



创造出行新生活，新宝骏启航

2019年4月11日，“新宝骏品牌之夜”在黄浦江畔的上海国际时尚中心举行。活动上，新宝骏品牌正式发布并启用全新钻石标，宣布将“年轻、科技、智能、网联”作为品牌基因，为新时代的汽车消费者“创造出行新生活”，致力于成为国内领先的智慧出行综合服务商。同日，新宝骏品牌旗下首款产品——新宝骏 RS-5 也正式上市，这款具备同级别领先智能驾控实力的车型上市价格为 9.68-13.28 万元。

这场与全球知名时尚杂志《智族 GQ》共同打造的发布会，体现了新宝骏将目光聚焦在逐渐主导市场潮流的中国年轻消费者身上。而年轻音乐人周笔畅、水哥王昱珩、果壳网 CEO 姬十三共同为品牌发声，表达了年轻人充满梦想、富有创意的人生态度。

当晚，还发布了新宝骏品牌概念车——RM-C，展示了新宝骏在智能网联基因下的全新设计理念。

重新定义品牌

中国对于互联网技术的应用一直走在世界前沿，随着 5G、大数据、物联网等前沿技术的发展，新技术所能带来的可能性在不断丰富我们对出行乃至生活场景的想象。新宝骏看到了这样的趋势和机遇，希望通过新一代智能网联科技的应用率先吹响品牌重构破局的号角。

关于新宝骏品牌，上汽通用五菱销售公司总经理薛海涛这样描述：“智能网联是新宝骏区隔其他品牌及产品的最具差异化的品牌基因，我们已经在智能网联方面先行一步，进行了抢先布局。”

薛海涛用了三个词语来概括新宝骏品牌基因的内涵：智能驾驶、网联科技、智能服务。在智能驾驶方面，新宝骏将通过更智能的技术和产品为用户的出行带来更多可能，不仅让行车过程更加安全可控，而且通过无人驾驶功能的应用，可以最大程度解放用户双手，让用户在车内实现生活场景的延展。在网联科技方面，新宝骏将利用 5G、V2X、大数据等核心技术，打通全生活场景，为用户带来更智能的用车体验、更舒适的生活方式。而在智能服务方面，新宝骏将打通线上、线下，为用户带来更便捷的消费体验、更有温度的服务体验。

以产品为基石

作为新宝骏旗下的首款车型，新宝骏 RS-5 具备了同级领先的智能水平，是同级中少有的同时搭载 L2 级自动驾驶辅助系统和智能车联网系统的车型。其在智能驾驶方面具备 14 项强大功能，基本涵盖了大部分出行场景；并搭载了目前业内最先进的智能车联网系统，具备车内语音操作、手机 APP 远程控制、在线终身无限升级等 10 项全能车联网系统。

本次发布会上，新宝骏还令人惊喜地发布了品牌概念车 RM-C。品牌原创的“星际几何”设计理念在概念车中得到了淋漓的发挥，理性美学、先锋设计和精工科技三大要素造就了其极具未来感和辨识度的造型。据

了解，概念车还会在不久后的上海车展中展出，并将在今年内推出量产车型。

后续，新宝骏还将针对 SUV、CAR 和 MPV 等细分市场陆续推出新产品，通过标配的智能网联系统，为用户不同的出行场景提供更多样化的服务。未来，“智能网联”将成为“发动机”一样的存在，不断为新宝骏旗下产品提供驱动力。

全面拓宽品牌可能

在品牌的智能网联布局上，新宝骏通过与众多行业大咖合作，共同建设智能网联的生态链。在车联网系统方面，新宝骏与业内领先的企业斑马开展合作；在 V2X (vehicle to everything) 方面，上汽通用五菱与中国移动、华为等企业签订战略合作协议，多方在 C-V2X 和 5G 网络试点方面开展深入合作；在无人驾驶方面，上汽通用五菱还与驭势科技开展项目合作运营及商业化探索。

新宝骏还积极对智能网联技术进行提前布局。目前，在宝骏基地“智能网联汽车示范区”内，上汽通用五菱联合中国移动、华为、驭势科技及广西政府建成了全球首条同时具备 5G、V2X、远程驾控、无人驾驶四位一体的公开测试道路，全长 9 公里，新宝骏已经率先开展产品路试。同时，在这个示范区内已经完成 7 个 5G 基站的布局。在无人驾驶项目的商业化运营方面，已实现在行业内首例公共小区 AVP (automated valet parking，即自动代客泊车) 交付用户。

新宝骏品牌的正式发布，将为消费者带来全新的用车体验及生活方式。与此同时，新宝骏在智能网联上的前瞻性思路，也将为上汽通用五

菱在企业转型发展的重要探索进行深度布局。创造出行新生活，新宝骏未来可期。