

主打年轻牌 本田在华能否圈粉

继推出年轻化品牌理念之后,本田在2018年实现了中国市场140万辆的销量。近日,本田中国又在媒体沟通会上宣布,第二代Honda CONNECT(智导互联)系统将于今年投入应用。

据了解,第二代Honda CONNECT(智导互联)系统强化了实时拥堵信息等在内的导航功能,此外,还可以根据智能语音识别进行系统控制、通过支付宝进行在线电子支付等,车主坐在车里即可轻松支付停车费。搭载第二代Honda CONNECT(智导互联)系统的车辆相互之间还可以进行位置共享。

作为年轻消费者更为关注的产品特性,车载智导互联系统升级的背后无疑与本田的战略动向密切相关。目前,年轻化已成为中国车市的大趋势。有数据显示,在中国新购车用户中,“80后”和“90后”的比例由2010年的38%上升至2015年的58%,而J.D.Power调研更显示,未来五年“80后”、“90后”将占购车群体的70%。

因此,进入2018年下半年后,作为本田在华的两家合资公司,东风本田和广汽本田均启动了年轻化的品牌战略。2018年7月,东风本田在上海发布了“更



科技、更时尚、更自如”的全新品牌主张,宣告品牌的升级;11月,广汽本田在广州车展上带来了全新企业品牌形象片《梦想的感染力》,将“年轻化”进一步升级为“有活力”和“有感染力”。

在产品领域,东风本田于2018年10月发布了运动中级车INSPIRE,据官方介绍,该车承载着东风本田时尚、年轻、运动的品牌形象。同时,广汽本田也于2018年发布了主要面向年轻消费群体的B级车第十代雅阁(ACCORD)。数据显示,第十代雅阁(ACCORD)自2018年4月发布以来,累计销量近12万辆,在

市场占据了一席之地。

在营销领域,广汽本田执行副总经理郑衡介绍称,2018年广汽本田正试图打造一个更年轻、更会玩、更时尚的广汽本田。第十代雅阁(ACCORD)的“好奇心IP营销”与“实证营销”旨在与新生代目标圈层实现更精准地沟通互动。

值得关注的是,由于更易被年轻消费者接受,因此新能源产品也成为本田年轻化布局的重点。2018年是本田中国的电动车元年,该公司在这一年发布了首款电动汽车“理念VE-1”以及首款由本田中国研发的搭载锂电池的电动摩

托车 V-GO”。

本田相关负责人表示,本田将增加HEV与新能源产品的比例,进一步扩大“i-MMD”搭载的车型,驶入电动化快车道,并计划截至2025年在中国投放20款以上的电动化车型。2012年将导入以“i-MMD”系统为基础开发的i-MMD插电式混合动力系统车型。

不过,业内人士指出,在插电式混合动力车型的布局节奏上,本田与自身的轻混系统一样都要落后于丰田在华的步伐。2020年才能将插电式混合动力车型导入国内的本田,届时也难以在市场上占据主动权。

近两年来,奔驰、宝马、大众、通用等大量车企均纷纷强调年轻化基因或发布年轻化战略,本田的品牌理念并不具备独特性。其中,奥迪通过全新的设计,使A6从早期的“官车”形象变成了一款真正的都市精英座驾;在全新TNGA架构的打造下,一向以中庸风格见长的丰田也变得更趋年轻化和运动化;雪铁龙等品牌也一改往日实用居家的风格,开始将时尚新潮的设计元素大量应用于自身产品之上。

北京商报记者 蓝朝晖 濮振宇

· 资讯 ·

2018中国汽车影响力论坛在京举办

北京商报讯(记者 蓝朝晖)1月11日,综合类政经杂志《中国新闻周刊》携超人气汽车公众号AutoMan在北京举办了“驭见未来·2018中国汽车影响力论坛”。

中国新闻社副社长、副总编辑,中国新闻周刊社长夏春平致辞时表示:站在新的历史起点,《中国新闻周刊》也希望从更有影响力的视角来推动和影响汽车工业的未来发展。而中国汽车影响力论坛正是《中国新闻周刊》聚焦中国汽车产业发展,与各方一起探索中国汽车工业经济发展之路的重要落地形式,希望这个活动可以常办常新,为行业发展注入新动能。”

此外,本次论坛还颁出了“2018中国汽车影响力·年度影响力企业(品牌)”以及“2018中国汽车影响力·年度影响力车型”等荣誉。

上汽大众下线第2000万辆汽车

北京商报讯(记者 蓝朝晖 濮振宇)1月12日,上汽大众发布官方消息称,随着一辆雅致白色的帕萨特插电式混合动力版驶下生产线,上汽大众迎来第2000万辆汽车下线,成为国内首家累计产量突破2000万辆的乘用车企业。

上汽大众是一家中德合资企业,公司于1984年10月签约奠基。2013年11月,上汽大众完成了第1000万辆轿车的下线;2016年8月,上汽大众宣布下线第1500万辆汽车。

2018年,上汽大众实现销量2065077辆,位列国内汽车市场销量第一,并连续四年蝉联乘用车市场销量冠军。其中,大众品牌全年销售171.3万辆;斯柯达品牌全年销售35.2万辆。按照计划,上汽大众计划于2020年底投入使用新能源汽车工厂。

吉利官方否认减持戴姆勒股票

北京商报讯(记者 蓝朝晖)日前,针对吉利将在现有基础上减持超过一半戴姆勒股份的消息,吉利官方昨晚正式发表声明,对此消息及时予以了否认。

吉利官方在声明中表示:“作为戴姆勒股份有限公司的长期战略投资者和单一最大股东,浙江吉利控股集团有限公司没有减持戴姆勒股份的计划,所持有的戴姆勒股份不变……吉利投资戴姆勒非常安全,没有战略性风险。”

吉利控股相关负责人表示,吉利投资戴姆勒使用的是一种低风险的期权组合策略,能够有效控制被收购公司股价下行所带来的

风险。

提到吉利投资戴姆勒股权,要追溯到2018年2月24日,当日,吉利控股管理的吉利集团宣布已通过旗下海外企业主体收购戴姆勒9.69%具有表决权的股份,成为戴姆勒单一最大股东。

吉利作为中国自主品牌,其与世界汽车巨头戴姆勒的关系一直被市场所关注。1月11日,某外媒引述“知情人士”消息称,吉利拟减持半数戴姆勒股权。随后,有自媒体将吉利减持戴姆勒归因于戴姆勒股价下跌,吉利持股“爆仓”。

吉利控股相关负责人表示,吉利集团是戴姆勒的长期战略投资

者,不是单纯的财务投资;“领子期权”结构设计,能够限制戴姆勒因股价波动所带来的风险范围,不会发生“爆仓”。“作为长期战略投资者,吉利承诺长期持有戴姆勒股权,希望助力戴姆勒成为电动出行和线上技术服务领域的佼佼者。”上述负责人称。

据了解,长期持有戴姆勒股权,是吉利在入股戴姆勒之初就有过的表态,一直未发生变化。对此,戴姆勒也曾公开表示:“对吉利作为长期战略投资者表示欢迎,并表示吉利成为戴姆勒的长期投资人表明了其对于戴姆勒战略和未来发展方向的支持和肯定”。

大众集团建立绿色能源品牌Elli

北京商报讯(记者 蓝朝晖)近日,大众汽车集团宣布建立Elli集团股份有限公司(Elli Group GmbH),专注于提供电力和充电解决方案。这一全新公司的建立强化了大众汽车集团致力于成为领先的可持续移动出行提供者的战略目标。Elli集团股份有限公司总部位于德国柏林,公司将为大众汽车集团旗下品牌提供开发能源和充电相关的产品和服务。

大众汽车品牌董事会成员、大众汽车品牌电动出行业务负责人吴博锐表示:“作为全球最大的汽车制造商之一,大众汽车将密切关注

交通和能源领域的迫切需求,加速向零排放电动出行转型的步伐。新公司将提供来自可再生资源的电能和智能充电解决方案。我们正在开辟一个具有战略性、振奋人心的业务领域。这一全新业务领域将为我们提供诸多重要机遇,不仅让我们与现有客户的关系更加紧密,也推动我们与新客户群体建立联系。”

Elli集团股份有限公司CEO Thorsten Nicklaß表示,新公司将作为大众汽车集团以外的客户提供100%碳中和、源自可再生资源的绿色电力。公司将逐步建立由智能电价、智能壁挂式充电系统

(Wallboxes)、充电站以及信息化能源管理系统的业务组合。Nicklaß表示:“我们将创建一个整合的可持续生态系统,这个系统可适用于主流应用场景,并且为电动汽车车主和车队运营商解决与之相关的能源问题。”

据悉,大众汽车首款基于模块化电动平台MEB打造的电动车型——ID.系列电动车预计将于2020年上市。届时,Elli公司将针对个人及商务电动汽车客户现阶段及未来的需求,陆续推出相应的解决方案:从硬件设施到充电服务、额外数字服务以及全套的咨询方案等。