

新概念 | 引领设计潮流走向

概念车不仅引领汽车潮流,更是各车企未来发展的风向标。如今,概念车已经成为最新技术与最新设计元素登台亮相的最好载体,因此,在本届广州车展上亮相的概念车,既有量产度很高的车型,也有美轮美奂展示设计潮流的纯“概念”之作,消费者能够从中看出各个品牌的未来走向。

自主品牌发力高端

随着自主品牌在研发能力上的不断加强,本届广州车展,自主品牌概念车成为展场中的一大亮点。上汽荣威、广汽传祺等自主品牌均以全球首发的形式,推出了自身品牌的概念车型,并直接瞄准高端市场。

上汽荣威品牌将全新概念车命名为Vision-R。据了解,该车型定位为轿跑车,以满足年轻消费群体的个性化需求。据透露,上汽荣威Vision-R的外观设计,也揭开了荣威新一代设计理念“律动设计”的序幕,将引领后续荣威量产车型以及中国汽车未来的设计方向。上汽集团技术中心设计部总监邵景峰表示,荣威Vision-R是一个重要转折点,未来荣威的设计理念将从“自信式优雅美学”升华到“律动设计”。

在上汽荣威将概念车定位于轿跑车市场的同时,广汽传祺的EVCoupe概念车



不仅也布局该市场,而且将其设计为纯电动车型,未来将发力新能源车细分市场。广汽传祺EVCoupe采用了Coupe线条设计,配合较高的车身,看起来极具运动感。新车搭载一套纯电动系统,0-100公里加速时间9.8秒,最大续航里程大约240公里。

此外,面对国内高端MPV市场合资品牌独大的局面,广汽传祺在本届广州车展上推出了i-Lounge概念车。该车定位于7座MPV车型,采用“2+2+3”式的座椅布局,i-Lounge概念车有望成为未来广汽传祺MPV车型的设计方向。广汽集团执行董事、广汽乘用车总经理吴松透露:“未来广汽传祺i-Lounge的量产MPV车型将上攻高端市场。”

车型定位切入细分市场

在自主品牌规划未来设计方向的同时,宝马、马自达等国外品牌的概念车则

直接指向国内细分市场。

本届广州车展上,马自达在国内首发“越KOERU”概念车。据了解,未来该车型将切入跨界SUV细分市场,量产车型的定位将在CX-5之上。马自达“越KOERU”概念车前脸采用马自达标志性的通形进气格栅,整体设计较为低矮,从而营造出强烈的轿跑车风格。此前,有消息称,与马自达“越KOERU”相似的量产版车型已经在国内进行路试,将很快投放市场。

与此同时,宝马在本届广州车展上推出的Compact Sedan概念车,同样瞄准了国内细分市场。新车型定位于豪华紧凑型运动轿车,或将是下一代1系三厢版的雏形。目前,国内豪华紧凑型轿车市场竞争异常激烈,奔驰A级、一汽-大众奥迪A3以及即将在国内投放的英菲尼迪QX30均期望在该市场中提升份额,宝马

Compact Sedan概念车量产后将,将以差异化布局紧凑型运动轿车市场,与宝马1系、华晨宝马3系共同征战30万元区间豪华车市场。

德系概念车为量产铺路

车展上的概念车多是体现未来设计语言,或是量产车型的雏形,但本届广州车展上,大众、奥迪等德系车企展出的概念车,则量产度很高,更像是为量产铺路。

奥迪展出了新一代TTS敞篷版、TT Sportback以及奥迪R8 LMX三款概念车。其中,奥迪全新TTS敞篷版与全新TT如出一辙,新车仅需10秒就可以将织物棚顶开启或者关闭,可以在时速低于50km/h时开合,全新的复合材质支撑结构使敞篷部分比上一代轻了3公斤。奥迪R8 LMX最大亮点在于使用了激光技术的远光灯。同时,奥迪TT Sportback采用四门设计,更加符合国内消费者对于车辆空间的需求。

同时,大众推出的Tiguan GTE,延续了海外版新一代途观的整体轮廓,仅在细节方面有所调整。在纯电动(E-Mode)模式下,该车可续航50km,在混动模式下的综合油耗仅为1.9L/100km。此外,大众Tiguan GTE车顶配备太阳能充电系统,该系统在欧洲南部阳光充足的地带,可续航1000km。业内人士表示,国内车市竞争日益激烈,目前国外品牌均在缩短车型从研发到投放的时间,以最快的速度占领国内市场。

双擎首秀羊城引爆展场 将投放更多新能源车型

丰田“年轮式”经营 深耕中国市场

近年来,中国车市增速持续放缓,而在诸多利好政策的刺激下,新能源车却成为国内车市新的增长点。本届广州车展,新能源车型成为各大展台上的亮点,其中以“双擎”技术独步市场的丰田,在31款参展车型中,近一半为新能源车型,卡罗拉双擎、雷凌双擎一经亮相,便成为展场上的焦点。

丰田汽车中国本部长大西弘致表示:“丰田就像一棵以自己的节奏不断夯实每一圈年轮的大树,寻求扎实地成长、稳健地发展。接下来,卡罗拉双擎与雷凌双擎将成为驱动丰田在中国市场继续成长的动力。未来,丰田还将继续在中国市场扩展混合动力产品线。”

双擎车型订单逾8000辆

众所周知,作为华南市场的“大本营”,丰田车型在广州极具人气。本届广州车展,今年10月底刚刚上市的丰田国产混合动力汽车卡罗拉双擎、雷凌双擎,首次在羊城亮相便成为关注焦点。一位在车展参观的消费者表示:“由于不存在里程焦虑,因此一直想买一辆混合动力车型,卡罗拉双擎、雷凌双擎亲民的售价非常有诱惑力,现在纠结的是不知道两款车该如何选择。”

与此前国产的丰田普锐斯等车型高高在上的价格相比,卡罗拉双擎与雷凌双擎的售价被拉低至与传统燃油车型相同的价格水平。而国产油电混合双擎动力总成采用了多项丰田最先进的技术,使卡罗拉双擎和雷凌双擎的油耗达到4.2L/100km;在日常驾驶中,最常见的20km/h-50km/h的加速区间,双擎需3.1秒。亲民的售价、优秀的节油表现以及出色的动力性能,让卡罗拉双擎与雷凌双擎上市后便获得了积极的市场反馈,截至目前,卡罗拉双擎与雷凌双擎已实现了8000辆的订单。

应该说,从2005年普锐斯被引入中国,到卡罗拉双擎、雷凌双擎上市后的备受追捧,丰田用十年时间让双擎混合动力技术扎根中国。大西弘致表示,丰田十年磨一剑,随着“油电混合双擎动力总成”实现国产,在保证品质的同时进一步降低了购买门槛,丰田相信越来越多的中



卡罗拉双擎



雷凌双擎

国消费者会在真实体验中感受到“双擎”的魅力。

稳扎稳打才能经历风雨

为了能让更多中国消费者喜爱丰田油电混合双擎动力技术,自去年开始,丰田以“我有双擎 步步向前”为核心沟通概念,通过线上互动与线下体验,开展了大规模的市场推广活动。今年4月起,国际知名创作型歌手泰勒·斯威夫特搭档钢琴巨星李云迪共同出演丰田双擎广告大片,向广大消费者呈现出两种才艺的完美混合。

在大西弘致看来,丰田就像一棵以自己的节奏不断夯实每一圈年轮的大树,寻求扎实地成长、稳健地发展。现如今,丰田品牌和雷克萨斯品牌的混合动力车型已经达到10款,今年也可以说是丰田一鼓作气普及混合动力“混合动力元年”。

在双擎车型与传统汽油车型共同发力下,丰田正按照自己的节奏出击中国车市。大西弘致表示:“由于众所周知的原因,今年丰田在华的产能受到了考验,但‘年轮经营’正是指导这棵大树扎实成长、稳健发展的企业理念。‘年轮紧密,才能经得住风雨’,今年丰田预计可以完成年度110万辆的销售目标,同时在事业发展、新商品投入、社会贡献等方面取得了切实的进展。”同时,大西弘致

透露,将分别在一汽丰田和广汽丰田建立新的生产线,着力打造“更具竞争力的全新工厂”,为今后导入最新开发的TNGA模块化平台做好准备。

积极分享混合动力技术

目前,纯电动及插电式混合动力车型已成为国内新能源车的销售主力,但作为时下新能源车最佳解决方案的双擎动力技术,外界认为丰田对双擎技术的技术封锁,成为该技术大面积推广时的障碍之一。对此,大西弘致回应称:“丰田正在积极进行双擎动力技术专利的开放工作。”

据介绍,从丰田双擎动力系统的特征上看,很多专利都是关于整体控制方面的技术,把其中某一部分进行公开,操作起来相对困难。因此,在双擎动力国产化过程中,丰田一直采用与本地资本企业成立公司的方式制造相关零部件,这些公司所生产的零部件也会积极地提供给它其他的汽车企业。

大西弘致认为,丰田在对待混合动力技术专利方面绝对不是一种吝惜的态度,虽然不像在燃料电池汽车领域声势浩大地去宣布开放相关专利,但丰田实际上在混合动力相关技术开创领域,也是通过各种各样的方式和现在的企业进行各方面的协作和配合。