



# 豪华品牌：再搏市占率

在国内车市整体下行背景下，随着消费升级，豪华车型已成为车市增长亮点。除奔驰、宝马、奥迪形成的一线豪华品牌阵营相互角力外，沃尔沃、林肯、凯迪拉克等二线豪华品牌也通过发力细分市场车型，欲跻身一线豪华阵营，与BBA一较高下。目前，如何谋求更多市场占有率，已成为各豪华品牌推出新品的重要考量标准。



标志着空前强大的BMW X家族全面‘焕新’，为BMW X之年‘产品攻势注入全新活力。宝马集团拥有强大的品牌和产品，我们正以客户为中心，用创新重新定义豪华。这是我们立足于市场的根本，也是我们开辟未来的基石。”

林肯

## 领航员长轴版国内首秀

林肯全尺寸旗舰SUV领航员长轴版Navigator L在本届广州车展完成国内首秀，新车将于2020年初在国内上市。

外观方面，林肯标志性的星辉式前格栅以盾形图案拱卫中间的百年林肯星辉，让车辆拥有进取而不失沉稳的气质。LED自适应前大灯与双冰球棍式LED日间灯组合成独特造型。一体贯穿式LED尾灯增强夜间行车安全性。

尺寸方面，全新林肯领航员长轴版Navigator L车长5657毫米、车宽2023毫米、车高1934毫米，轴距达3342毫米，无论车身尺寸还是轴距均为同级之最。全新林肯领航员长轴版Navigator L采用三排七座布局，在二排右侧座椅处专为中国消费者配备“老板键”，可一键调节前排副驾驶座椅的位置，以获得更大乘坐空间。动力方面，全新林肯领航员长轴版搭载一台3.5L V6双涡轮增压发动机，最大功率285千瓦、峰值扭矩680牛·米。传动部分，与之匹配10速自动变速箱。配置方面，全新林肯领航员长轴版Navigator L配备全时四驱系统，更集成了eLSD电子防滑差速器、CCD连续可调阻尼悬挂和EPAS电子助力转向系统，同时拥有高达3.9吨的牵引能力。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文并摄

奔驰

## 迈巴赫GLS全球首发

在推出梅赛德斯-迈巴赫S级车型后，奔驰开始谋求百万级SUV增量。本届广州车展，梅赛德斯-迈巴赫GLS车型全球首发，共推出两款车型，官方指导价为103.8万-126.8万元。戴姆勒股份公司董事会成员、负责大中华区业务的唐仕凯表示，本届广州车展奔驰参展阵容中最“硬核”的便是这款全球首发的梅赛德斯-迈巴赫GLS。

据了解，该车型采用奔驰最新家族设计语言与技术，并在现款GLS车身尺寸上有所升级。外观方面，车头醒目的“三叉星徽”立标、迈巴赫经典风格的直瀑格栅、带镀铬的两侧宽大进气格栅、迈巴赫专属细长辐条设计的22/23英寸轮毂均凸显奔驰“至臻豪华”的设计理念。专属双色车漆、镀铬B柱和轮毂及车身上的“Maybach”标识，彰显了它的迈巴赫“身份”。两条贯穿的镀铬饰条搭配两段式LED尾灯，让尾部轮廓更加立体。

内饰方面，迈巴赫GLS可实现多角度电

动调节的多仿型座椅还带上了热石按摩、加热通风功能。其中，头等舱后排双独立行政座椅椅背调节角度可达43.5度。带有7英寸平板电脑的后排尊享套装不仅可用于控制MBUX智能人机交互系统的所有舒适和娱乐功能，还可控制后排舒适组件和后排自动空调。后排座椅娱乐系统包括2个独立的11.6英寸触摸屏，中国车主专属的“应用盒子”可通过车载版百度助手下载流媒体、音乐、游戏、社交、新闻等各种应用。

动力方面，梅赛德斯-迈巴赫GLS车型搭载4.0升V8发动机与48伏智能电机系统相结合，带来410千瓦输出功率和730牛·米峰值扭矩的动力，电机可瞬时输出16千瓦功率和250牛·米扭矩的额外动力。另外，新车还搭载同级独有的脱困辅助系统、智能魔术车身控制系统（E-ACTIVE BODY CONTROL）。

宝马

## 全新X6收官“X之年”

本届广州车展，宝马集团携旗下30余

款车型组成的豪华产品阵容亮相。全新BMW X6迎来中国上市，并持续推进BMW X之年“产品攻势”，作为今年BMW X在中国推出的第6款新车型，全新BMW X6的上市将进一步巩固BMW在豪华SUV细分市场的领导地位。

作为运动型多功能轿跑车SAC细分市场的开拓者，全新第三代BMW X6正式上市。据了解，两代BMW X6车型共获得全球超过44.3万消费者的青睐。在中国，BMW X6自上市以来共销售近9万辆，牢牢占据销量榜首。万众瞩目的全新BMW X6携领先同级的BMW X全新设计语言、现代运动豪华内饰、智能互联科技和动态驾驶性能四大产品优势升级，再次树立细分市场全新标杆，进一步巩固BMW X家族的领先优势。

BMW X6外观设计融合最新BMW X家族和轿跑设计语言，造型运动立体，肌肉感十足。首次应用LED自发光的炫彩光幕格栅，配合X型智能激光大灯及L型动感LED尾灯，使整车熠熠生辉。同级独有的工艺级水晶质感内饰组件、M多功能运动

座椅、个性化定制Merino真皮内饰、Bowers & Wilkins 3D钻石环绕音响系统，外加比上一代车型增大83%的全景星空天窗，令豪华感提升至更高水平。双12.3英寸屏幕加之第七代BMW iDrive操作系统，令智能互联科技领先同级。同时，全新BMW X6也是首批装备阿里巴巴天猫精灵智能语音控制系统的车型。全车25个传感器与摄像头达到同级领先的硬件和技术，能够实现强大的驾驶辅助功能，让全新BMW X6先人一步拥有2级自动驾驶能力。作为一部从诞生就强调性能的多功能运动型轿跑车，它具有同级最优加速性能，0-100公里加速仅需5.5秒。与此同时，拥有岩石、碎石、冰面和沙地四种越野模式并配备自适应双轴空气悬架，提供无与伦比的操控和驾驶体验。

宝马（中国）汽车贸易有限公司总裁刘智表示：我们始终深刻洞察客户需求和市场变化，用出色的产品和服务去满足客户的期望。宝马在过去两年发起公司历史上最大规模产品攻势，每一款BMW新车型的推出都在引领市场风潮。全新X6的上市



2019年以来，广汽本田在产品力和创新营销的双重加持下，总体销售形势良好。数据显示，前10个月累计销量达63.8万辆，同比增长7.18%，发车和终端同比双双正增长。优异销量成绩背后，是广汽本田产品实力的体现，从爆款飞度到实力担当雅阁再到中型SUV冠道，广汽本田在每一个细分市场都拥有爆款车型，并成为该细分市场标杆。

回顾21年发展历程，广汽本田以顾客为本，以丰厚技术储备及强大体系能力为依托，精准把握中国消费者需求。11月22日，广汽本田携Honda、Acura、理念三品牌全系产品闪耀亮相2.2号展馆，其中为广大消费者带来两款极具诚意的车型——VE-1和皓影。广汽本田在产品、技术、服务、营销等领域不断升级，实现自身稳健发展。站在700万辆销量节点，广汽本田将迈入全新发展阶段。

## 皓影强化品牌SUV阵营

本届广州车展，广汽本田全新战略中级SUV皓影BREEZE成为最大亮点。自发布以来，皓影一直为关注焦点。新车采用Honda最新家族设计语言，进一步提高外观辨识度。以

# VE-1携手皓影 广汽本田“双剑齐发”闪耀广州车展



“光和影”为灵感，皓影实现SHARU（锐利鲜明）× ELEGANT（优雅考究）设计美学，羽翼式LED远近光灯与LED光带式组合尾灯首尾呼应，动感光影引人注目。此外，皓影还配备19英寸大轮毂，搭载6种个性车色，充分满足消费者个性化需求。

据了解，新车将搭载满足国六排放标准的全新1.5T DOHC直喷涡轮增压发动机，最大功率142千瓦、峰值扭矩243牛·米；混动版车型将搭载本田2.0升阿特金森循环自然吸气发动机与双电机组成的第三代i-MMD混动动力总成系统。

值得一提的是，中型SUV市场已成为国内车市最大细分市场之一，皓影搭载SPORT TURBO和SPORT HYBRID两套本田王牌动力系统，加速性能和燃油经济性远超同级同排量发动机，将以更丰富的产品序列为中国汽车市场提供多样的出行方案。

目前，广汽本田旗下第十代雅阁、新一代凌派、新缤智、冠道4款重磅车型已组成T动力产品阵营，产品层级涵盖A级、B级轿车及

SUV不同领域。数据显示，截至目前T动力车型累计销量已达364329辆，占总销量的57%。引入同样搭载T动力的皓影，广汽本田将填补缤智与冠道之间的车型空缺，完成从紧凑型到大型豪华SUV的车型矩阵。此外，未来皓影BREEZE混动版车型的上市，也将进一步完善广汽本田构建全系混动家族的战略。在广汽本田冲击百万销量道路上，皓影BREEZE将成为广汽本田新的销量支点。

## VE-1开启纯电SUV新时代

实际上，在广汽本田展台，首款纯电动SUV VE-1成为另一颗亮眼新星。基于广汽本田SUV平台打造的VE-1在外观上延续缤智动感基因。作为小型SUV，该车型首次导入本田SPORTEV技术，电机最大功率120千瓦、最大扭矩280牛·米，0-50公里/小时加速时间低于4秒；采用容量53.6千瓦/时的三元锂电池，NEDC综合工况续航里程401公里。

事实上，近年来广汽本田早已紧锣密鼓

地推动电动化布局。作为先导车型，雅阁锐·混动搭载本田i-MMD先锐混动科技，以优秀环保省油表现和出色驾驶性能，树立汽车行业新标杆。本届广州车展，混动车型成为主角，各大品牌集中发布混合动力车型。而已经完成燃油车型向混动车型平稳过渡的广汽本田，已开始迈入电动化发展阶段，持续引领市场。

VE-1的到来，不仅是广汽本田增加了一款新产品，更加速广汽本田电动化发展进程，同时进一步完善自然吸气、混合动力、涡轮增压和纯电动的最强产品动力矩阵，为消费者带来更丰富产品选择。接下来，广汽本田将以VE-1为电动化事业新起点，持续加强电动化产品布局，助力消费者实现绿色出行梦想。

VE-1在拥有出色产品品质的同时，还为用户匹配全程贴心的售后服务。得益于本田先进EV技术、高规格制造体系和售后服务体系，VE-1让用户安心感与信赖感倍增。

VE-1的上市不仅树立EV市场新价值标杆，也将助力广汽本田电动化发展再提速。

## 3.0服务构建价值输出平台

“脚踏实地做现在，积极布局谋未来”，广汽本田正在进入高质量发展阶段。成立至今，深耕市场21年的广汽本田已拥有700万客户。在整个过程中，广汽本田的产品从只有雅阁，到现在覆盖主流细分市场的完善产品矩阵。广汽本田汽车有限公司副总经理袁小华表示：“我们产品开发是与消费者需求和梦想同步的，这就是‘梦想同行’的角色”。不仅产品加速升级，在汽车消费新时代，广汽本田也积极探索“人与车”的全新关系。本届广州车展，广汽本田正式发布全新服务品牌主张——FUN LINK创享生活，打造3.0服务模式。FUN LINK创享生活以人和车为双核心，包含“Satisfied安心信赖”、“Smart智能便捷”、“Social社交互联”、“Sharing共创共享”四大核心理念，价值输出贯穿整个服务过程。

近年来，广汽本田年轻化战略逐步推进，产品、技术、服务、营销等领域不断升级，以强体系力实现自身稳健发展。站在700万辆销量节点，广汽本田也将迈入全新发展阶段。作为拥有深厚文化的汽车企业，广汽本田始终前瞻行业、着眼未来，以技术驱动企业，用不断迭代的创新产品和服务为客户提供新价值，并与用户共同探索人、车、未来出行的无限可能。此次全新服务品牌的发布，是广汽本田在服务领域又一次具有革新意义的重大举措，服务品牌的升级将为广汽本田企业品牌的升级与发展提供支撑，为汽车后市场树立全新服务标杆。

在产品和服务不断提升下，袁小华表示：“2020年，我们将以技术为核心、以服务为基石，满足消费者多元化需求，向更高的销量目标挑战，实现同比5%以上的增长。”

成立以来，广汽本田始终坚持全方位强化企业发展体质，在品牌运营、产品技术、安全性能、环保布局、渠道建设、品质服务等全领域不断进化。面向下一个百万征程，广汽本田将致力于为顾客提供更多超越期待的产品与服务，满足消费者用车梦想。