

东南 DX7 要在 SUV 市场“后发先至”

SUV 业已成为一片红海,但后来者仍旧络绎不绝。日前,东南汽车对外宣布,将于 7 月底推出与世界三大汽车设计公司之一的宾尼法利纳(以下简称“宾法”)合作的首款 SUV——东南 DX7。

面对竞争愈加激烈的市场,东南汽车总经理左自生自信满满地表示,DX7 要在 SUV 市场“后发先至”。在左自生看来,DX7 的底气来自于东南汽车 20 年来厚积薄发的制造实力以及迈入 3.0 时代的精品化、差异化路线。

事实上,东南 DX7 在设计之初就提出了精品化需求,并通过整合国际化资源,打造出差异化优势。一改过往模仿与改良的产品设计方式,东南汽车在东南 DX7 的设计、研发、制造领域均以我为主,从而打造出被国际顶级设计公司宾尼法利纳称为“中国 SUV 领域的 newbenchmark(新标杆)”的全

新车型。

差异化优势明显

东南 DX7 首批预售市场反响热烈,截至 6 月中旬,首批订单已有 2300 多台,6000 多位准车主有购买意向。

SUV 市场是近年来增长最快的一个市场,目前国内品牌在 SUV 产品上存在许多造型、性能、配置同质化现象,甚至模仿现象。在这样一个市场,“差异化造型 前瞻科技 可靠品质”是实现突围必不可少的 3 个要素,在这其中,造型则占据了绝大部分影响因素。

基于上述思考,东南 DX7 采用正向研发模式,请国际知名的顶级汽车设计公司担纲内外装设计,展现出宾法“永恒之美”的设计精髓,即产品耐看、时尚、有品味与有灵魂,有了这一先天条件,再结合东南 3.0 时代对全球优秀供应体系的整合,更使产品从品

质内涵到魅力卖点、前瞻科技等方面呈现出 DX7 独有的产品魅力。

肩负“向上”使命

作为一款战略 SUV,DX7 肩负着东南汽车产品向上及品牌向上的重大使命。首先,在产品向上方面,它的推出意味东南汽车国际化产品战略全面开启,以及东南汽车正向自主研发体系的建立,标志着东南汽车整个价值链体系步入 3.0 时代。以东南 DX7 为起点,在累积多年品牌基因及与三菱汽车合作经验的基础上,东南品牌的产品开发格局将进一步提升,携手更加高端的国际公司打造更多精品。

其次,作为一款东南汽车投入大量资源与心血所打造的精品,它更是助力东南汽车品牌向上的重要助推器。产品是企业品牌最好的诠释,我们将努力透过这款产品,向业界及消费者展示东南汽车高品质、时尚及动

感的品牌形象,打造东南汽车有别于其他竞品企业的差异化品牌价值。

不求全 但求精

对东南汽车而言,3.0 时代不仅仅是在产品方面的迭代更新,更是以产品为载体,对企业整个价值链的变革及重生。

以正向主导自主研发体系的建立,以及国际化及精品化战略为标志,历经 20 年汽车市场洗礼的东南汽车,在客观分析了企业所面临的外部环境、自身优势及资源之后,已经更加明晰了自身的发展思路:即持续以品质为基石,并充分利用移动互联网平台的大数据分析能力,理解并响应 80 后、90 后新生代客群的消费心理及需求,不求全,但求精,以更加稳健务实的前进步伐,满足中国市场及消费者的产品需求。

(东南)

宝骏旗下首款 SUV——宝骏 560 将于 7 月 18 日正式上市,预计售价 8~10 万元,现已全面接受预订。7 月 9 日,周口各主流媒体齐聚宝骏汽车周口宏阳 4S 店,对宝骏 560 进行了深度试驾。图为媒体试驾人员合影。 李磊 摄



汽车消费 投诉热线

在汽车和旅游消费时,如果您的合法权益受到侵害,请拨打维权热线 0394-8599345 投诉,本报将联合有关部门共同帮您维权。

以我实力 助您成功

权威·实用·贴近
《周口晚报·汽车周刊》
领航周口车市
垂询电话: 0394-8599345

