

一汽丰田亚洲龙搅局中级车阵营

走过SUV大热的几年,2019年国内中型车阵营迎来新一轮混战。近日,一汽丰田旗舰车型亚洲龙AVALON正式上市,亚洲龙AVALON搭载2.5升汽油动力版和2.5升双擎版两种动力形式,6种配置级别,价格区间为20.88万-28.98万元。“作为TNGA的旗舰车型以及一汽丰田未来的旗舰车型,亚洲龙的市场定位在B+级以上。”一汽丰田汽车销售有限公司总经理田青久表示。

对于中型车市场,国内常有“得中型车者得天下”的说法。本次亚洲龙上市,弥补了一汽丰田在B级车市场上的缺位,也正式切入了目前由德系两强(一汽-大众迈腾、上汽大众帕萨特)和日系三强(广汽丰田凯美瑞、广汽本田雅阁、东风日产天籁)把控的国内中型车市场。从价格上看,亚洲龙在北美市场定位为中高级轿车,但引入国内后却与迈腾(售价区间为18.99万-31.69万元)、雅阁(售价区间为16.98万-25.98万元)、帕萨特(售价区间为18.99万-28.89万元)和凯美瑞(售价区间为17.98万-27.98万元)等中型车基本位于同一价格区间。

同时,亚洲龙基于雷克萨斯ES相同的TNGA-K平台打造而来,整体设计和



图片来源:一汽丰田官网

海外车型保持一致。而且,亚洲龙拥有堪比行政级别的尺寸,以及最新的科技配置,整车60%零部件与雷克萨斯ES相同。这意味着,亚洲龙的消费者用更低的花费即可买到与豪华品牌车型相近的体验,这将是其他合资品牌中型车所难以实现的。

业内人士表示,亚洲龙大尺寸、低售价的市场策略有助于自身收获销量,正面打击德系、日系等对手的中型车竞品。但另一方面,亚洲龙的价格区间也

与广汽丰田凯美瑞和一汽丰田皇冠这样的主力车型相重叠,这可能会埋下丰田在华3款产品内耗的隐患。

事实上,与皇冠相比,销量正持续攀升的凯美瑞最可能受到亚洲龙的冲击。据了解,自2017年锐志停产后,一汽丰田皇冠的月销量一直维持在3000辆左右的较低水平。进入2019年后,皇冠的销量开始进一步下滑。与此相对,自换代之后,广汽丰田凯美瑞一路高歌猛进,月销量已从2017年的不足万辆快速

上升至2019年1月的近两万辆。

整体来看,亚洲龙车身长度达到4975毫米,凯美瑞为4885毫米,亚洲龙超出后者90毫米,且内饰档次也更高。在动力系统方面,亚洲龙2.5升自然吸气发动机以及2.5升双擎车型和凯美瑞的中高阶配置相近,但相比广汽丰田凯美瑞减少了2.0升自然吸气发动机版本车型。

分车型看,一汽丰田亚洲龙最低配车型价格为20.88万元,相比广汽丰田凯美瑞2.5升豪华版车型低了1.1万元;一汽丰田亚洲龙双擎豪华版价格为23.98万元,与广汽丰田凯美瑞2.5HG豪华版定价相同,亚洲龙2.5升双擎旗舰版顶配版车型价格为28.98万元,也仅比凯美瑞顶配版车型高1万元。

值得注意的是,虽然一汽丰田采用“降维打击”的价格策略,但除合资品牌对手,亚洲龙还需面对豪华品牌中型车价格下探所带来的竞争压力。目前,在25万-30万元的价格区间当中,宝马3系、奥迪A4L等豪华品牌的中型车也占据着不小的市场份额。这意味着,亚洲龙的高配版车型在一定程度上也会与这些品牌优势更强的车型产生竞争关系。 **北京商报记者 刘洋 濮振宇**

· 快递 ·

名爵EZS年内登陆欧洲10国

北京商报讯(记者 刘洋)在11.98万元的预售价公布后,满足E-MARK和REACH等欧洲标准的“全球纯电ESUV”——纯电动名爵EZS计划将于3月30日上市,年内还将在英国、德国等欧洲10国陆续上市。

据了解,纯电动名爵EZS搭载上汽最新一代运动级高性能电机——在行业内首先采用Hair-pin绕组设计,可爆发出110千瓦最大功率和350牛·米峰值扭矩的超强动力,实测0-50km/h加速仅2.8秒。同时,该车型采用目前全球及合资新能源车所使用的“523”三元锂电池(镍钴锰比例为5:2:3),电池容量达到44.5kWh,还具有更稳定、更安全、使用寿命更长等优势。在大量电池实验中,“523”电池循环充电次数达3000多次。

全新一代速腾起售价13.18万元

北京商报讯(记者 刘洋)一汽-大众大众全新一代速腾Long-Wheelbase近日上市,新车共8款车型,提供1.2TSI和1.4TSI两种动力选择,官方指导价13.18万-19.68万元。

得益于全新的MQB A2平台高度灵活的可拓展性,全新一代速腾Long-Wheelbase拥有着媲美B级车的车身尺寸,长宽高分别为4753毫米、1800毫米、1462毫米,轴距为2731毫米,令车内空间进一步优化。

与此同时,在领先科技配置方面,全新一代速腾Long-Wheelbase同样实现了全面升级。通过搭载最新一代Active Info Display全液晶数字仪表,可为驾驶者提供高清地图显示和10余种车辆信息;而与之配合的8英寸智能车载导航多媒体系统拥有自然语音识别技术,可实现移动端与车机端的深度对接。

比亚迪e平台年内布局5款新车

北京商报讯(记者 刘洋)在e平台后,2019年比亚迪欲在该平台布局5款新车,与王朝EV系列同源并行。

2018年北京车展,比亚迪正式推出e平台,并宣布向业内开放共享。据了解,该平台让纯电动汽车的结构更简单、更安全、更可靠。通过对原本繁杂、分立的零部件进行标准化、集成化设计,比亚迪让纯电动汽车的“内脏”实现“通用”与“整合”,核心零部件体积变小、重量变轻,采购成本变低。这意味着,消费者将通过更少的支出购买到更可靠、更安全、更舒适、更长续航里程的新能源汽车。

比亚迪汽车销售有限公司副总经理李云飞表示,在新能源汽车时

代,e平台技术可以让纯电动车的开发速度更快、性能更强、质量更好、成本更低,最终带给消费者更长续航、更低能耗、安全可靠、选择丰富的纯电动汽车。这就像百年前福特通过流水线生产方式推动燃油汽车普及一样,比亚迪将通过e平台推动纯电动汽车普及。”他说。

比亚迪e平台可以用“33111”表示。其中,第一个“3”指将驱动电机、电控和减速器进行三合一;第二个“3”指将高压充配电系统OBC、DC和PDU进行三合一。这两个高度集成的“3+3”相比分立式系统减重40公斤。同时,“33111”中的第一个“1”代表一块高度集成PCB板——

集成式车身控制器,将传统汽车内的多块控制器集中整合在一个不到A4纸大小的控制器内,减少线束约50根,从而大大减少了控制器重量、节省空间、降低能耗。并且,对汽车厂家而言,“多合一式”控制器简化供应商管理难度,提升生产效率,提升产品可靠性;第二个“1”则代表一块搭载“DiLink”系统的智能旋转大屏;最后一个“1”代表一块长续航、性能稳定的动力电池。

据了解,在e平台上诞生的比亚迪e系列车型,2019年将推出3款轿车、2款SUV,未来还会推出更多车型,全面覆盖新能源车用户对于每一个细分市场的产品需求。

(上接A1版)

新天籁2.0T缺位 东风日产如何稳销量

中高端竞争力待提升

数据显示,2018年,东风日产销量为116.66万辆,同比增长3.9%。截至2018年11月,东风日产在合资品牌市场中的占有率为9.8%,在总体市场中的占有率为5.3%。

具体来看,2018年东风日产紧凑型车轩逸终端销售46.36万辆,同比增长9.8%,销量占比高达四成,天籁销量为11.76万辆,同比增长2.5%,销量占比仅为1/10。据了解,轩逸车型官方指导价为11.9万-16.15万

元,但市场终端售价已下探到9.1万-13.35万元。

业内人士认为,东风日产较为依赖中低端车型,2018年销量逆势增长的重要原因之一便是车型价格的不断下探,自身在中高端市场的表现其实不容乐观。

此外,东风日产车型的质量问题也遭到消费者质疑。汽车投诉网显示,2019年前3个月,针对东风日产汽车的投诉有上百条,涉及天籁、阳光、逍客、骐达、轩逸、奇骏等各款车型。其中,投诉反映最为强烈的问

题是变速箱故障问题,有消费者甚至直接宣称:“日产-轩逸变速箱存在质量缺陷,厂家和4S店想尽一切办法推诿责任”。

值得注意的是,进入2019年,东风日产并未将2018年销量逆势增长的势头继续保持下来。全国乘用车市场信息联席会发布的数据显示,2019年2月,东风日产综合销量6.63万辆,同比下滑3.3%,前两个月累计销量为18万辆,同比下滑2%。

北京商报记者 刘洋 濮振宇