

聚焦广州车展

车企扎堆出行服务商

在今年的广州车展上,多家车企先后推出自己的移动出行战略,并希望通过汽车来构建未来人们的出行生活,链接其他产业。

广州车展开幕前夕,大众汽车集团(中国)率先发布了最新举措,将进一步开拓移动出行未来。据了解,今年大众汽车集团在全球范围内启动了“携手同心——2025战略”,致力于成为一家世界领先的可持续移动出行解决方案提供者。在移动出行领域,大众汽车集团(中国)已经先后与多个商业伙伴达成了潜在战略合作意向,在汽车分时租赁领域建立合作机制。

梅赛德斯-奔驰同样带来了

Generation EQ概念车,这也是改款概念车在亚洲地区首次亮相。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,“智能互联、自动驾驶、共享出行和电力驱动,将成为梅赛德斯-奔驰未来出行产品的重要设计方向,以指导相关的研发与制造”。

基于宝马集团“全新第一战略”,宝马集团也将以更具创新科技和感性魅力且覆盖面更广的产品线引领个人出行迈向电动化、智能化和可持续发展的未来。在本届广州车展上,新BMW M760Li xDrive和全新BMW 1系运动轿车从品牌谱系的两个端口诠释了这一战略,而宝马展台上占比超过20%的BMW i和BMW i电动性能车型则显示出宝马集团的创新。

宝马集团大中华区总裁兼首席执行官康思远表示:“数字化大潮之下,汽车行业正在发生几十年未见的颠覆性变革,我们需要更准确地预测行业趋势和新一代消费者的需求,以创新和本土化推动业务的可持续增长。”

作为自主品牌的代表,继2016年北京车展全球首发之后,奇瑞FV2030纯电动概念车再度亮相广州车展的奇瑞展台。FV2030概念车不仅外观造型科幻感十足,还配备了全息屏幕实时互联、酷炫的3D奇幻效果等未来科技元素,揭示了奇瑞对自己车型未来15年的全新的“Life in Motion生·动”设计风格和新能源等技术布局的规划。就在本月中旬,奇瑞与百度合作开发的纯电动eQ无人自动驾驶汽

车,在乌镇世界互联网大会期间进行了国内首次开放城市道路运营和体验。

广汽传祺也不甘落后,在本届广州车展上推出了广汽EnLight概念车。该车集成了广汽传祺自主研发的“智能交通系统”、“无人驾驶技术”、“无线充电”三大前瞻科技,融合了未来汽车电动化、智能化、网联化技术。

业内人士认为,目前车企的概念车都是基于围绕人们日常移动出行的概念打造。与手机能够映射到车机一样,汽车企业希望能够打破智能设备的边界,并利用自身强大的集成能力、研发实力,从一个传统的制造型企业转变为向消费者提供移动出行方案的技术公司。

北京商报记者 蓝朝晖

· 简讯 ·

东风雪铁龙完善产品矩阵

近日,东风雪铁龙由全新越享高级轿车C6及新锐上市的2017款C3-XR领衔,率T时代新C5、全新C4L、C4世嘉、全新爱丽舍、雪铁龙全新C4 PICASSO等最新产品矩阵登陆广州车展,并完成今年的收官之战。作为雪铁龙“CITROËN ADVANCED COMFORT”(CAC)领先舒适设计理念下研发的首款战略车型,C6诠释了CAC全球产品设计理念。同时,东风雪铁龙在新产品、新技术上也加快市场投放速度。随着全新C6的上市,东风雪铁龙全新产品矩阵已经形成。

雷克萨斯全新UX概念车首发

雷克萨斯携15款产品亮相今年的广州车展。全新雷克萨斯UX概念车及概念座椅在本届车展上完成亚洲首秀,呈现了LEXUS雷克萨斯更加大胆的设计美学和突破想象的创新科技。雷克萨斯中国执行副总经理江积哲也表示:“LEXUS雷克萨斯经营法则”与专注品质的匠心理念得到了越来越多中国车主的认可。未来,我们将以更加大胆的设计、突破想像力的科技、精益求精的匠心精神,不断超越众人的期待。”

林肯全新MKC价格下探

林肯近日携全系SUV家族亮相广州车展,并正式上市中型豪华SUV新款林肯MKC。该车型提供尊悦版、尊享版、尊雅版前驱、尊雅版全驱、尊耀版和林肯总统系列6款配置,起售价下探至29.88万元。据预测,到2025年国内中型SUV市场增幅将超过150%,林肯中国总裁梅嵩明表示:“中型豪华SUV是中国销量最大、增长最快的豪华车细分市场,而新款林肯MKC将响应消费者们的需求,带来因你而设的个性化专属体验。”

DS 6增配提升产品竞争力

源自巴黎的新世代豪华汽车品牌DS,近日携旗下全系车型正式登陆广州车展。其中,2017款DS 6正式上市,并与新世代前卫豪华跨界车新DS 5、全感官豪华轿车2016款DS 5LS、精致动感两厢车DS 4S以及老爷车DS 21、Formula E赛车共同组成DS全明星阵容,展示出DS品牌的前卫法式风尚。2017款DS 6的上市,将再度拔高DS 6在紧凑级豪华SUV细分市场中的产品竞争力,明年DS将迎来第二代产品上市的新时期,在国内的发展将翻开新的篇章。

东风悦达起亚KX7首秀

东风悦达起亚首款中型SUV KX7,近日在广州车展迎来全球首秀。据悉,该车型将于明年初正式上市。作为东风悦达起亚旗舰SUV,KX7由世界顶级汽车设计师彼得·希瑞尔操刀设计,并根据中国都市高端人群的偏好量身打造。此外,在KX7完成首秀的同时,东风悦达起亚新K3、K4、K5、K5混动版等K系精品车型,以及KX5、新KX3、新智跑等SUV车型,与进口起亚K9、NIRO、2017款霸锐、全新索兰托L、全新嘉华、佳乐等丰富产品也亮相本届广州车展。北京商报记者 刘洋/整理

一汽丰田今年销量有望破65万辆

——专访一汽丰田总经理姜君

11月下旬举办的广州车展历来被认为是各车企的“期末考试”,而一向在华南地区表现优秀的一汽丰田今年更是不负众望,交出了一份漂亮的成绩单。一汽丰田总经理姜君在接受北京商报记者采访时透露,今年1-10月,一汽丰田销量已经超过54万辆,年底时预计销量将会达到65万辆。

“年初我们制订的产量目标是62万辆,但前提是当时对今年中国汽车行业增幅判断在5%-8%。不过按照现在的形势来看,全年增速乐观估计有可能超过11%。”姜君说,今年上半年一汽丰田把整个销售前移,由于抓住了市场



先机表现出色,年中时将把销量目标调到了63万辆。“相信随着下半年全新RAV4荣放、全新VIOS威驰、新COROLLA卡罗拉的新车效应,我们的销量有望再创佳绩,预计将会再攀高峰,达到65万辆。”

今年广州车展一汽丰田展台上11款展车各放异彩,其中最引人瞩目的还要属全新车型VIOS FS锋势。VIOS FS锋势在广州车展媒体日首次亮相,增强运动感的设计使得整车看上去更有活力。“VIOS

FS锋势是我们一汽丰田年轻化、小型化战略的重要组成部分,明年上半年争取能够推向市场,现在正在做上市之前的准备工作。我觉得这是一款漂亮的车,其造型也保持了丰田一贯的基因,车身长度超过4.4米。”

姜君介绍,未来五年,面对“新常态”下挑战与机遇并存的市场环境,一汽丰田将继续深入推进小型车战略、年轻化战略,迎合日趋年轻的汽车消费市场,并通过进一步下沉销售渠道,让用户不仅体验到一汽丰田卓越的产品品质,还能享受到更加便捷、更高品质的购车和服务体验。

北京商报记者 蓝朝晖

汽车之家AR看车现身广州车展

汽车之家CEO陆敏在世界互联网大会上透露消息后的第二天,便有媒体在广州车展广汽传祺展台上见到了汽车之家总裁康雁与广汽乘用车销售有限公司总经理曾和滨,他们正在现场体验汽车之家AR看车对广汽传祺GS8的互动展示。据了解,汽车之家将在营销、销售环节推动技术创新,最快在今年底推出AR看车这项新服务。

增强现实技术(Augmented Reality,简称AR)在汽车生产、研发领域的应用已经较为常见。而汽车之家AR看车,利用增强现实技术,将虚拟世界与现实世界结合,通过先进的3D渲染技术,在真实场景中最大程度还原车辆真实效果。北京商报记者在广州车展现场看到,在移动设备上打开App扫描特定图案,画面里即刻

呈现出广汽传祺GS8的3D虚拟立体影像,在AR看车界面上进行操作,可体验开关车门、360°观看内饰、开关后备厢等,还可直接查询车辆信息。未来这一服务正式上线后,可直接链接到汽车之家车商城下单、购车。

汽车之家相关负责人透露,AR看车技术目前还在试运营阶段,已开始跟部分品牌进行合作。产品正式上线以后,汽车之家将成为首个将AR看车、购车模式商业化的汽车电商平台,实现线上线下多场景的覆盖和打通。随着AR技术在互联网平台的使用和逐步推广,汽车厂商、经销商在互联网平台上的营销维度将变得更丰富。此外,通过这一新的渠道,还能根据用户行为判断兴趣程度,搜集潜在客户,促进销售转化。

据了解,未来AR技术



不仅可以用于互动看车,还会应用并渗透到选车、购车、用车、换车、出行等各个场景。“汽车之家一直致力于互联网技术在汽车领域的使用,以帮助厂商、经销商提升运营效率,帮助消费者更加舒适、便捷地买到爱车。我们希望通过不断的技术创新和模式创新,驱动互联网与汽车产业的融合和新发展。”康雁说。

今年10月,陆敏发布

了汽车之家“4+1”发展战略,即发展车媒体、车电商、车金融、车生活四个圈,战略核心是转型升级为基于数据技术的汽车公司,进一步推动汽车之家生态圈的稳健发展。得益于大股东平安集团的资源支持,在强化媒体、电商业务的同时,汽车之家技术能力、金融能力进一步提升,汽车之家生态圈未来发展空间值得期待。

北京商报记者 刘洋