

聚焦广州车展

# 战略:抢占车市增长制高点



购置税减半政策的不确定性以及油耗与新能源积分并行管理规定的出台,对于各车企而言,都是即将面临的市场考验。而在11月18日开幕的广州车展上,各车企也纷纷发布全新的战略规划,在智能互联与电动化以及移动出行方面发力,为市场增长寻求更大的推动力。

## 大众:开拓未来移动出行

本届广州车展开幕前夕,大众(中国)发布最新举措,将进一步开拓移动出行未来,重新定义“汽车企业”的含义。同时,大众汽车品牌还通过I.D.概念车的亚洲首秀,展现出对汽车未来的愿景。据了解,2020年,以I.D.为代表的大众汽车品牌全新电动车序列将在中国实现本土化生产。在移动出行领域,大众(中国)还先后与多个商业伙伴达成了潜在战略合作意向。同时,大众汽车将借助MEB创新平台大幅增加电动汽车的续航里程,并通过与江淮汽车的合作,基于现有成熟平台,合作研发出更多具有竞争力的纯电动汽车产品,成为电动汽车领域的先驱。

## 丰田:全面践行可持续发展

近年来,中国汽车产业持续快速发展,领跑全球。中国丰田顺应趋势,全面推进创新变革和自我挑战,增强企业的核心竞争力。在今年广州车展新闻发布会上,丰田汽车公司专务、中国本部长、丰田汽车(中国)投资有限公司董事长大西弘致表示:“丰田与合作伙伴一起不断向中国导入可持续发展的产品和技术,同时通过推动销售和和生产事业的结构改革,与产业链上的所有伙伴们携手共同推进持续发展,从而为消费者提供更加好的产品与服务,为中国汽车产业做出更大贡献。”

## 上汽:跑步进入互联网时代

11月18日,上汽集团与阿里巴巴再度携手发布“全球首款量产互联网家轿”荣威i6,并展出“蓝芯”动力和“绿芯”混合动力两个版本。荣威i6聚焦“品质”战略,具有世界级汽车设计、世界级动力科技和世界级互联网应用,并拥有同级轿车中最佳风阻系数0.25,将带领用户跑步进入互联网汽车时代。据悉,上汽与阿里巴巴集团两强联手,荣威i6得以搭载最新一代智能互联系统,真正开启互联网汽车的2.0时代。作为全球首款搭载世界级“蓝芯高效动力”、“绿芯新能源”和“智能互联系统”三大引擎的产品,荣威i6的诞生意味着荣威将引领汽车工业进入高效清洁内燃机动力、新能源技术和智能互联科技并重的“三擎时代”。

## 沃尔沃:开启工业制造4.0

本届广州车展上,国产沃尔沃全新S90长轴距版正式发布预售价格,这标志着沃尔沃在中国市场的布局进入新阶段。与其他品牌在中国实行的“国产化”不同,沃尔沃全新S90长轴距不仅供应国内市场,还将出口全球高端市场。事实上,早在2011年2月,沃尔沃就启动了“中国成长计划”,得益于领跑工业4.0时代的强大实力,未来沃尔沃大庆工厂还将承接欧洲生产的标准轴距S90车型生产任务,成为沃尔沃全球重要旗舰车型制造基地,服务全球高端市场,开启中国制造的新纪元。

## 捷豹路虎:展现前瞻电动科技

捷豹路虎和奇瑞捷豹路虎以多款车组成强大阵容,在今天的广州车展上向消费者全方位展示实力。基于对中国汽车市场的信心,奇瑞捷豹路虎宣布了将稳步推进二期产能扩建项目的计划。捷豹和路虎这两大标志性英伦品牌,拥有一系列极富个性、造型时尚和性能卓越的车型,一直致力于为全球消费者提供超凡的驾乘体验。本



## 广汽本田:FUNTEC技术车型集结

广汽本田旗下搭载FUNTEC技术的全系车型在今年广州车展上悉数集结,除了冠道(AVANCIER)、新雅阁(Accord)锐混动、奥德赛(ODYSSEY)福祉车,还包括搭载Honda SENSING安全超感系统、Honda CONNECT智导互联系统的新雅阁(Accord),以及新凌派(CRIDER)、缤智(VEZEL)、全新奥德赛(ODYSSEY)、2016款飞度(FIT)等,而首款合资自主品牌产品理念S1也同台展出,涵盖A0级、A级、B级、MPV、SUV等各个细分市场领域,为消费者带来最丰富的移动出行选择。

## 广汽三菱:全新企业标识揭幕

今年广州车展首日,广汽三菱隆重推出全新企业标识,据悉,该标识将运用到企业经营管理、对外传播各个领域。在品牌塑造层面,全新企业标识表现了对三菱汽车悠久造车历史的传承,也传递出与广汽集团“至精志广”品牌核心一脉相承的企业价值观,有助于提升消费者对广汽三菱品牌的认知和联想。作为广汽集团重要的一员以及三菱汽车在华事业核心,广汽三菱将依托广汽集团和三菱汽车良好的发展势头,让双方的合作更加紧密,凭借四年来奠定的坚实基础,广汽三菱股东方正式迈入了平等互信、共赢发展的合作黄金期。

## 华晨金杯:发布“全能合伙人”计划

中国商用车界传奇王者金杯品牌在今年广州车展首日率领全新第七代商用车金杯新快运于华南地区上市,并正式发布“全能合伙人”计划。该计划旨在从新时代创业者人车生活的角度出发,以智选金融、全能产品、卓越服务三大系统支持创业者去实现梦想,成为名副其实的“全能梦想合伙人”。金杯品牌用27年时间完成了造“属于中国人自己的商用车”这一宏愿,成就了无数平凡人的创业梦想。金杯品牌一至六代商用车携手超过150万的车主,共同奔跑在追梦的道路上。

## 东风日产:三大维度布局未来

新能源、新技术的迅猛发展,使汽车市场已经进入智能化时代。本届广州车展,东风日产顺应行业发展趋势,正式启动“i3计划”,以全价值链智能升级为核心,从智行科技、智造品质、智享体验三大维度布局未来。其中,在智行科技方面东风日产将以“零碰撞、零排放、零距离”作为终极目标,通过分阶段引入先进的自动驾驶、新能源技术及智能互联技术,将未来汽车生活提前带给中国消费者。从2017年开始,东风日产将分阶段实现三大领域全面的技术突破。

## 奇瑞:焕新“2.0家族”展现新姿态

奇瑞在今年广州车展上,以“精彩无限,领跑未来”为参展主题,亮出以“2.0产品家族”为代表的14款车型,以青春蓬勃的年轻化品牌新形象,迎接即将到来的“20岁”。焕然一新的奇瑞“2.0产品家族”携手登场,是本届车展的一大看点。从参展车型上可以看到,奇瑞今年推出的艾瑞泽5、瑞虎7、瑞虎3x三款新车悉数上阵,能让观众和业界多角度、全方位地了解奇瑞战略2.0时代的产品力和品牌力。

北京商报记者 蓝朝晖 刘洋



次在中国首秀车型及展现前瞻电动技术的全新车型,便是对这一理念的最佳证明。其中,捷豹史上首款全电动赛车I-TYPE 1的登场堪称本届广州车展捷豹品牌的最大亮点。

## 奥迪:初步完成e-tron家族布局

一汽-大众奥迪携20余款重磅车型登陆今年广州车展。其中,奥迪A6L e-tron量产车与奥迪Q7 e-tron正式亮相,标志着一汽-大众奥迪初步完成了e-tron家族布局。“中国新能源市场已经进入重要发展阶段,消费者对新能源车型接受度大幅提高。”一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理荆青春表示:“本届广州车展,奥迪Q7 e-tron与奥迪A6L e-tron的亮相,使一汽-大众奥迪丰富了新能源车型产品布局。”