

日系品牌:技术引领战略路径

一汽丰田全新卡罗拉登场

在上海车展上,一汽丰田携11款车型的强大阵容倾情参展。除了明星车型RAV4荣放、全新VIOS威驰,刚刚上市的全新COROLLA卡罗拉更是吸引了观众的目光。

全新卡罗拉开启全互联网体验式营销。上市发布结合网络游戏的新尝试,让无数用户在游戏中进行沉浸式体验。此次,全新卡罗拉共推出16款车型,售价10.78万元起。其中卡罗拉1.6L共2款车型,售价分别为10.78万元、11.78万元;全新卡罗拉涡轮增压共7款车型,售价10.98万-14.38万元;全新卡罗拉1.8L共2款车型,售价分别为15.38万元、16.38万元;卡罗拉双擎共5款车型,售价13.98万-17.58万元。

至此,卡罗拉家族产品阵营愈发强大,产品售价无缝覆盖10.78万-17.58万元区间。

广汽丰田新雷凌家族亮相

本届上海车展上,广汽丰田新雷凌全擎家族首发亮相,致享、凯美瑞、汉兰达、致炫全系明星车型,进口车埃尔法悉数登场。其中,“丰田史上最具操控性中级车”雷凌迎来了中期改款。新雷凌185T、新雷凌1.8L、新雷凌双擎组成雷凌“全擎家族”,全面覆盖10万-16万元价格区间。

随着新车型、新技术的持续导入,广汽丰田进一步夯实“全擎动力”技术优势,形成包括自然吸气、涡轮增压、混合动力和纯电动的全擎动力矩阵,并将于2018年导入外插电式混合动力。与此同时,“匠心质造”成为广汽丰田另一大驱动力,建立起高品质的差异化优势。

广汽本田强化全擎产品布局

本届上海车展上,广汽本田携Honda

凭借在中国市场不断的新产品投放,日系品牌在中国市场今年前3月市场份额增幅最快,所占比例增至16.2%。这也预示着日系车开始从2012年的销量萎缩,在华开始走出谷底。本届上海车展上,各日系品牌不仅持续推出了新车型,而且加大了技术投入,试图通过技术优势,保持良好的上升势头,强化在中国市场的本土战略。



品牌全系车型登场,尽显科技时尚的无限张力。立足Honda、理念、Acura三品牌矩阵,广汽本田在“让梦走得更远”的全新品牌口号引领下,通过更丰富的产品与技术,与各领域消费者需求完美契合,用强大的产品力诠释“广本”。

作为一家创造移动文化的企业,广汽本田始终汲取“The Power of Dreams”的Honda品牌精神,不断感知消费者的梦想,导入搭载SPORT HYBRID的新雅阁(Accord)锐混动,以及搭载SPORT TURBO的全新冠道(AVANCIER),完成了覆盖直喷自然吸气、混合动力、涡轮增压的全擎动力布局。

面向未来,广汽本田将依托Honda的领先技术,加速导入源自Honda的混动车型,夯实全擎动力的产品布局。

长安马自达将引入CX-3

马自达CX-3在日前开幕的上海车展正式亮相。马自达CX-3定位于一款小型SUV,其将以进口形式由长安马自达于今年下半年引入。

作为一款小型SUV,马自达CX-3最初首发于2014洛杉矶车展。该车的外形小巧、内外设计风格年轻且运动,充分体现了马自达的魂动设计理念。CX-3还配备

了全新创驰蓝天车辆动态控制技术的最新成果——马自达GVC加速度矢量控制系统。凭借出众的安全性能,马自达在世界多项碰撞安全测试中均获得了高度评价,其中包括由美国IIHS(道路安全保险协会)授予的“2017 Top Safety Pick+”评价以及JNCAP汽车安全评估五星认证。

据此前消息,新车将于今年下半年以进口形式引入国内市场销售,在国内主要迎击进口车身份的雷诺卡缤及双龙蒂维拉等。

日产全新Kicks劲客亮相

日产汽车携全新Kicks劲客、皮卡Navara(纳瓦拉)及最新概念车Vmotion 2.0及新近上市的全新奇骏(X-Trail)等多款新车亮相上海车展。通过展示这些搭载多项创新技术、造型抢眼的全新车型,日产汽车将为中国消费者带来涵盖多个细分市场的全方位选择方案,满足驾乘者多元化的出行需求。

日产汽车通过引入新款车型,将“日产智行科技”淋漓尽致地呈现给更多中国消费者。通过“日产智行科技”,日产汽车在致力于开发和提供自动驾驶、电动汽车和汽车智能互联技术的同时,将为中国用户提供更加愉悦的驾乘体验。

斯巴鲁发布全球化平台

斯巴鲁在本届上海车展上发布新一代生产平台——SUBARU GLOBAL PLATFORM(斯巴鲁全球化平台)。斯巴鲁(中国)董事、总经理永江靖志表示:“该平台融合斯巴鲁多年以来积累的研发成果,同时遵循客户所期待的斯巴鲁造车理念,着眼于未来构筑而成,是斯巴鲁大幅提升‘安心与愉悦’这一品牌价值所做出的重要改善。”北京商报记者 蓝朝晖

· 快讯 ·

马自达“创驰蓝天”技术受认可

北京商报讯(记者 蓝朝晖)由紧凑型跨界SUV“Mazda CX-3”和硬顶敞篷跑车“Mazda MX-5 RF”领衔,马自达(中国)企业管理有限公司携采用“创驰蓝天(SKYACTIV)”技术及“魂动(KODO)”设计的在华全系产品群集体亮相,登陆上海车展。马自达汽车株式会社专务执行董事稻本信秀表示:“2016年马自达品牌全年在华整体销量达28.6万辆,同比增加21.4%,全面刷新了历史纪录。同时截至4月12日,马自达品牌车型创下在中国市场累计销量突破250万辆,创驰蓝天技术车型在华也已累计销售超65万辆的喜人业绩。”

本次在中国首秀的重磅车型“Mazda MX-5 RF”,是马自达引以为豪的传奇敞篷跑车“Mazda MX-5”第四代车型的硬顶版本。搭载先进“创驰蓝天”技术与展现“魂动”设计魅力的在华全系马自达产品阵容,“Mazda6 Atenza阿特兹”、“Mazda CX-5”、“Mazda CX-4”、“Mazda3 Axela昂克赛拉”也在本届上海车展悉数登场,全方位展示马自达所倡导的“驾乘愉悦”的核心品牌理念。值得一提的是,2016年这四款核心车型销量占比已经超过90%,这表明“创驰蓝天”技术车型已经得到了中国消费者的充分认可与首肯。

斯巴鲁赞助支持TNF北京挑战赛

北京商报讯(记者 蓝朝晖)近日,“TNF100·2017北京国际越野跑挑战赛”在京举行。斯巴鲁汽车(中国)有限公司继2016年之后第二次以官方合作伙伴身份赞助支持了这一赛事,通过提供资金及工作用车,助力本次比赛圆满完成。在帮助广大耐力跑爱好者挑战自我、激发潜能的赛程中,再一次表达了对于户外运动和积极向上生活方式的倡导。

斯巴鲁汽车(中国)有限公司特别提供了Forester森林人及SUBARU XV等多辆工作用车以及资金赞助以确保比赛的顺利进行。

丰田两款丰巢概念车全球首发

北京商报讯(记者 蓝朝晖)上海车展开幕前夜,“2017丰田TNGA丰巢之夜”活动,两款TNGA概念车进行全球首发。同时,现场还发布了TNGA的中文名称——丰巢概念。

丰田汽车中国本部长大西弘致以及丰田汽车专务伊势清贵在中国首次讲述了面向未来不断变化的社会及产业环境,以及丰田是如何通过TNGA“制造更好的汽车”。TNGA(Toyota New Global Architecture)是一个涉及汽车研发、设计、生产、采购等全产业链价值在内的创新体系,是丰田开创全新“造车哲学”,也是创造“全新价值”汽车产品的具体

举措。

本次展出的两辆概念车基于TNGA全新的设计理念,打造“低重心”有“抓地感”的外观,实现了能够满足人的感性诉求、令人怦然心动的造型。其中,丰巢FUN可以看做是未来全新一代凯美瑞的概念车,而丰巢WAY则是一款小型SUV概念车,它量产后将填补丰田中国在小型SUV市场的空白。TNGA通过对汽车的研发、设计、生产、供应链等在内的体系进行变革与重构,面向未来打造全新的“更好的汽车”,大幅提高汽车的基本性能和产品实力,使之更具魅力,更具未来竞争力。

同时,TNGA也成为丰田品牌

形象升级的重要契机。丰田将TNGA中文命名为“丰巢概念”,并以此为契机在中国市场升级品牌沟通概念为“自我·心·中路”,进一步促进消费者对丰田品牌全新价值主张的认知和理解。

在氢燃料电池车方面,丰田计划从今年10月开始,以TMEC为中心在全国各地开展全球首款量产氢燃料电池车MIRAI“未来”的实证实验。同时,还将在TMEC内建设加氢站等相关基础设施。

随着TNGA相关举措的全面实施,丰田在华的产品力将获得大幅提升,先进技术和产品的导入以及更新换代周期也会加速。

Honda发布电动化加速发展方向

北京商报讯(记者 蓝朝晖) Honda联合广汽本田和东风本田携全系车型亮相今年上海车展,并宣布将加速在中国的产品电动化战略。其中,搭载SPORT HYBRID系统的全新CR-V锐·混动在上海车展全球首发。Honda还宣布将于2018年推出专为中国研发的电动汽车,而搭载AI技术的NeuV小型电动概念车的中国首发,则代表着Honda对于未来新形式移动工具的思考与尝试。

本届上海车展首日,Honda发布了加速推进产品电动化的事业战略。“全球的电动化趋势,比我们预期中还要迅猛,所以Honda也正在转变事业方向,加速推进电动化发展。”Honda社长八乡隆弘表示,Honda预计在2030年左右实现全球汽车销量总数的2/3为混合动力车、插电式混合动力车及零排放车型,目前正在加快推进相关技术的研发。

Honda执行董事兼中国本部长

水野泰秀表示,“未来中国对于排放清洁化、提高燃油经济性和推进电动化这三大技术领域的法规要求,将达到全球最高水平。Honda历来都将严苛的法规视为挑战机会,不断开创各种新技术,就像成功推出CVCC发动机一样。现在中国的状况正是对技术真实实力的考验,目标越是困难,我们越将勇于挑战,率先以独创的技术高水平地达成目标”。为此,Honda计划于2018年推出中国市场专属的电动汽车。