



9 kwietnia 2024

Strategia w Chinach nabiera kształtów: trzy auta koncepcyjne Volkswagena podczas Auto Shanghai 2025

- Elektryczne, połączone i inteligentne: trzy modele koncepcyjne ucieleśniają nowe DNA Volkswagena w Chinach
- Produkcyjne wersje prezentowanych podczas salonu Auto Shanghai pojazdów zostaną wprowadzone na rynek w przyszłym roku
- CEO Volkswagena Thomas Schäfer: „Mamy wszystko, czego trzeba, aby odnieść sukces w Chinach”

Strategia marki Volkswagen „W Chinach, dla Chin” staje się widoczna: podczas tegorocznej edycji salonu samochodowego Auto Shanghai (23 kwietnia-2 maja), jednej z najważniejszych wystaw motoryzacyjnych na świecie, trzy chińskie spółki joint venture VW zaprezentują swoje nowe elektryczne pojazdy koncepcyjne. W centrum uwagi znajdują się: elektryczny model spółki FAW-Volkswagen z nadwoziem typu notchback, SUV segmentu B z napędem typu EREV (samochód elektryczny z range extenderem, czyli silnikiem spalinowym zwiększającym zasięg) od SAIC Volkswagen oraz elektryczny SUV od Volkswagen Anhui. Wszystkie trzy projekty ucieleśniają nowe chińskie DNA Volkswagena – zarówno pod względem technologii i wzornictwa, jak i czasu badań i rozwoju, który został skrócony o ponad 30 procent.



Podczas tegorocznej edycji salonu samochodowego Auto Shanghai Volkswagen zaprezentuje trzy prototypy.

modeli – a tym samym będzie miał ofertę dopasowaną do potrzeb niemal wszystkich klientów.

„Jesteśmy na dobrej drodze z naszą strategią ‘W Chinach, dla Chin’. Naszym celem jest pozostanie wiodącym międzynarodowym producentem samochodów w Chinach – nawet w erze inteligentnie połączonych pojazdów” – mówi Thomas Schäfer, CEO marki Volkswagen. „Mamy wszystko, czego trzeba, aby odnieść sukces: krótszy czas badań i rozwoju, silnych partnerów, dojrzały lokalny rozwój, produkcję i infrastrukturę, a także odpowiednie produkty i innowacje dla naszych klientów z Chin. To właśnie zademonstrujemy w Szanghaju dzięki naszym niemal seryjnym pojazdom koncepcyjnym” – dodaje Schäfer.

„Przetłumaczyliśmy i zaadaptowaliśmy do potrzeb chińskich klientów nasze europejskie elementy języka projektowania – stabilność, atrakcyjność i tzw. ‘sekretny składnik’ – na

Kontakt

Volkswagen PR

Axel Besser-Reguła

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 132

axel.besser-regula@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw-press.pl



Informacja prasowa

rynek chiński. Rezultatem jest filozofia projektowania, która uwzględnia dziedzictwo naszej marki, biorąc jednocześnie pod uwagę różne życzenia i oczekiwania nowego pokolenia klientów w Chinach” – mówi Andreas Mindt, główny projektant marki Volkswagen.

Salon samochodowy „Auto Shanghai” jest organizowany od 1985 roku i odbywa się co dwa lata, na przemian z „Auto China” w Pekinie. Są to największe targi motoryzacyjne na świecie. W tym roku salon w Szanghaju potrwa od 23 kwietnia do 2 maja, przy czym pierwsze dwa dni zarezerwowane są dla dziennikarzy. Podczas ośmiu dni otwartych dla publiczności organizatorzy spodziewają się w halach wystawowych chińskiej metropolii setek tysięcy odwiedzających. Dwa lata temu ponad 1000 wystawców z 17 krajów zaprezentowało swoje produkty i usługi na około 360 000 metrów kwadratowych.

O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na przeszło 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach. Volkswagen konsekwentnie napędza zmiany w świecie motoryzacji, stawiając na rozwój gamy aut elektrycznych z rewolucyjnej rodziny ID. W ramach strategii „Way To Zero”, marka zmierza do osiągnięcia pełnej neutralności węglowej w 2050 roku.
