥迪品牌三大核心价值理念之一，是我们区别竞争对手的重要标志。一百年中，奥迪始终处在一种奋起直追的状态，发明了很多独有技术，包括quattro、轻量化车身结构等。在中国，我认为进取更契合，改革开放三十年中国市场发展得很好，百姓生活水平提高得也快。我们认为奥迪的进取就是要找到跟中国社会有共鸣的地方，也就是共赢的地方。

记者：奥迪RS5最近刚上市，奥迪在中国的高性能车市场有怎样的具体发展规划？

卢敏捷：对于奥迪而言，高性能车型一直是很重要的一部分，只是之前没有引入中国。我们认为现在中国这个市场也到了一个相对成熟的阶段。RS5是奥迪引入的第一款高性能车型，未来肯定有更多高性能车型来到中国。

新京报记者 尹蔚

一汽-大众奥迪销售事业部公关总监卢敏捷。

“日产中国加大零部件出口”

上周，日产（中国）投资有限公司董事总经理西林隆接受采访时表示，今年日产中国的部分职能将得到深化和调整。

新京报：听说上半年，日产中国已把日产品牌的进口车交给了东风有限做总代理。日产中国淡出销售管理职能后，是否考虑更多地专注打造品牌端的传播？

西林隆：日产中国在华的业务很多，尤其零部件出口的业务今年是日产中国非常大的业务板块。日产中国在上海和广州分别设立了零部件的分公司，目前日产在华的零部件产量比日本本土还高。近年来日元汇率上涨，在日本找供应商的成本进一步增加，现在很多日本出口到海外国家的车，是从中国进口一部分零件组装之后整车出口到美国，日产在中国地区之外生产的车型平均20%到30%的零部件依靠中国进口，高的达30%到40%的比例。

新京报：中国的合资公司有没有什么经验值得日产分享到全球其他市场的？

西林隆：目前中国的销量占到日产全球的四分之一。我觉得合资公司的生产效率和对人才的培养是值得推广到全球的成功经验，我们生产天籁的襄阳工厂里没有一位日方派驻的代表，全部是中方员工。

新京报记者 梁静晶

丰田未来三年在华至少推4款新能源车

未来混合动力车价格将更亲民

上周，丰田中国高管山本晃宏在接受记者采访时透露，丰田未来三年向中国推出的20款车型中至少有四款是全新的新能源车，而负责混合动力国产化的丰田汽车研发中心（中国）有限公司副总经理松本真一则认为，今后混合动力车在中国的销量，不存在比日本或者美国市场低的理由。

混合动力车不光成本要低还要很酷

记者：丰田发布的“云动计划”中，提到未来3年会推出20款新车，大概有多少新能源车或者混合动力车？

山本晃宏：20款新车既包括了全新引进中国市场的车型，也包括了现有车型的改款。我们计划搭载了国产混合动力总成的国产混合动力车，未来将会在南北丰田各投入一款；另外在2013年，EV纯电动车和PHEV外插充电的混合动力车也分别投放到中国市场。至少在这20款新车当中是包括了这4款节能新能源车的。

记者：丰田计划在2015年推出适合中国消费者的混合动力车，怎样才是适合中国消费者的？

松本真一：首先从价格方面，肯定比现在更能让消费者以一种更亲民，更唾手可得的价格去购买。其实不光是在中国，包括在日本和美国，也都是在进一步做混合动力系统方面的降低成本的工作。第二，就是商品的具体规格。比如在车辆外观的设计上，未来投放到中国市场上国产的混合动力车辆，必须是能够让中国消费者认为很酷，很漂亮。

将设定具有挑战性的目标

记者：2015年时国产混合动力的成本能下降到怎么样的一个水平？

松本真一：这个正在讨论的过程当中，我们肯定会设定一个具有挑战性的目标。

记者：丰田计划2015年时把中国市场年销量提高到150万辆至180万辆，届时中国将会占全球15%的销售份额，其中混合动力车辆将会占多少？

松本真一：现在没有一个具体的数字。但我个人认为，中国市场已经发展成为世界上最大的一个市场。在混合动力这个领域来讲，日本、美国可能领先了一步，但在中国节能新能源车领域，混合动力车今后肯定会畅销。我认为混合动力车在中国的销量，不存在比日本或者美国市场低的理由。

新京报记者 谢涛

责编 李薇佳 图编 高玮 美编 叶绿 责校 赵琳