

一汽-大众奥迪上海车展全方位展现转型实力

4月16日,第十八届上海国际汽车工业展览会(以下简称“2019上海车展”)正式拉开大幕,一汽-大众奥迪以“未来由此而来”为主题,携旗下包括全新奥迪Q3、奥迪e-tron以及奥迪AI:ME概念车在内的20余款明星车型震撼亮相,全面展现奥迪品牌强大的产品实力,以及面向未来智慧出行领域的深入思考和前瞻布局。



重磅车型登场

全面突破的全能型高档A级SUV——全新奥迪Q3在2019上海车展完成全球首秀并正式上市。全新奥迪Q3将以在设计、科技、空间、性能四大维度上的全面突破,和对新生代用户多元化用车场景需求的全能满足,树立高档A级SUV市场新标准。

作为诞生于一汽-大众天津工厂的首款奥迪车型,全新奥迪Q3多项制造工艺达到世界顶级水平,代表了中国高端汽车产业制造的至高水准,历经58万公里的整车性能测试和131万公里的严苛路试,确保全新奥迪Q3“同一星球、同一奥迪、同一品质”的高标准。

同时,奥迪电气化战略的里程碑产品——奥迪e-tron也在此次上海车展正式开启了中国市场预售。奥迪e-tron首次搭载quattro电动四驱系统,反应速度30毫秒,仅为机械四驱的1/4。具有领跑行业标准的高能电气化系统,根据WLTP测试续航里程超过400公里,同时奥迪e-tron拥有三级能量回收可调功能。

此外,备受期待的奥迪AI:ME概念车也在本届车展完成初次公开亮相,成为本次上海车展上另一大亮点。奥迪AI:ME概念车采用电动驱动,搭载丰富的车载信息娱乐系统,配备L4阶段自动驾驶技术,通过my Audi可以更深层次地满足用户个性化需求,为用户提供家庭和工作场所之外的“第三起居室”。

除上述三款重磅产品外,以全新奥迪A8L、全新奥迪A6L、奥迪Q8为代表的新能源车型,奥迪Q2L e-tron、奥迪Q7 e-tron为代表的新能源车型、以及R8 Coupe、RS5 Sportback等Audi Sport高性能车型也在2019上海车展悉数亮相。

聚焦中国市场

2018年,国内车市出现自1990年以来

首次年度销量负增长,销量为2808.1万辆,同比下滑2.8%。进入2019年,车市仍未走出“寒冬”,一季度,国内乘用车销量为333.3万辆,同比下降9.8%。

尽管整体车市“趋冷”,但一汽-大众奥迪销量却再创新高。2018年,一汽-大众奥迪以累计交付新车660888辆、同比增长11%的战绩,卫冕豪华车市场单一品牌销量冠军,并带动整体豪华车市场逆势而上。其中,奥迪品牌国产车型与进口车型交付量分别同比增长10.2%和20%,再次助力中国市场成为奥迪全球范围内超大的单一市场。

对于这一反差,全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为:“2018年以来,中国豪华车市场可以说是政策与市场红利尽收,尤其是改革开放的政策红利,对豪华车意义重大。从目前的市场角度来看,消费群体分化,低端消费低迷、高端消费火爆,换购的消费升级群体很强大”。

进入2019年,奥迪在中国市场的销量继续增长。今年一季度,奥迪在华交付量达159334辆,同比增长3.3%,刷新一季度销量纪录,其中3月销量创下新高,达55250辆,同比增长2.3%。

一汽-大众奥迪的成功并非偶然,其关键就在于一汽与奥迪共同造就的在奥迪全球统一标准基础上,以“全价值链本土化”为核心的一汽-大众奥迪模式,这让奥迪成为最早在中国开启本土化进程,也是本土化程度最深的高档汽车品牌。另外,经过30年发展的一汽-大众已经实现了五地六厂,覆盖东北、西南、华南、华东、华北的全国战略布局,这也是奥迪在中国持续发展的重要基础。

“奥迪拥有一汽-大众这样的优秀合作伙伴,帮助奥迪立足并继续深耕中国市场。”奥迪汽车股份公司财务、合规及中国业务董事宋寅哲在2019上海车展期间接受媒体采访时也强调,奥迪在中国深耕30年,经验丰富,同时也有深厚的客户基础,一汽-大众奥迪在产品落地、推广等各方面都具有高水准。

科技本土化,一汽-大众奥迪使国内用户有机会体验到最出色的奥迪电动车。到2020年,一汽-大众奥迪将提供超过10款中国生产的车型。

提速战略转型

近年来,中国新能源汽车保有量不断提升。2018年,全国新能源汽车保有量达261万辆,同比增长107万辆。到2020年,国内新能源汽车累计产销量预计将达500万辆。另外,中国推动智能网联汽车发展环境也日趋完善,预计至2020年,中国智能网联汽车的市场规模可达到1000亿元以上。

事实上,面对汽车行业“新四化”的浪潮,此次重磅车型集中亮相上海车展已完整勾勒出一汽-大众奥迪宏大的转型蓝图。

2019上海车展期间,一汽-大众汽车有限公司总经理刘亦功表示:“今年是一汽、奥迪30年精诚合作再出发的起步之年,也是一汽-大众战略转型的聚力之年,在企业‘2025战略’的指引下,为满足用户对美好出行生活的向往,一汽-大众奥迪率先提出了智慧出行的‘三步走’战略:以全驾乘场景智能化为基础,加速全用车触点电气化转型,最终实现全出行生活智慧化”。

在电动化方向,根据计划,2020年奥迪e-tron将在长春生产。通过将关键

随着国内智能科技浪潮来袭,一汽-大众奥迪同样重视智能网联发展。凭借一汽-大众拥有的国内最高技术标准的实验中心和研发体系,未来,一汽-大众奥迪有望继续推进智能网联、智慧出行商业化研发落地,为消费者带来更高规格的出行体验。

不仅如此,一汽-大众奥迪还持续布局出行板块。2018年12月,继北京、三亚之后,一汽-大众奥迪携手业内领先的网约车服务平台首汽约车,在陕西西安联合推出高端专车服务;2019年1月,一汽-大众奥迪再度于四川成都推出奥迪专车服务,致力于打造蓉城高端出行旗舰产品。

汽车行业专家指出:“当今的中国汽车市场已经发生天翻地覆的变化,中国已经成为全球第一大汽车消费市场。再放眼当下的高档车市场,汽车移动出行、自动驾驶、电动化浪潮风起云涌,应对贸易纷争,中国汽车产业政策更加宽松,创新的生产关系有可能爆发巨大的生产力。历史何其相似又何其不同,已经携手奔跑30年的一汽与奥迪如何在下一个30年继续引领时代,让我们拭目以待吧”。

