

中国汽车的长安路径： 国际品质闪耀法兰克福

文/常安

法兰克福时间2013年9月10日，第65届法兰克福车展在德国法兰克福交易广场举行。作为唯一参展的中国厂商，长安汽车携旗下6款车型再次登台吸引了全球汽车业的目光。

初战告捷 法兰克福的长安记忆

法兰克福车展有世界汽车工业“奥运会”之称。2011年，长安汽车第一次参加法兰克福车展，是继前几年中国汽车集体亮相法兰克福后，长安代表中国汽车的重新亮相。这次亮相，让世界重新认识了中国汽车。在这次车展上，长安具有战略意义的产品——长安EADO逸动全球首发，开启了长安新的产品时代。随后，逸动品质表现突出，在C-NCAP实行新五星安全标准后成为第一个获得五星安全的车型，而在市场表现上，逸动单车累计销量突破十万大关。同时在被誉为中国汽车奥斯卡的“2012CCTV中国年度汽车评选”中，逸动与奥迪、朗逸同台竞技，斩获“2012CCTV年度紧凑型乘用车”大奖。

市场表现突出 豪华参展阵容再显实力

2013年1—8月，凭借成功的产品策略，长安汽车市场表现突出。据中国官方机构统计，1—8月长安汽车产销133.8万辆，其中乘用车产销达到31.7万辆，同比增长83.6%，增幅位居行业首位，长安汽车1—8月销量已超去年全年水平。在此背景下，长安汽车再次参加法兰克福车展备受关注。

本届法兰克福车展，长安汽车带来了长安旗下6款重量级产品，其中包括长安首款中型SUV CS75，被誉为“最美两厢车”的致尚XT，长安第二代混合动力轿车逸动Hybird，长安首款中高级轿车、获得C-NCAP新五星安全标准的睿

骋等重量级产品，产品阵容更加强大，充分展示了长安作为中国汽车领军企业所具有的进取精神。

CS75全球首发 CS系列联袂登台

SUV在新兴市场特别是中国市场的强劲增长，已经吸引了众多国际巨头的竞争。继CS35上市、CS95上海车展亮相之后，长安汽车在此次法兰克福车展上再次全球首发一款全新的中型SUV产品——CS75。由此，CS系列更加丰富和完善。长安在SUV领域的研发步伐和实力受到瞩目。

CS75是长安针对城市SUV市场推出的一款中大型SUV产品，该车以突出的舒适性能，大气、运动、硬朗的外观设计，以及领先的动力技术和出色的安全性能，满足了更高层次消费者对城市SUV的升级需求，将对城市SUV消费市场的发展起到引领作用。长安CS75，与上海车展首发的CS95概念车，以及已经获得中国消费者认可的CS35一起，构成了长安汽车完善的CS系列SUV产品线。在车展现场，长安CS系列引起海内外媒体的浓厚兴趣，包括宝马等知名车企大佬也光临长安展台，与长安汽车产品进行了体验，并与长安汽车领导进行了认真的交流，他们对CS系列的全新设计纷纷表示肯定。

产品为媒 长安海外事业乘势起飞

与世界同步的卓越品质体验，不仅对长安进一步引领中国市场起到决定性作用，更使长安汽车的海外事业战略乘势起飞。

此次法兰克福车展期间，长安汽车全球商务大会同时召开。会上，长安汽车向来自全球不同国家和地区的经销商代表发布了长安汽车全新的海外战略，并

与重点地区的经销商进行了深入交流。同时，基于长安汽车参展阵容传递出的市场前景，长安汽车商务大会也吸引了众多新商业伙伴，前来咨询的商务代表络绎不绝。海外媒体更是对于此次参展的长安汽车不乏溢美之词。

长安展台上，日益国际化的产品阵容，以及中国传统文化表演带来的浓郁的中国风，给前来参观的媒体和观众留下了深刻印象。

在本届车展上，除了全球首发的CS75，长安还在发布会现场公布了长安的海外事业计划。目标是到2020年长安海外市场销量将达到40万辆；推进巴西、俄罗斯、伊朗三大制造基地建设，以及实施北美、欧洲、右舵车三大战略市场预研。长安将进一步加快海外基地建设，形成巴西、俄罗斯、伊朗、右舵“3+1”海外制造基地，辐射周边；同时，持续打造阿尔及利亚、智利、哥伦比亚、秘鲁、伊拉克、乌克兰6大重点营销市场，共同形成长安10大海外市场格局。

中国品牌获欧洲认可，长安模式引发思考

长安汽车在法兰克福车展上掀起了一股中国风，其坚持的全球研发体系，吸收利用世界先进的汽车技术成果，日益为消费者提供着世界同步的卓越品质，引起了欧洲媒体的强烈反响。

或许此时轻言长安模式已经成功还为时过早，但长安模式所传递出来的强大的市场信心，正在被市场真真切切地感受和体验着，而这种信心正是中国汽车的希望所在，相信长安最终会为中国品牌的突围探索出一条成功之路。

(责任编辑：罗志荣)