

豪华车企冲刺年终排位赛

今年以来,逆势增长的豪华品牌车型销量,成为拉动国内车市增长的主引擎之一。面对消费不断升级,各豪华品牌都不会错失增量机遇。其中,作为国内豪华品牌第一阵营,产品投放节奏相互咬合的BBA(奔驰、宝马、奥迪),将本届北京车展作为主战场。作为三大品牌销量主力的中级轿车,此前奥迪A6L已完成换代,本届北京车展,奔驰E级和宝马5系同时换代上市,为新一轮销量竞争铺路,凯迪拉克、雷克萨斯、沃尔沃等组成的二线豪华阵营也发力上攻。



载2.0T发动机,最大功率为258马力;E350 L车型搭载带有48V微混系统的高功率版2.0T发动机,最大功率为299马力。

事实上,奔驰E级所在的豪华中大型轿车市场一直都是各个品牌的布局重点。今年8月,国内豪华中大型轿车市场销量环比增长4.1%,其中宝马5系、奔驰E级、奥迪A6L的销量均超过1.5万辆,3款车型市场份额合计高达77%。数据显示,今年8月,奔驰E级在华销量为1.6万辆,同比增长24%,环比增长5%,高于1.57万辆的GLC级和1.47万辆的C级。

根据计划,今年奔驰将在华推出18款新车,除全新E级,还包括迈巴赫GLS、全新GLE轿跑SUV、全新GLA、GLB1.3T低功率版等。电气化方面,奔驰预计到今年年底将推出5款纯电动车型和超过20款插电式混合动力车型。

奔驰加码中大型轿车市场

本届北京车展,奔驰携多款新车型登台亮相,其中最受关注的为车展前夜上市的全新奔驰E级。作为E级车历史上变化最大的中期改款新车型,全新奔驰E级此次共推出12款车型,提供普通版和运动版两种不同外观,厂商建议零售价格区间为43.08万-64.28万元。

作为中期改款新车型,全新奔驰E级外观与现款车型差异不大。尺寸方面,全新奔驰E级车长从现款的5065毫米增加至5078毫米,车宽、车高以及轴距均与现款车型保持一致,分别为1860毫米、1490毫米、3079毫米。动力方面,全新奔驰E级E260 L车型搭载带有48V微混系统的1.5T直列四缸发动机,最大功率为184马力;E300 L车型搭

宝马i4概念车明年量产

本届北京车展,宝马首款纯电动四门轿跑概念车i4首次亮相。据了解,宝马i4将搭载第五代eDrive电力驱动技术,能够提供530马力的最大输出功率,百公里加速仅需约4秒钟,续航里程达到600公里(WLTP工况)。量产版本将于明年在宝马集团位于慕尼黑的工厂启动生产。

宝马方面表示,到2023年年底,宝马集团将在全球市场提供25款新能源车型,其中超过一半为纯电动车。到2030年,宝马集团的目标是在全球完成交付700万辆纯电动车。

除布局纯电动市场,本届北京车展,宝马新款5系也正式上市。据悉,新车推出包括长轴距和标准轴距在内共计17款车型,

官方指导售价为42.39万-60.39万元;其中长轴距车型是专为中国市场和消费者打造的车型。

作为中期改款新车型,新车在外观方面采用宝马家族最新设计语言,前脸与新款BMW 3系高度一致。动力方面,新款BMW 5系将分别搭载高低功率两种版本2.0T发动机,最大功率分别为150千瓦(204马力)和206千瓦(280马力),并全系标配48V轻混系统。

此外,新款BMW 5系Li配备全新一代数字钥匙,适用于iPhone和Apple Watch,此外还支持Apple CarPlay、百度CarLife、智慧停车、航班助手等丰富功能。

奥迪e-tron纯电再添“新丁”

基于MEB电动车模块化平台开发的首款奥迪电动车型奥迪Q4 e-tron概念车,在本届北京车展完成亚洲首秀,奥迪方面透露在2022年该车型将由一汽-大众奥迪实现量产。

据悉,奥迪Q4 e-tron概念车是紧凑型四门SUV,基于MEB平台打造,并搭载两台电动机,配备奥迪Quattro电动四驱系统,官方称百公里加速时间为6.3秒,整车续航里程可达450公里以上。随着未来Q4 e-tron的量产,奥迪的e-tron家族将再添“新丁”。

此外,奥迪e-tron国产版、奥迪e-tron Sportback同样在本次北京车展首发,这也意味着,在新能源车领域奥迪已经开始全面发力。按照奥迪的规划,到2025年将在全球市场推出20款纯电动车,计划使新能源车销量达到总销量的40%;此外还将有一系列车型采用奥迪经典车身布

局设计,该系列将涵盖从紧凑型到豪华级车型的所有相关细分市场。

一汽-大众奥迪销售事业部总经理石柏涛表示:“奥迪在华未来‘黄金十年’的重点是电动化战略,我们一直在讲未来十年将是电动化之年,电动化战略也是奥迪品牌的重要抓手。未来,电动化和智能互联是我们的两个支柱,我们希望客户能够以奥迪品牌为载体,实现24小时的互通互联”。

沃尔沃纯电SUV启动盲订

旗下布局多款插电式混合动力车型的沃尔沃,本届北京车展携全系电气化车型的RECHARGE产品序列亮相。同时,沃尔沃汽车正式发布旗下首款纯电动汽车SUV XC40 RECHARGE,并通过官方直售启动盲订。

据悉,XC40 RECHARGE的电池管理系统可实时监测多个模组电压与温度节点,确保每个电芯模组的一致性与安全性。拥有电池包防撞安全区笼式高强度铝框架、重新设计的溃缩区、横向加强铝杆,多重措施加强对电池的保护。新车采用前后双电机,最高功率可达408匹,百公里加速时间4.9秒。此外,XC40 RECHARGE的车机系统的内核与手机打通,支持高德地图导航、科大讯飞语音识别、天猫精灵、华为应用市场等实用软件,支持OTA空中软件更新。

沃尔沃方面表示,随着XC40 RECHARGE的推出,沃尔沃也建立起一个由插电式混合动力和纯电动组成的RECHARGE产品体系,让企业全面电气化战略在中国进入全新的发展阶段。同时,新车将采用官方直售的创新商业模式。

北京商报记者 刘洋 濮振宇 刘晓梦
图片来源:企业供图



近日,在2020北京车展上,丰田首次展示象征着新四化的“e-Palette”实车、丰田品牌首款量产纯电动车型C-HR EV/奕泽 E进擎和全新FCEV“MIRAI Concept”等电动化车辆。同时,作为奥林匹克与残奥会全球合作伙伴,丰田还宣布助力北京2022年冬奥会和冬残奥会的最新举措。事实上,无论全面电动化的选择,还是牵手冬奥会的决策,背后都映射出丰田在华30年始终未变的初心,丰田一直在努力成为一家为中国消费者量产幸福的“当地最好的企业”。

全面电动化 加快推进环保事业

为实现社会可持续发展,丰田坚持“环保车只有实现普及才能为环境做贡献”的理念,并在1997年上市销售世界首款量产HEV“普锐斯”。此后,通过HEV开发过程中的长年积累,丰田成为唯一拥有包含HEV、PHEV、EV、FCEV在内全方位电动化产品开发的汽车厂家。

在中国,丰田希望与合作伙伴一起为实现中国的环保社会做出努力。2001年至今,丰田共向中国导入20余款HEV车型,今年9月中旬,HEV车型在华累计销量超过100万辆。

今年春天,丰田在中国首次推出丰田品牌量产纯电动车型C-HR EV/奕泽 E进擎和雷克萨斯UX300e。未来,丰田计划以导入C-HR EV/奕泽 E进擎为契机,在中国构筑全新EV商业模式,并到2025年在中国推出10款纯电动车型。

值得注意的是,丰田在华的努力并非单打独斗,而是与中国企业拧成一股绳,共同努力推进电动化技术普及。去年,丰田与长期合作伙伴一汽、广汽、新中源深化合作关系;同时也与亿华通、北汽福田、重塑、金龙、宁德时代、比亚迪等伙伴开展良好合作。

除导入电动化车型,丰田还在本届北京车展设置FCEV氢燃料电池技术展示区,详细介绍丰田与5家合作伙伴共同开展的商用车燃料电池系统开发等相关举措。丰田方面表示:“独乐乐不如众乐乐”,希望在氢能领域不断扩大朋友圈,通过与各方积极合作,为各地氢能产业链的形成做出一份贡献”。

牵手奥运 让未来社会更美好

北京2022年冬奥会和冬残奥会,是中国人民举国期待的盛事,丰田同样没有缺席这一盛典。作为国际奥委会及国际残奥会全球合作伙伴,丰田面向北京2022年冬

残奥会和冬残奥会已发布北京2022年冬奥会和冬残奥会联合LOGO。

丰田与奥运结缘绝非偶然,而是源自企业理念与奥运精神的有机反应。如果熟悉丰田的历史不难发现,这家企业擅长运用人的智慧与热情将“不可能”变为“可能”,从而攀登一座座高峰,而这与“永无止境的挑战和超越国界的团结”的奥运及残奥精神有着相通之处。

自创业以来,丰田始终秉持“通过汽车创造富裕社会”的企业理念发展至今。漫长历史中,挑战一个又一个的“不可能”,先后推出全球首款量产混动汽车PRIUS普锐斯和量产燃料电池车MIRAI未来。

2015年,丰田又提出“通过体育运动构建和平、平等的社会”;并于当年成为奥运会与残奥会全球合作伙伴。如今,汽车产业正在迎来百年一遇的巨大变革,丰田牢记“要让未来的移动社会更加美好”的初衷。2017年,丰田汽车公司启动企业挑战“START YOUR IMPOSSIBLE”,它包含“让每一个

人都能够自由出行”这一丰田作为移动工具公司未来挑战的新方向。

丰田社长丰田章男曾表示:“我们必须颠覆对汽车的传统定义,必须创造新的移动工具。同时,最为重要的是,我们必须超越自己划定的界限。这与在体育世界中,运动健将们‘不断挑战并突破自我极限和人类极限’不谋而合。我们期待奥运会和残奥会能促使与丰田有关的每个人勇敢地超越自己的极限”。

除发布联合LOGO,丰田也在本届北京车展宣布,赞助支援中国单板滑雪大跳台和坡面障碍技巧队,这是一支由年轻人组成的队伍,他们从没有经验到不断挑战自己,蜕变成长,丰田希望能与他们一起共同挑战,共同进步。

另外,丰田还宣布,正在与可口可乐中国、英特尔(中国)有限公司、中国联通、首钢集团等北京2022年冬奥会和冬残奥会的其他合作伙伴积极共同探讨使用e-Palette提供相关移动出行服务,为北京2022年冬奥会和冬残奥会的顺利举行以

从车展到冬奥 丰田在华30年不忘初心



及科技奥运理念的贡献力量。

造物即育人 协助培养优秀人才

从在华全面电动化到助力北京冬奥,无不体现出丰田对中国的重视。早在丰田章男任第一位中国本部长期间,他就曾反复强调“我们的目标不是成为世界第一,而是成为当地最好的企业”、“让我们建立可以相互言谢的关系”。

很多人都不知道,最初进入中国开展事业时,丰田首先创立的不是工厂,而是培养技师的学校。如今辽宁金杯技师学院的前身,正是1990年丰田成立的中国汽车工业丰田金杯技工培训中心。

1991年6月,在中国汽车工业丰田金杯技工培训中心竣工仪式上,时任丰田社长丰田章一郎曾说:“丰田自创业以来,一直重视‘造物即育人’理念,即首先要培养担当造物重任的人。秉承这一理念,丰田将协助中国培养优秀的造车人才。”

在丰田看来,面对即将到来的汽车产业发展大时代,必须打好汽车产业基础。为此,必须培养具备造物智慧和技能的“人才”。而丰田能为中国汽车产业发展所做的贡献即是育人,这也正是丰田在中国开展事业的“初心”。

创办初期,一年培养100名左右学生的中国汽车工业丰田金杯技工培训中心,目前已成长为拥有4000名在读学生的学院。截至目前,共计输送3.5万名毕业生,现在他们以汽车行业为主,分布在各行各业支援中国制造业的发展。今年学院建校30周年之际,丰田章男送上自己的祝福——“不忘初心”,“造车即育人”是丰田的“初心”。

欲流之远者,必浚其源泉,无论是一个人还是一家企业,只有不忘初心,才能走得更远。当丰田的“初心”来到中国,便化作一种生根发芽的亲密羁绊。在30年发展历程中,丰田不断融入中国市场,并坚持回馈中国市场,推动中国汽车行业发展,努力成为一家为中国消费者量产幸福的“当地最好的企业”。