

# 奥德赛“触电” 广汽本田加码混动战略

在车企纷纷切入MPV领域时,国内MPV市场迎来首款油电混动MPV。广汽本田奥德赛锐·混动近日正式上市,新车共6个版本。

奥德赛锐·混动市场指导价22.98万-32.38万元,百公里油耗最低为5.8升,奥德赛燃油版价格区间为22.98万-29.98万元,百公里油耗7.7升。此次借助奥德赛锐·混动,广汽本田实现混动车型与燃油车型位于同一价格区间。

作为广汽本田布局MPV市场的战略车型,奥德赛在中国市场一直是家用MPV的热门产品。不过随着SUV红利期结束,各车企开始将目光投向MPV市场,奥德赛正在面临越来越大的竞争压力。本次混动版车型上市,无疑丰富了奥德赛的产品线,也有望扩大奥德赛的覆盖人群。

根据计划,此次上市的奥德赛锐·混动承担着广汽本田品牌向上和销量提升的任务。“奥德赛锐·混动是国内首款油电混动MPV,我相信,该车型能突破原有MPV竞争圈,往上跨越到更高的市场,获取包括更高的混动以及中高端市场轿车、SUV的份额。”广汽本田执行副总经理郑衡表示。

在油电混动领域,凭借大量专利形



成的技术保护墙,丰田长期稳坐行业霸主的位置,其油电混合双擎动力系统也是世界上普及率最高的混合动力系统。不过,通过优化和规避丰田的专利,本田也开发出智能多模式驱动(i-MMD)混动系统。

截至2018年,丰田混合动力车型全球累计销量已突破1200万辆,混动车销售占比已经突破10%,且牢牢占据全球90%的混动市场份额。本田想要铺开混动车型,首要的对手便是丰田。

目前,丰田混动系统在中国已经覆

盖亚洲龙、凯美瑞、卡罗拉、雷凌四款轿车车型、进口的威尔法双擎MPV车型,以及即将在年底上市的全新换代RAV4 SUV车型,届时丰田混动系统有望在轿车、MPV和SUV车型全系搭载。

此前,本田已在雅阁、INSPIRE两款中高级轿车以及C-RV上成功搭载混动系统,随着奥德赛锐·混动的正式上市,本田也将在全系列车型上搭载油电混动技术,补上这块短板。

与此同时,本田也试图通过推广最新混动技术抢夺尽可能更多的混动份

额。根据计划,2019年,本田在华将进一步扩大以全球最高效率著称的双电机混合动力系统“i-MMD”的搭载车型。同时,以该系统为基础开发的“无限接近电动车”的插电式混合动力系统也将于明年导入中国。

此外,尽管混动车型销量与丰田相比存在较大差距,但广汽本田在整体销量规模上却占据一定优势。2019年一季度,广汽本田销量为18.76万辆,同门竞争对手广汽丰田一季度销量为16.18万辆。

在此背景下,广汽本田还计划通过提升混动车型销售比例,增加自身在混动市场的份额。郑衡介绍,2019年广汽本田设定奥德赛锐·混动在奥德赛的销售中占比接近40%的销售目标。“在未来,我们也希望混动车型销售比例能进一步增加。”郑衡说。

值得注意的是,由于非插电式混合动力车在国内被列为节能车型,而不是新能源车型,因此一直无法享受新能源汽车补贴。不过,进入2019年,我国新能源补贴政策进一步退坡。对广汽本田而言,未来自身油电混动车型在中国市场将能够与拥有纯电车型和插电混动车型的竞争对手更加公平地展开较量。

北京商报记者 刘洋 濮振宇 企业供图

## · 资讯 ·

### 江淮汽车2018年净亏7.86亿元

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)江淮汽车近日发布2018年年报显示,2018年,江淮汽车营业收入501.61亿元,同比增长1.95%,归属于上市公司股东的净利润为亏损7.86亿元,同比下降282.02%。

同时,江淮汽车发布2019年一季度业绩预告称,预计公司一季度归属于上市公司股东的净利润为6500万元左右,下降幅度为69%左右,去年同期归属于上市公司股东的净利润为2.09亿元。

对于一季度业绩下滑的原因,江淮汽车在业绩预告中表示,一是新产品上市初期销售佣金及售后服务费增加导致销售费用同比增加1亿元左右;二是融资成本上升,导致财务费用同比增加6400万元左右;三是本季度政府补助约1.05亿元,同比减少约3.25亿元。

### 猎豹新CS10起售价7.98万元

北京商报讯(记者 刘洋)近日,猎豹汽车旗下全新紧凑型SUV新CS10在京上市。该车型共提供五款车型,官方指导价为7.98万-11.98万元。

相比现款车型,猎豹新CS10在设计上进行了大幅度优化,新车采用动感十足的“猎弓”设计语言,前脸配备璀璨式星钻格栅,两侧与大灯相连进一步提升视觉张力。除高颜值外,新CS10更彰显猎豹汽车作为军工品质代表车企的造车底蕴。以NVH降噪方面为例,新车进行大幅度优化,即使高速行驶,车内也不会受到风噪、胎噪等因素影响,保证安静的用车环境。

在动力方面,猎豹新CS10推出多种动力总成供消费者挑选。其中,2.0T发动机最大功率130千瓦、最大马力177匹;1.5T发动机最大功率110千瓦、最大马力150匹。在动力传输方面,该车型支持CVT、DCT以及手动变速箱多种选择。

## 同比增长近50% 上汽大通4月销量破万

北京商报讯(记者 刘洋)在SUV、MPV等车型持续放量背景下,上汽大通在“商转乘”后,销量持续走出上扬线。近日,上汽大通公布数据显示,4月上汽大通销量为1.02万辆,同比增长近50%。其中,国内销售同比增长43.9%、海外同比增长77.5%。与2019年一季度相比,上汽大通4月销量增幅明显。

对此,上汽大通相关负责人表

(上接A1版)

示,上汽大通在市场营销方面并未做出特别投放,4月销量增长源于各产品线均实现放量,其中G50车型表现突出。数据显示,上汽大通推出的G50车型,2019年前4个月销量分别为1720辆、1936辆、2725辆、2759辆,稳步放量。同时,在2019年国内车市整体表现不佳情况下,上汽大通采取的“C2B”定制模式反而让消费者更加拥有自主

权,更愿意为自己的配置买单,这也促进了销量整体增长。

据了解,上汽大通一直坚持差异化竞争,打造C2B智能定制模式。上汽大通总经理徐秋华表示:“我们打造差异化竞争力最明显的标志就是‘C2B’智能定制模式,凭借差异化的竞争能力,在汽车市场相对比较严峻的情况下,我们有胜出的机会。”

## 销量腰斩 长安福特靠什么过冬

2019年4月,福特汽车发布“福特中国2.0”战略及包括产品“330计划”在内的五大核心计划。“产品330计划”显示,未来三年内,福特汽车将推出超过30款专为中国消费者打造的福特和林肯品牌新车型,其中超过10款为新能源车型。这意味着,福特未来几乎平均每个月都将有新车型发布。

值得注意的是,在发布全新业务提升计划的同时,福特中国还发布了新车型——Escape,该车型的定位高于紧凑型SUV翼虎,分为普通版本和ST-Line版本。据了解,普通版本Escape在引入国内时,在外观方面进行了小幅改动,以此显示福特更重视中国市场的态度。

4月16日,在2019上海车展,福

特汽车再度重申新一轮反攻战略的决心,并与旗下合资公司长安福特一同参展,以22款新车的规模亮相,其中包括福特F-150LTD、锐界ST、锐界ST-Line和EscapeST-Line四款全新车型。

同时,赵非也透露,新锐界ST等6款车将密集上市;5月,福克斯、福睿斯也将针对消费者的反馈有所调整;金牛座将在年内中期改款,还有林肯车型也将实现国产。

虽然未来福特在华新品投放速度将大大加快,但与竞争对手相比,仍然只能称得上中规中矩。2019年3月,同为美系合资品牌的上汽通用发布“五年计划”,2019-2023年将推出60款以上全新或改款车,覆盖轿车、SUV和

豪华车所有主流细分市场。

“未来汽车市场整体表现是新品多、降价快。以2018年为例,据不完全统计,有578款新产品上市(其中全新车型154款),920款产品降价。未来三年,跨国车企将加速中国化,中国品牌及造车新势力品牌不断向上,导致合资品牌在竞争压力下价格不断下探,产品利润空间加速缩水。”长安汽车在年报中坦言。

业内人士认为,即便能够顺利实施产品计划,也不意味着长安福特就一定能够顺利脱困。在销量持续低迷的背景下,长安福特的品牌力无疑也在不断下滑。未来,在加快新品投放速度的同时,长安福特更需要找到品牌修复的良药。