

星途下线 奇瑞品牌冲高战怎么打

1月24日,奇瑞官方正式发布,星途品牌的首款高端SUV正式下线,奇瑞星途是奇瑞旗下的高端品牌,早在2018年11月的时候就将EXEED正式命名为“星途”。

实际上,这已是奇瑞第四次试图冲击高端。从早期的东方之子,到瑞麒威麟,再到合资的观致,奇瑞最终的结果均以失败告终。

此次,奇瑞再次跃跃欲试。从EXEED亮相法兰克福车展,奇瑞高端品牌呼之欲出,到EXEED公布中文名,到品牌发布会,再到首款车型的TX下线,EXEED星途终于落地。

据了解,星途TX源自奇瑞M3X平台打造,这是奇瑞旗下的高端化平台,这奠定了星途高端化的基因,最明显的就是动力系统方面,星途TX搭载奇瑞第三代1.6T涡轮增压发动机,这是目前自主品牌发动机中性能极佳的一款发动机,其热效率高达38%,最大功率为145kW(197Ps),峰值扭矩为290N·m。传动匹配7速双离合变速箱。可以说,动力是星途TX的一个强项。

作为奇瑞3.0时代的重磅新车,星途TX在外观设计、内饰用料、做工配置等方面都体现出奇瑞的最高水平。从目前



的宣传来看,星途TX将主打“高端、智能”,预售的价格要比瑞虎8高,业内人士普遍预计在12万-15万元的价格区间,将竞品锁定为尺寸更小的VV5和领克01。

除此之外,星途TX还将主打“智能”,配备雄狮智云系统、10余项ADAS驾驶辅助功能、全景影像、盲点监测、感应式尾门等智能与科技配置。

对于这款新车,奇瑞汽车股份有限公司党委书记、奇瑞汽车有限公司董事长尹同跃在下线仪式上表示:今年在完成6万辆销量目标的基础上,还将努

力实现突破10万辆。”由此可见,奇瑞对星途TX日后的市场表现充满了信心。

业内人士认为,领克和WEY品牌能够一炮而红,得益于吉利长城在10万-15万元消费区间的精耕细作以及多年客户口碑积累,得益于两家公司在资金、技术方向的积累。

然而,奇瑞汽车在2017全年累计销量55.2万辆,同比下滑6.5%,轿车和SUV业务双双下滑;2018年奇瑞集团累计销量超过75万辆,大幅增长11%,其中,2018年最新投入市场的瑞虎8、全新

艾瑞泽系列、捷途X70单月销量均破万辆。但销量增长的同时却付出了品牌溢价能力变差、增收不增利的代价。

相比长城WEY和吉利领克的成功,奇瑞星途的优势似乎并不明显。目前,WEY和领克均已捅破15万元的价格天花板,并且取得月销过万辆的成绩。奇瑞能否通过星途实现品牌溢价的能力,实则是转型成果的一次考验。

奇瑞汽车副总经理兼营销公司总经理贾亚权表示,2019年随着国内汽车市场的消费升级,预计国内市场将进一步从量向质的方面转型升级,市场结构将进一步优化,品质和品牌导向将更加明显,这也要求奇瑞进一步推动产品升级和品牌提升。星途品牌的推出,正是奇瑞实现产品升级和品牌提升的关键一招。

不过,星途TX以发动机为切入点,主打“智能”牌,这些看似优势的成果在擅长营造高科技配置的竞品面前,并没有值得突出的表现。回顾WEY和领克品牌发布、渠道拓展的过程,长城和吉利早就做好了准备,而奇瑞面对即将上市的星途,在产品力不占优势的情况下,能否借助营销突破15万元价格的天价,仍需市场的检验。

北京商报记者 蓝朝晖

· 快递 ·

宝骏汽车发布全新钻石标

北京商报讯(记者 蓝朝晖)宝骏汽车近日官方发布了全新标识——钻石标。钻石标隶属于宝骏品牌,与经典盾形标并存,主要应用在更具科技感、智能化的高端系列车型上。

钻石标延用了原宝骏标识的核心元素,在工业设计上融入了艺术与时尚的绝美灵感,其造型与光感宛如一颗精美绝伦的钻石,极具视觉张力及辨识度,更符合年轻互联一代的审美。钻石标历经反复锻造、精密计算和精致铣削而成,传承了宝骏孜孜不倦的匠心精神与精湛的造车工艺。

钻石标将率先在宝骏RS-5上启用。作为全新R平台的首款新车,宝骏RS-5实现了智能驾驶与科技互联的完美融合。

威伯科与戴姆勒签署全球长期协议

北京商报讯(记者 蓝朝晖)威伯科近日宣布与全球最大的商用车制造商之一戴姆勒签署全球长期协议,将供应下一代自动机械变速箱(AMT)控制技术。

威伯科将为戴姆勒全球量产的卡车和客车开发并推出下一代AMT控制技术。新的变速箱控制单元重量更轻且坚固紧凑,在降低噪音水平、优化换挡性能的同时提升了驾驶员的舒适性。此外,这一革新的新系统可以支持不同类型的卡车、变速箱和细分市场应用,有助于提升全球AMT技术在全国各个地区的进一步渗透。

威伯科是全球AMT控制解决方案的领导者,已售出超过400万套系统。威伯科AMT解决方案通过优化自动换挡将驾驶员从重复性手动换挡操作中解脱出来,有助于提高车辆安全性和驾驶员舒适性。该系统可在不同驾驶条件和环境下自动换挡,从而使驾驶员更加专注于道路状况。

北汽新能源EX5 补贴后16.99万元起售

北京商报讯(记者 蓝朝晖 高春艳)1月27日,基于北汽新能源达尔文系统打造的全智能长续航纯电SUV——EX5正式上市。新车共推出4个版本,补贴后售价16.99万-19.99万元。

北汽新能源EX5车身尺寸方面达到4480/1837/1673mm,轴距为2665mm。在外观方面,EX5延续了北汽新能源最新的家族式设计,前脸与北汽新能源EU5设

计相似,EX5采用了常见的封闭式进气格栅设计,并且配有大面积的镀铬装饰,辨识度很强。上方镀铬饰条横贯连接两侧大灯,增加新车辨识度。前大灯组光源呈分段式排列,上方加入LED光带,十分犀利。

在动力方面,EX5匹配三元锂电池组。另外,EX5搭载北汽新能源第三代电控管理技术——EMD3.0智能电控系统,拥有体积更小、重

量更轻、布局更安全合理等特点,配合One Pedal单踏板能量回收功能,回收效率高达21%以上,等速续航里程可达520km,综合工况续航415km。

EX5的12.5英寸全液晶仪表和9英寸悬浮式大屏不仅能实现双屏互动,还搭载了百度最新的DuerOS智能语音交互系统,可通过语音控制导航、空调、搜索等功能。值得一提的是,EX5拥有7项智能网联服务,包括车

载4G及WiFi、智能娱乐、智能导航、智能商旅、智能支付、智能监控遥控等功能,此外,EX5全车的电子芯片和电子部件均可通过OTA进行远程固件升级。



更多视频请扫二维码

雷克萨斯UX完善入门级产品矩阵

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)1月23日,雷克萨斯旗下全新紧凑型SUV——雷克萨斯UX正式上市,厂商建议零售价为26.8万-37.1万元,新车定位于豪华入门紧凑型SUV,上市后仍将依然采取进口的方式在国内销售。

在全新雷克萨斯UX的六款车型中,入门车型即为混动版车型,且只有一款燃油版车型。据官方

介绍,全新UX 260h搭载的智·混动系统,通过全新开发的前轮驱动桥和高性能镍氢电池组等配置,实现了低至4.6升的百公里综合油耗。

数据显示,2018年雷克萨斯在华销量为164664辆,年环比增长26%。分车型来看,消费者更偏爱雷克萨斯的SUV系列,SUV车型在2018年的总销量为79483辆,而SUV车型中

销量最好的则是RX,销量环比增长27%。

值得注意的是,此次并非雷克萨斯首次布局入门级SUV市场。早在2014年,雷克萨斯就上市了入门级SUV的NX。随后四年时间,NX成为雷克萨斯品牌中最畅销SUV车型之一。2018年,该车在华销量为29901辆,年环比增长34%,在雷克萨斯所有车型中位列第三。与NX相比,雷克

萨斯UX的尺寸更小,价格也进一步下探。

事实上,由于市场潜力较大,近年来豪华品牌均纷纷加码入门级SUV市场。

业内人士认为,尽管国内SUV市场开始出现下滑,但豪华品牌仍有不错的发展前景。此次UX的上市无疑丰富了雷克萨斯的SUV产品矩阵,也有望扩大雷克萨斯在豪华入门级SUV市场中的份额。