上海通用 品牌诉求不断向上

上周，上海通用发布数据显示，这家成立15年的汽车合资公司在今年前10个月实现了114万辆的销量，继续领跑国内乘用车企业。在这之前几年，上海通用已经连续多年在国内乘用车企业中处在领先位置。能够取得这样的成绩，得益于上海通用在最近10年间对合资公司研发能力的提升、多品牌战略的打造等。

多品牌战略初见成效

在国内众多合资企业和自主品牌企业中，上海通用在打造品牌能力方面处在领先地位，上海通用也因此成为国内为数不多的打造多品牌战略非常成功的企业。目前为止，旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克3个品牌具有非常鲜明的品牌定位和品牌形象。

目前，君越25万元以上的车型占自身销量的65%，在包括豪华入门级车在内的25万—30万元区间的市场占有率超过20%；君威占据中高级运动型车的1/3以上份额。别克英朗GT在15万—20万元中级车市场占据约40%的份额。

雪佛兰是上海通用引进最晚的一个品牌，通过一系列的市场活动成功塑造了雪佛兰品牌年轻活力的品牌形象，旗下入门级车型赛欧和紧凑级产品科鲁兹都是细分市场上销量领先的产品。

不断出现的利好消息也预示着上海通用旗下高端品牌凯迪拉克将会出现“拐点”。通用汽车将会把最新的凯迪拉克产品引入中国，同时上海通用还会在上海为凯迪拉克建立一个新的、专用的工厂。

研发能力快速提升

2002年时的上海通用，刚刚成立5年时间，旗下只有别克一个品牌，也只有4款车型在售。目前上海通用同时运行别克、凯迪拉克、雪佛兰品牌，旗下产品涵盖从微型轿车到中高级、SUV等全系列产品线。

提到上海通用，就不得不提及上汽、通用、上海通用三家合资的泛亚汽车技术研发中心有限公司。这个早在上世纪90年代末成立的汽车研发中心是中国汽车企业里最早的研发中心之一，在上海通用的发展过程中起到了重要作用。

初期，年轻的泛亚只是对引进的通用旗下产品进行本土化改造，不过随着自身的成长，这个研发中心已经开始参与通用汽车全球研发工作，在通用汽车全球六大研发中心中占有一席之地。

上海通用10年变化

项目	2003年	2012年
销量	11.0763万辆	114万辆
产能	25万辆	102万辆
旗下品牌	别克	别克、凯迪拉克、雪佛兰
在售车型数量	4	24

备注：2012年销量截至10月份

【说10年】

“不变的是我们的愿景”

15年来上海通用发生了很大的变化，但是不变的是我们的愿景。15年前我们建立了合资企业，上海通用就制定了我们的愿景，就是“上海通用汽车要成为要面向未来、国内领先，国际上有竞争力的汽车公司”。要实现我们3个基本使命，就是“以人为本、卓越经营，企业公民”。

口述：上海通用总经理叶永明

责编 何立军 图编 高玮 美编 叶绿 责校 王春然

引年轻观众共鸣 “蓬皮杜”直面都市爱情

别克英朗GT“蜕变”系列记录式微电影上线

由上海通用汽车别克品牌联手搜狐视频倾情打造的英朗GT“蜕变”系列记录式微电影正式发布。此番，“记录式微电影”的形式是别克自《十二星座系列》微电影之后的一次全新的尝试。通过对生活中不同领域精英人士的采访，以充满戏剧性的情节安排，将他们在实际生活遇到的各种压力呈现在荧幕前，意在引起社会对于这类人群的关注。本次别克英朗GT“蜕变”系列聚焦于步入而立之年的当代精英们，生于70后或80后的他们成长于温室，随着社会发展的多元化，在人生进阶的过程中面临着越来越多的诱惑与选择。英朗GT“蜕变”系列记录式微电影关注他们成功背后的矛盾与艰辛，一方面以此来刻画当下进取的青年一代“不断蜕变，永不妥协”的特质，另一方面也显示出别克品牌对于这群中国社会中坚力量的人文关怀。

据悉，别克英朗GT“蜕变”系列记录式微电影首部作品《柒》的预告片已上线（《柒》网址http://tv.sohu.com/buick/），正片于10月15日与观众见面，其余三部作品也将陆续登陆搜狐视频。

上海通用汽车别克市场营销部部长施弘表示：“‘蜕变’，表达了一种焕然新生的意味，是一种不断超越自己、不断升级的精神体现。这个主题很好地诠释了当下都市主流年轻人群在人生道路上勇于挑战，不断自我突破、自我丰满的历程，展现他们在成长和奋斗过程中的‘蜕变’，也呼应了英朗GT‘无需妥协、精英本色’的品牌主张。”

别克英朗GT“蜕变”系列记录式微电影，由当红歌手、实力唱作人陈楚生领衔主演，新生代精英座驾——别克英朗GT担当“主角”。围绕都市主流人群最为关注的爱情、事业、亲情及自我分篇展开。分为《柒》、《猫》、《穿Prada的树》和《一支录音笔的自白》四部。在讲述故事之外，更将话题进一步延展，把镜头瞄准都市中真实的白领精英们，聆听及记录他们的心声，分享他们曾经的迷茫和困惑，以真实的心路历程引发广泛的讨论与思考。作为整个系列的核心人物，由陈楚生所饰演的心理咨询师蓬皮杜将以“旁观者”的身份见证都市人群遭遇的各种困惑，帮助他们直面挫败和冲击，逐步完成爱情、事业及亲情的蜕变，并在最后完成自我的蜕变。

近年来微电影逐渐成为受到关注的品牌营销平台，由别克品牌联手优酷网打造的“追逐无限”十二星座微电影自今年初春上映以来，已推出了八部作品，获得了逾6,000万的高人气点击。而此次英朗GT“蜕变”系列记录式微电影，有望凭借独特的表现手法和视角，引发更多年轻观众的共鸣，鼓励他们在进取的路上不断蜕变，永不妥协。

陈楚生从歌手“蜕变”为心理咨询师，重磅加盟别克微电影