

5款车型待发 起亚在华急补短板

走过销量低迷期并在2019年1月取得销量“开门红”的东风悦达起亚，开始通过产品线升级调整，欲在2019年实现销量复苏。近日，随着新一代KX5的上市，东风悦达起亚正式拉开产品年大幕。东风悦达起亚总经理陈炳振透露，2019年，东风悦达起亚将推出5款新车。其中包括3款传统动力车型和两款新能源车型。5款车型上市后，东风悦达起亚将打造市场端，稳住销量。



图片来源：东风悦达起亚官网

在2016年推出KX5车型后，不到三年时间即推出新车型，对于此前更新换代速度较慢的东风悦达起亚来说，源自销量压力。2016年，东风悦达起亚KX5上市后，月销量一度攀升至近8000辆，然而受产品老化、东风悦达起亚智跑销量、自主品牌竞争等因素影响，2018年该车型销量持续下滑。为提振KX5车型销量，本次东风悦达起亚为新一代KX5制定出15.48万-18.18万元的官方指导价，通过下探至20万元以下区间争夺市场份额。

同时，作为KX5的中期改款车型，东风悦达起亚还对该车型进行本土化

改造，以适应国内消费者需求。据了解，新一代KX5采用起亚家族设计，并融入专属中国市场设计元素，使车辆整体设计更加扁平化、年轻化，更加符合中国消费者的审美需求。而在配置方面，新一代KX5搭载与百度共同开发的智能互联系统，并结合人工智能技术，在增加实用性功能、完成针对汽车简便控制的同时，增加新一代KX5的智能性，欲通过智能化提升该车型竞争力。

陈炳振表示，东风悦达起亚新一代KX5的年销量目标为5万辆。但业内人士表示，该车型完成该销量目标仍存难度。数据显示，2018年，东风悦达起亚

KX5销量近6000辆。而智跑车型销量超8万辆，为KX5销量的13倍。此前，由于定价相差较大，造成智跑分食KX5销量的局面，本次新一代KX5售价大幅降低，欲通过性价比争夺份额。业内人士认为，此前智跑新增1.4T车型，售价为13.99万-14.49万元，而本次推出的新一代KX5将主推1.6T车型，售价区间为17.68万-18.18万元，仍然与智跑存有较大价差。如何平衡两款车型销量，成为东风悦达起亚需要解决的问题。

事实上，在新一代KX5打头阵后，2019年东风悦达起亚还将布局4款新车。其中，东风悦达起亚曾经的走量车

型K3将紧随而至。陈炳振表示，东风悦达起亚销售总部已从南京迁至上海，因此2019年上海车展对于东风起亚来说将成为转折点。上海车展上，东风悦达起亚K3将正式亮相。此前，该车型年销量曾达到17万辆，而本次东风悦达起亚也将根据中国消费者的刚需，在大幅升级车辆外观的同时，将更多高科技配置搭载到该车型中。此后，代号为BDc的新车型，以及一款B级新SUV车型也将陆续上市。

此外，在新能源车型上推进速度较为缓慢的东风悦达起亚，也将在2019年推出两款新能源车型。陈炳振坦言，由于电池成本仍然较高，因此目前销售新能源汽车利润并不高，与其他厂家的竞争还存在一定差距，但东风悦达起亚会进行成本、材料费等方面的节俭，制定相对策。“2019年10月，东风悦达起亚小型电动SUV即将投放，2020年，起亚将重新规划电动车专属平台，该平台规划完善后，将向市场投放不同级别的电动车型。”他透露。

按照东风悦达起亚规划，2019年，在推出两款新能源车型、形成4款车型的阵容后，2020年前将再推出6款新能源车型。

北京商报记者 刘洋

· 资讯 ·

小鹏汽车回应 员工遭特斯拉起诉

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)针对此前特斯拉以Autopilot技术的源代码被窃为由，对特斯拉前员工、现小鹏汽车员工曹光植提起民事诉讼一事，近日小鹏汽车发布官方声明回应称，在曹光植入职前后，小鹏汽车都没有发现存在特斯拉所声称的任何可能违规行为。目前，小鹏汽车已针对此事启动进一步调查。

近日，特斯拉对一名曹姓前员工发起诉讼，指控他为国内电动车品牌小鹏汽车窃取机密资料。被起诉前员工在特斯拉曾从事过Autopilot自动驾驶技术的开发工作，特斯拉相关负责人表示，这名员工从2018年开始就将“特斯拉自动驾驶仪相关源代码的完整副本”上传到他的iCloud账户。

2019沃尔沃汽车 成都双遗马拉松开跑

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)近日，伴随着沃尔沃汽车集团全球高级副总裁、亚太区总裁兼CEO袁小林的一声鸣枪，以“路·见不凡，力行无疆”为主题的2019沃尔沃汽车成都双遗马拉松正式开跑。

作为2019年成都双遗马拉松的冠名合作伙伴，沃尔沃汽车不仅携人文科技豪华SUV沃尔沃XC60鼎力支持该赛事，还以绿色、健康的参赛口号，让参赛者亲身体会沃尔沃汽车所倡导的北欧幸福生活方式及可持续发展的企业理念。

值得一提的是，袁小林首次担任“兔子”——官方配速员，他以“六星跑者”的丰富经验，身体力行地引导并激励参赛者们圆满完成赛，同时，沃尔沃汽车车主与员工组成的“沃跑团”倾情参与，共同凸显沃尔沃汽车成员们积极拼搏的不凡精神。

宝马集团发布2025年前详细发展规划

北京商报讯 (记者 刘洋 濮振宇)

宝马集团近日发布2025年前详细发展规划。规划提出，2019年宝马集团将在全球推出20余款全新或升级车型，同时，宝马集团将整合BMW、MINI以及劳斯莱斯品牌汽车业务，并建立起大型数据中心深入开展数据分析。

宝马集团董事长科鲁格表示：“宝马对于未来数年的部署分为三个阶段：2018年、2021年和2025年是3个重要的里程碑。”

2016年，宝马集团提出“全新第一战略”，而2016年到2018年是该战略的第一阶段。据了解，这一阶段宝马集团已完成相关目标，这

些目标包括众多车型的电动化举措。2018年，宝马集团在全球共销售超过14万辆电动车型。

目前，宝马集团正处于“全新第一战略”的第二阶段，这一阶段将持续至2021年。根据计划，在这一阶段，宝马将继续加速推出新车型，仅2019年，宝马就将推出20余款全新或升级版车型。同时，宝马集团正为传统内燃机、插电式混合动力以及纯电动车型等不同动力车型打造灵活的生产平台。从2020年起，BMW X3将成为宝马首款同时提供3款动力配置的车型。

未来，“全新第一战略”第三阶段的实施将指引宝马集团的行动

直到2025年。根据计划，宝马集团将会推出更多绿色环保的车型，其中宝马集团的旗舰车型——BMW iNEXT将于2021年推向市场，这款车的纯电动续航里程可达600公里，并可实现三级自动驾驶。

值得注意的是，在本次发布的发展规划中，宝马集团特意强调了中国市场的重要地位。中国是宝马集团全球最大单一市场，也是电动出行发展的重要驱动力。宝马在中国不仅宣布升级沈阳的生产设施，还将从2020年开始在中国生产首款纯电动的BMW品牌车型——BMW iX3，并从中国出口到全球各地。”宝马集团在规划中称。

DS发布信任计划

北京商报讯(记者 钱瑜)日前，DS正式发布了“信任计划”，力求在品牌、产品、营销、用户等层面全方位提升品牌竞争力，赢得更多用户的信任和支持。长安PSA总裁孟诺表示，虽然中国汽车市场在2018年面临极大挑战，DS也经历了在华发展的阵痛，但是DS在中国依然拥有一个美好的未来。

据介绍，DS 7是一款非凡的产品，其上市极大提升了DS的品牌形象。从目前的DS 7用户数据来看，32%的用户在进店前已决定购买DS 7，28%的用户购买决策时间在一周之内，60%的用户选择了顶配的DS 7歌剧院版，而95%的用户则对DS 7的日常使用表示满意。

沟通会上，DS向市场和消费者发布“DS信任计划”，由“品牌与产品强化”、“城市营销计划”及“客户满意”三大核心部分组成，涵盖了DS营销的所有方面，力求重新获得来自用户和经销商的信任。

为了更好地展现DS品牌的愿景，DS计划从今年起，每年发布一款新产品，更好地维持品牌活力。

今年上海车展，DS将发布在售车型的年款车型，今年广州车展，DS将上市全新的豪华旗舰轿车，进一步完善DS在华产品布局。

2018年，DS投入大量资源来打造DS 7的认知度，2019年DS将投入所有的资源打造一个基于城市、结合当地有影响力的广告和事件，激发消费者对DS更强烈渴求的城市营销计划，助力DS销量的提升。同时，DS将举办大型品牌活动，参与FE等世界级赛事，提升品牌知名度，加深用户的品牌体验。