

## 一汽丰田皇冠亮相抢豪车市场份额

## 日系品牌高端化谋求多路径突围

近年来,越来越多的自主品牌车企提出了高端战略,但进行得并不顺利。国内自主品牌代表如奇瑞、吉利、比亚迪,均是以中低端车型切入市场,并在该细分市场获得了不小的市场份额。在合资企业车型价格逐渐下探、中国车市消费结构不断升级的背景下,自主品牌开始纷纷推出高端战略,但由于品牌力不足,不被消费者认可的案例比比皆是。

仔细分析不难发现,一汽丰田打造皇冠也面临着和品牌定位进一步提升的问题。据了解,1964年丰田汽车向中国出口的第一款轿车就是皇冠。2005年,第十二代皇冠在一汽国产,凭借着出色的舒适性和具有竞争力的售价,皇冠卖出了20万辆的出色业绩。在当时的公商务车市场,皇冠有着与如日中天的奥迪A6分

庭抗礼的实力。但是,随着市场的发展,高端车型的选择越来越多,以奥迪、奔驰和宝马为代表的豪华车开始频频推出价格更低的新车型,这让定位老化的皇冠渐渐失去了原来的优势。

“跨国企业和自主品牌一样,为了充分挖掘各个细分市场的潜力,除了豪华车,也需要推出高端车型。”汽车分析师贾新光认为,但如果想取得成功,这些

高端车型必须抓住细分市场的发展趋势。以东风日产为例,去年底,天籁的高端车型新一代天籁公爵上市,新车与天籁最大的不同在于轴距加长125mm。此外,天籁公爵还享受4年/10万公里免费保养服务。这样的定位,让消费者马上接受了天籁公爵。

与东风日产不同,皇冠此次选择了年轻化的定位,作为重新赢得消费者关注的

砒码。全新皇冠在广州车展亮相后,全新的设计获得了一致点赞,年轻、华丽、动感成为评论中出现频率最高的字眼。一汽丰田总经理姜君指出,全新皇冠最大的革新之处就在于整体风格的年轻化,这种变化不仅仅局限于外观、内饰的设计。全新皇冠还将以2.5L自然吸气和2.0T直喷涡轮增压发动机两种动力组合,满足年轻社会精英日益多元化的用车需求。

“消费者在购车时,最先关注的就是这车属于哪个品牌,品牌的好坏至关重要。所以车企在高端化战略上就必须摒弃急功近利的思想。”贾新光认为,目前日系品牌推出高端车型的目性很明确,让自己在品牌和销量上有一个质的提升,但这需要时间,不能急功近利。

北京商报记者 钱瑜

## · 简讯 ·

## 东风标致308S公布动力总成

让国内无数车迷翘首以盼的“王牌钢炮”东风标致308S在今年的广州车展上震撼亮相,正式公布其动力总成,同时宣告将以“超级智能运动型车”的产品定位登陆国内市场。东风标致308S集东风标致澎湃的动力总成、先进的智能配置、标致最新设计理念和精致工艺于一体,将开启中国车市超级智能运动的全新时代。东风标致308S动力表现无可挑剔,新车搭载1.6THP、1.2THP两款高性能发动机,并有1.6L自然吸气版本供消费者选择。“T+STT”高效动力组合的引入,不仅引爆速度与激情,还完美平衡了用户对强大动力和更低油耗的双重要求。

## Acura TLX诠释新品牌口号

高性能豪华轿车Acura TLX日前在广州车展发布上市。作为Acura(讴歌)全新品牌口号“专注驰骋”的完美诠释者,TLX搭载业界领先的PAWS和8速双离合手自一体变速器,拥有随心而动的运动与操控性能。TLX拥有豪华版和精英版两款,售价分别为43.9万元和38.98万元,也享受4年或10万公里的免费保养和保修服务。TLX的产品口号是“盛装舞步”,盛装代表了TLX先进的技术和丰富智能的豪华配置,舞步则代表了激情的驾驭和易动随心的操控。

## 哈弗H9越野精英挑战赛启动

哈弗旗下冲高力作,全地形七座SUV哈弗H9在广州车展首日启动了越野精英挑战赛。刚刚上市的哈弗H9是一款全地形、全尺寸七座SUV,售价22.98万-27.28万元,采用非承载式车身和SUV专业底盘、悬架系统,匹配2.0T汽油发动机+采埃孚6速手自一体变速箱,最大功率160千瓦,最大扭矩324牛·米。此外,全地形控制系统、博格华纳的双速TOD智能四驱、座椅通风+加热+按摩、驾驶员状态检测系统等丰富高端的智能科技系统覆盖哈弗H9整个行车过程,突破了自主SUV装备配置的瓶颈。

## 比亚迪汽车发布“智战略”

比亚迪针对燃油车体系在广州车展上发布“智战略”,旨在向外界表明其燃油车的未来发展方向。“智战略”与新能源汽车的“542技术”将共同构成比亚迪双驱战略形成合力之势,为比亚迪品牌带来深远影响力。比亚迪“智战略”以用户需求、驾乘者体验为导向,充分发挥垂直整合优势,实现技术的集成创新与快速搭载,给用户带来便利、舒适、安全的用车生活。具体来说,“智战略”包括智能车联、智能驾驶、智能安全三个方面,三者相辅相成,为用户提供综合智能驾驶解决方案。

北京商报记者 刘洋/整理

## 福田汽车印尼交付新能源车

近日,福田汽车与印尼公交主管部门、雅加达公交运营方,三方在印尼首都雅加达就《雅加达市新能源公交车解决方案合作协议》举行签约仪式。同时,“印尼泗水港75台CNG欧曼重卡采购签约仪式”及“福田汽车新能源产品系列交车仪式”等活动也一并举行。

印尼泗水港口二期开发项目,将新建单独集装箱码头。受印尼国家环保动力政策推动及油价持续攀升影响,泗水港务局决定使用CNG牵引车承担新港口集装箱转运业务。项目计划投入车辆600辆,第一批2014年采购100辆;第二批2015年采购200辆;第三批2016年采购300辆。目前,首批25辆已采购完毕,已于2014年5月抵达泗水。

基于政策及市场环境影响,印尼未来几年CNG产品将有很大的开发空间。而泗水港口协会项目是印尼国家第一批采购的CNG车。在福田第一批25辆CNG车辆到达泗水后,吸引多批潜在客户奔赴印



尼泗水港口查看福田车辆,极大提升了福田汽车在印尼的知名度。伴随着该项目运行成功,将带动雅加达港口协会物流车辆的切换。目前雅加达港口协会拥有7万辆车,福田汽车将有很大的发展空间,并成为该市场的领导者。

随着《雅加达市新能源公交车解决方案合作协议》的签订,福田汽车将为雅加达市提供绿色公交一体化、清洁能源公交车助力环境治理等在内的一系列公共交通解决方案。从单纯的产品出口,到向海外市场提供全方位的绿色交通解决方案,福田

汽车迈出了海外战略与众不同的一步,更为我国汽车企业国际化带来了全新的启示。

其实,今年7月14日,福田汽车就曾联合北京市交通管理部门与肯尼亚的内罗毕市政府签署过内罗毕公共交通改善项目的合作协议,依托各方力量为内罗毕市政府公共交通系统改善提供公交车辆配备、公共交通规划、运营管理等方面的系统解决方案。

作为印尼首府,雅加达是东南亚规模较大的城市,但公共交通系统建设相对落后,而对于节能与

新能源汽车的利用方面更是薄弱。福田汽车是2014APEC会议车辆赞助商,福田欧辉节能与新能源汽车为北京的“APEC蓝”做出了积极贡献。此次,福田汽车与雅加达市政府签署新能源公交战略合作协议,不仅是产品层面的输出,更是系统解决方案的深度探索和合作。对于福田汽车自身而言,此举的意义不仅仅开拓了市场,更重要的是,通过与当地政府进行深层次的合作,最大限度地把技术和产业带过去,从而实现双赢或多赢,将车企国际化的内涵提升到更高层次。

印尼是福田汽车未来国际化拓展的重要市场。福田汽车2020战略中提出在印度、俄罗斯、印尼、巴西、墨西哥五个国家建设属地工厂。这不是建立简单的KD工厂,而是进行产业化投资,最终实现完全本地化生产。此次,福田汽车在印尼的系列市场行动,不仅为汽车行业提供了经验,也是福田汽车国际化方面的又一次深度试水。北京商报记者 刘洋

## 东南汽车战略级SUV定名DX7博朗

广州车展发布会上,东南汽车历时三年全新开发,东南汽车历时三年全新开发,依欧洲高标准造车工艺量身打造战略级SUV首次亮相。福汽集团暨东南汽车董事长廉小强公布了DX7的中文名——博朗。东南汽车总经理左自生在介绍DX7博朗设计理念时表示,DX7博朗是东南汽车首次采用了自身主导,整合国际技术平台的正向开发模式,它集结了欧洲造车

理念、三菱国际品质标准及世界级安全技术。

品质方面,东南汽车坚持国际高品质造车工艺和标准,严格参照三菱最严苛的标准展开了极限环境测试,1.2万公里强化环路测试,24小时不间断高环测试(不低于600循环),55°C吐鲁番高温测试,-30°C黑河高寒测试及海拔4700M高原测试,DX7的综合素质经受了最大限度

的考核。极端条件下DX7的冷热启动、怠速稳定性、爆震等方面成绩都相当不错。安全方面,东南汽车采用五星安全标准设计,与世界顶级汽车零部件供应商合作,带来了分段溃缩式安全车身设计、座椅安全气囊等主被动安全配备,最大限度保护行人及车内驾乘人员的安全。

近年来东南汽车自主研发的新品层出不穷,从

两年前陆续推出的V5菱致及V6菱仕,再到今天DX7博朗的诞生,东南自主品牌产品力已实现了质的飞跃。据介绍,以DX7博朗为起点,东南汽车精品战略已经开启,产品开发格局将进一步提升,携手高端的国际公司,打造更多精品。据悉,东南汽车下一款小型SUV已列入开发日程,不久后就会与消费者见面。

北京商报记者 刘洋