



近年来,自主品牌上攻、豪华品牌下探已成为国内车市竞争新常态,而处于“夹缝”中的合资品牌,正在通过不断推新、补齐自身短板的方式,与自主品牌、豪华品牌相对抗。本届广州车展,SUV依然成为合资品牌押注的重要车型,其中布局中大型SUV和紧凑型SUV,已成为合资车企拓市场的两条路径。

长安福特 锐际登场开启反攻

长安福特在本届广州车展正式发布全新SUV车型福特锐际Escape。该车型将于12月19日正式上市,这是福特实施“加速计划”后推出的首款新车型。

据了解,锐际定位在翼虎之上,搭载超高性能第四代2.0升EcoBoost双涡轮增压引擎,最大功率248马力、峰值扭矩393牛·米,匹配新一代精8AT变速箱。长安福特全国销售服务机构总裁杨嵩表示:它是目前在20万元级别的SUV里,唯一一款百公里加速能够达到7.5秒的车。”此外,锐际还搭载可分离式智能四驱系统,其优势在于既可拥有四驱的越野性能,也可以降低油耗。

同时,新车全系搭载福特与百度联合开发的智慧全语义识别SYNC+智行信息娱乐系统。采用模糊语义识别互联技术,在百度强大底层数据库支持下,支持多达70种模糊语义识别,涵盖日常生活常用语句。

东风日产 逐步导入“日产智行”技术

本届广州车展,东风日产虽然没有带

合资品牌:各补竞争短板



来全新车型,但借首次亮相的“日产智行城市”品牌体验空间,重点展示由智能驾驶、智能动力、智能互联等组成的“日产智行”技术。

据了解,东风日产以日产智行技术为依托,构建“日产智行城市”品牌体验阵地。从目前日产在车型上已经应用的技术来看,包括“智能驾驶、智能动力、智能互联”三大领域,实际也已经全面领先。以ProPILOT为开端,日产的自动驾驶技术也在逐渐进化。在发布会上,东风日产官方表示,至2020年将有3款东风日产车型搭载ProPILOT驾驶辅助系统,至2021年,将在ProPILOT基础上,完成新一轮技术升级,至2023年,将实现旗下全车系搭载ProPILOT系统,车型级别搭载比例达到70%。

广汽讴歌 CDX A-SPEC概念版首秀

本届广州车展,广汽讴歌CDX A-SPEC概念版完成了全球首秀。新车最

大的亮点在于采用全新的运动套件,运动感十足。

外形方面,CDX A-SPEC概念版融入A-SPEC专属设计元素,用黑色装饰替换原有的镀铬饰条,同时也配备了黑色的轮圈造型。前脸配备五边形钻石进气格栅,品牌徽标嵌入中间,更显大气。新车两侧尾灯加入LED光源采用全新设计,中间线条向外突起,配合底部双边两出圆形排气。

此外,与A-SPEC概念版亮相于广汽讴歌展台的还有NSX、RDX、CDX SPORT HYBRID、CDX等明星车型。为了与观展用户全面互动,广汽Acura在本次车展上还将特别设置“5D时空隧道”技术体验区和ELS音响系统体验区,以此向广大消费者更加直观地展示讴歌品牌。

广汽丰田 威兰达完善家族SUV阵营

广汽丰田首款TNGA中型SUV威兰达(WILDLANDER)在广州车展全球首发亮

相,今年上市的2019款凯美瑞、全新换代雷凌、插电式混合动力雷凌双擎E+、纯电动轿车广汽丰田iA5、2020款C-HR、汉兰达骑士版以及致炫X等明星车型也首次登陆广州车展。

据了解,威兰达车身长宽高分别为4665毫米×1855毫米×1680毫米,轴距为2690毫米,TNGA架构赋予的“宽车体、低重心”车身既带来富有运动感的视觉感受,又保证车厢空间的舒适性与实用性。在内饰设计上,大旋钮中控面板简练大气,搭配10.2英寸薄型中控大屏,兼具越野风和高级感。行李厢空间达580升,而且后排座椅可6:4分割并完全放倒,充分满足驾乘者出行需求。

广汽三菱 新劲炫亮相展台

三菱汽车洞察中国市场消费需求,在本届广州车展推出新劲炫车型。外观上,新劲炫在延续经典的Dynamic Shield家族式前脸基础上,进气格栅新增镀铬条装饰,多

了几分硬朗。凌厉的前LED大灯和采用矩阵式竖状布局设计的雾灯与转向灯,让前脸更具辨识度。

同时,该车型专为中国市场定制开发双色款座椅,而且结合人体乘坐习惯,进行座椅舒适优化。后排座椅靠背还可6:4分割,自由折叠、倾斜,提供舒适乘坐体验和更多变的储物空间。

东风悦达起亚 全新一代傲跑首推“包牌价”

本届广州车展,东风悦达起亚全新一代傲跑正式上市,共推出四款车型,官方指导价为10.88万-12.58万元,全系总价差仅1万多元。

全新一代傲跑车身长宽高为4345毫米×1800毫米×1645毫米,轴距为2630毫米。配置上,新车全系标配发动机智能启停、车身稳定控制系统、上坡辅助、胎压监测、紧急制动频闪、电子助力转向系统等配置。

此外,全新一代傲跑还提供领先的DRIVE WiSE智能驾驶辅助系统,包含前方防撞辅助(带行人识别)、智能自适应巡航等功能,以强大的智能装备重塑同级别车型的安全标准。

值得一提的是,东风悦达起亚全新一代傲跑首推“包牌价”购车政策。用户购车即可享受全额购置税补贴、全额保险补贴福利,加上3年免费保养、7天品质无忧承诺、可选质保等新车服务。同时,新车还针对年轻人购车的实际需求,推出灵活多变的“3年内免息”和“5年定额免息”的金融优惠政策,以及“首付20%起,两年开新·保值回购”的政策。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦文/并摄

开放姿态协同共赢 丰田推进电动化全方位提速

作为全球最大汽车市场,中国已成为丰田电动化战略布局的重要市场。丰田希望,在中国为电动化车辆(HEV、PHEV、EV、FCEV)普及、电动化技术发展及深化贡献一份力量。实际上,作为电动化技术储备最为雄厚的车企,丰田汽车一直秉承“只有实现新能源车普及才能真正为环保做贡献”的信念,正通过开放、协同的多种举措,加强与各界合作,推进电动化全面提速。

更加开放多元发展

在电动化领域具备核心技术优势的丰田认为:解决环境问题是企业发展的最重要课题之一。”早在上世纪90年代,丰田汽车便开始电动化技术的研发和推广。从1997年首次量产混合动力车型普锐斯以来,历经20余年,丰田在电池、电机、电控等核心电动化技术上形成雄厚积累,并以混合动力汽车(HEV)为基础,实现插电式混合动力汽车(PHEV)、纯电动汽车(EV)和氢燃料电池汽车(FCEV)全方位电动化发展。

同时,丰田积极推进开发全方位电动化车型,目前全球累计电动化车型销量已超1400万辆,减少超过1.03亿吨CO₂排放。基于“只有实现环保车辆普及才能真正为环保做出贡献”的理念,丰田汽车几乎凭借一己之力引领汽车产业进入电动化时代。

众所周知,全球气候变暖的课题依然紧迫,而电动化汽车的研发需要花费相当多时间与资金。为降本增效、削减排放,需要更多的伙伴统一思想,携手共同推进电动化汽车



的普及。

事实上,丰田正在通过开放核心技术专利等举措,加快电动化步伐。2015年,丰田宣布,向全球无偿提供丰田单独持有的关于燃料电池的约5680个专利,其中包括丰田最新氢燃料电池车型Mirai的1970项关键技术。今年4月,丰田进一步无偿提供持有的关于电机、电控(PCU)、系统控制等约23740项车辆电动化技术专利使用权,助力企业创新、加快行业效率,共同推动未来电动化多元发展。

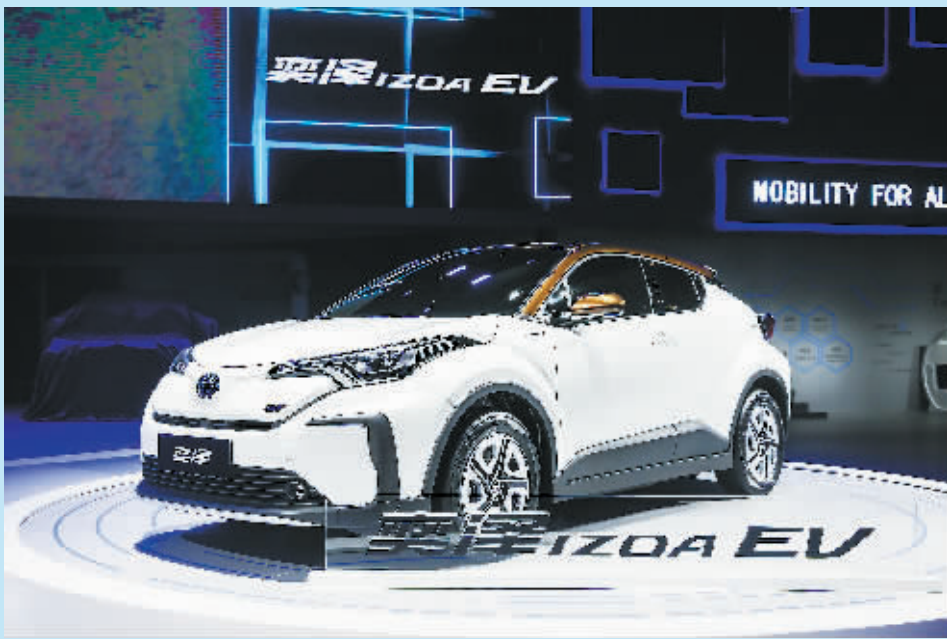
推进产业发展决心

显然,丰田是抱着开放姿态,希望携手相关企业加快汽车电动化普及。中国已成为引领“新四化”变革最重要阵地,今年丰田动作频频,以FC商用车为切入点,积极与各界合作伙伴一起展开相关事业。今年4月,丰田与清华大学成立“清华大学-丰田联合研究院”,开始针对氢能等领域进行研究。与此同时,丰田开始向中国商用车厂商提供氢燃料电池(FC)组件。

实际上,2017年开始,丰田在中国便开始

进行氢燃料电池车Mirai的实证实验,同时以FC商用车为起点,正在同现地企业共同开发。今年4月,丰田向中国商用车厂商提供氢燃料电池(FC)组件的首个合作项目也正式启动。丰田与北汽福田及北京亿华通达成共识,将在北汽福田生产及销售的FC大巴上搭载采用丰田FC电堆等零部件的北京亿华通FC系统。7月,丰田与一汽股份、苏州金龙及上海重塑达成共识,将在一汽股份、苏州金龙生产及销售的FC大巴上搭载采用丰田FC电堆等零部件的上海重塑FC系统。为推动电动化商品及技术在中国的普及,丰田在供应链上也更加开放,首次将中国电池供应商宁德时代和比亚迪纳入电池采购体系,共同开展电池供应及开发合作。

此外,在乘用车领域,9月26日,丰田分别与中国一汽、广汽集团签订战略合作框架协议,在电动化及智能网联领域进一步深化合作伙伴关系,合作重点除推出混合动力车、外插电式混合动力车外,还将致力于推出质优价廉的纯电动车、氢燃料电池车等车型。同时,今年11月,丰田与比亚迪成立纯电动车的研发公司签订合资协议,新公司将于明年在华正式成立,丰田与比亚迪各出资50%。新公



司将开展纯电动车及该车辆所用平台、零件的设计、研发等相关业务。

丰田在华的一系列举措让外界对中国汽车产业电动化发展充满期待,也展示丰田推进电动化产业发展的决心。

“无私”加速电动化普及

如今,丰田正在中国市场积极与产学界合作伙伴一起开展电动化相关事业。丰田以更开放的姿态,与社会各界一起勾勒未来汽车动力新蓝图。

汽车电动化、智能化、网联化、共享化在新一轮科技革命背景下叠期而至,推动汽车产业全面变革升级。站在新一轮科技革命节点,各车企在技术、产品、市场、服务等方面迎来重大机遇,而如何有效转变发展战略和产品策略,更好满足市场需求,成为抢占未来竞争制高点的关键。

但是,目前正处传统汽车向电动化节能产品转型的过渡期,闭门造车一家独大已成为过去式,开放性合作思维逐渐成为先锋,车企联合、跨界深度合作正成为降本增效、实现

汽车行业价值链重构的大共识。丰田认为,汽车产业进入升级转型,车企联合、跨界合作等已成为趋势。

在此背景下,丰田的“无私”让其结识到越来越多新朋友,尤其是在中国这一全球最大的汽车市场和最大的新能源汽车市场。今年是丰田在华战略“实现”之年,电动化布局进一步提速。在华深耕多年,丰田与本土伙伴一起推出双擎、双擎E+等电动化车型,明年丰田量产纯电动车C-HR、奕泽也将率先在中国上市。为推进电动化市场的发展,丰田热情地伸出橄榄枝,不断扩大阵营,拥有技术干货的丰田,也在以开放的姿态推进汽车电动化市场的发展。

按照丰田规划,到2025年将引进10款以上电动车,并在全球实现年销售550万辆电动化汽车(其中包括100万辆氢燃料车和纯电动车)的目标。丰田正在以更开放的姿态,同伙伴一起,深刻改变人们的出行及生活,通过与科技等行业企业跨界合作,通过抱团降低研发成本并加速抢占新技术制高点。同时,丰田这种开放的态度势必增强行业信心,未来产业升级将在电动化技术普及下尽早实现。