

· 资讯 ·

## 赛麟品牌在华正式发布

北京商报讯(记者 刘洋 实习记者 刘晓梦)近日,美国超跑开创者和全球超跑领导者——赛麟(SALEEN)品牌在华正式发布。随着旗舰车型赛麟S7全新勒芒版的亚洲首秀,拥有36年历史传承的赛麟品牌正式在华启航。

赛麟汽车自1983年创立以来,凭借世界领先的动力总成、热管理技术、轻量化材料应用以及底盘和整车安全四大核心技术,在超跑与高性能车的研发与生产方面取得了卓越的成绩。赛麟汽车品牌创始人史蒂夫·赛麟表示:“今后,赛麟将会把赛道基因和航天科技继续运用到更多车型中。”

同时,赛麟汽车联合创始人、董事长王晓麟表示:“我们将根据客户需求精心打造的每一款产品——‘世界超跑之王’赛麟S7;人人都能拥有的高性能超跑’赛麟S1、超跑型SUV赛麟·迈客以及由史蒂夫·赛麟调校的城市电动小跑车‘迈迈’带入中国市场。”

据了解,目前赛麟已经在江苏如皋建立一座具有22万辆年产能的整车生产基地。今后,赛麟将在中国开创一个属于世界的超跑“新物种”,即人人都能拥有的超跑、超跑型SUV和超跑型轿车。

## 丰田牵手比亚迪提速电动化

北京商报讯(记者 刘洋 实习记者 刘晓梦)制定到2030年电动化车型销量提升至550万辆以上目标的丰田,正通过联手国内电池及新能源车头部企业提速在华布局。近日,比亚迪股份有限公司(以下简称“比亚迪”)与丰田汽车公司(以下简称“丰田”)正式签订合约,将共同开发轿车和低底盘SUV的纯电动车型,以及上述产品等所需的动力电池。车型则使用丰田品牌,计划于2025年前投放中国市场。

今后,比亚迪与丰田将结合各自在电动车和电池领域的技术积累和开发实力,致力于开发更具吸引力的纯电动车产品,推动纯电动车的进一步普及。

此前,宁德时代与丰田在新能源汽车动力电池稳定供给和发展进化领域建立全面合作伙伴关系。事实上,为满足更为严苛的排放规定,全球汽车制造商竞相调整零排放车型阵容,丰田也重新对电动汽车销售预期做出改变。同时,全球市场对电动汽车的总体需求远高于丰田预期,这可能会让丰田现有的自行生产电池战略陷入困境,丰田开始扩大挑选松下以外的供应商及合作方。

## 长城汽车全球化再落子

继上汽、吉利和长安后,长城汽车也入局5G生态圈,并寄希望于5G为长城车型带来智能化转变,让全球化布局再提速。长城汽车近日公布“GTO全域智慧生态战略”规划,并联手BAT等8家互联网及通信企业,围绕5G互联网模式并结合AI技术,欲改变汽车功能属性,让汽车变为出行机器人。事实上,在海外建厂落全球化战略首枚棋子后,汽车智能、网联化成为长城全球化战略的第二枚棋子。



据悉,今年上半年长城汽车销量超过49万辆,同比增长4.7%,成为自主品牌中少数实现销量正增长的车企,而在销量稳增的同时,长城汽车开始布局互联驾驶。目前,中国车市已由增量竞争转入存量竞争时代。以往跑马圈地、各自为战的方式已不能适应时下的发展需求,深化合作、敢于创新已成为未来车企的发力重点。在长城汽车看来,汽车将成为继手机后更大的移动智能终端,而长城汽车则将车载互联定位为“出行机器人时代”。

为此,长城汽车联手腾讯、阿里、百度、中国电信、中国联通、中国移动、华为和高通8家战略伙伴,深入布局5G+AI技术。长城汽车技术中心副主任郭岩松认为:“传统功能车时代”正向“出行机器人时代”转变,AI生活、AI伙伴、AI出行成为未来出行机器人的三大主张。此外,长城汽车还制定互联网生态产品落地计划。据透露,今年三季度上市的新车将实现全生命周期在线。

目前,国内汽车市场正面临

“阵痛期”,市场竞争愈发激烈,对此长城汽车董事长魏建军认为:“全球化是中国汽车企业唯一的出路。”实际上,作为最早一批“出海”布局的自主品牌车企,长城汽车已从整车出口、CKD等输出方式,转变为在海外建立整车研发、生产基地。今年6月,长城汽车位于俄罗斯的图拉工厂正式竣工,同时哈弗F7下线投产。魏建军认为,在国内车市进入存量竞争后,此前享受车市放量红利的自主品牌,在国内车市增速遇阻的情况下,将目光投向海外市场,成为自主品牌新机遇。除在海外建厂,在他看来,随着5G和人工智能的到来,长城汽车在新科技方面的创新优势将更将突出,这也将更有利于提升长城汽车的全球竞争力。GTO战略将是长城汽车在自主品牌全球化浪潮中的核心竞争力,是应对未来全球市场竞争的关键。

数据显示,2020年我国智能汽车市场规模将接近600亿元。在长城汽车加紧步伐开拓智联市场布局的同时,竞争对手也早已瞄准这一未来趋势,市场竞争逐渐加剧。

据了解,包括上汽、东风、长安、吉利等本土车企,纷纷开始布局5G与AI领域,争抢制高点,圈定“朋友圈”,押注未来智能汽车新战场。

对此,郭岩松认为:“目前的汽车行业依然处于功能驱动的时代,尚不能全场景理解、服务于用户需求,在人车关系和用户体验上无法与智能手机拉开差距。可以说,中国的智能网联汽车亟待一次跨越式变革”。同时,对于目前自主品牌在推进5G互联驾驶所遇到的困难,郭岩松认为:“目前国家大力推进5G商业化建设,但多数企业由于缺乏自主创新能力等多重因素影响,面对技术升级时受阻”。

业内人士认为,随着更多企业纷纷加入,5G智能出行市场竞争也将更加激烈。但5G互联技术还在市场检验期,能够得到消费者认可才能真正市场站稳。长城汽车深耕智能网联多年,5G与AI的发展为智能网联汽车的发展提供了新契机。然而想要得到市场的认可,长城汽车同样面临不小的挑战。

北京商报记者 刘洋  
实习记者 刘晓梦 企业供图

(上接A1版)

## 星途不温不火 奇瑞三度冲高受阻

## 车市寒冬入局

值得注意的是,观致汽车的出售并没有让奇瑞放弃冲击高端的念头。在2017年法兰克福车展上,尹同跃带着奇瑞全新的高端品牌——星途正式亮相。不过,星途品牌的首款量产车却在两年后才正式上市,可谓姗姗来迟。

与吉利领克、长城WEY相比,为何星途的诞生时间较晚,尹同跃表示,第一是为了追求极致,第二是这个平台是兼容性非常强的品牌,有四驱、纯电动、油车混动等,特别在智能和网联方面,有很多颠覆性的东西,所以要花

很长时间。

作为奇瑞大力打造的高端品牌,今年初,在星途TX量产下线活动上,尹同跃表示,星途2019年的“小目标”是年销10万辆。数据显示,星途今年6月销量仅为1758辆,与5月的1701辆和4月的2113辆相比,显得不温不火,与10万辆的目标相去甚远。

汽车行业专家贾新光认为,今年整体市场不好,星途上市的时间不是一个好时机。中国汽车工业协会发布的数据显示,今年上半年,国内汽车产销分别完成1213.2万辆和1232.3万辆,产销量同比分别下降13.7%和12.4%,延续了

自2018年下半年以来的低迷态势。

不仅如此,贾新光还表示,同为主车企,与吉利旗下高端品牌领克相比,星途也有明显差距。在技术层面,领克有豪华品牌沃尔沃背书,在营销层面,领克的品牌运作规模也较大,星途相对而言格局不大。

除了上市时机和品牌运作方面的不足,星途首款车型TXL/TX还面临着“同室操戈”的隐患,有人甚至将星途TXL/TX称为“换壳的瑞虎8”。

瑞虎8是奇瑞品牌旗舰SUV,该车高配版本不仅拥有1.6T发动机与7速双离合变速箱,且在车身尺寸等其他配置

上也与星途TXL/TX有一些相似之处。在价格层面,1.6T版本的新瑞虎8厂商指导价为11.99万-15.59万元,明显低于星途TXL/TX。此外,购买新瑞虎8还可以享受5000元车险套餐、最高尊享5000元金融个贷补贴、1.6T另享三年6次免费保养等优惠。

“一个新品牌没有大的投入很难打开局面。现在是困难时期,但是如果奇瑞做高端是战略,就不能减少投入,也不能急于追求成效,星途到底能不能成,最终还是得看市场表现。”贾新光说。

北京商报记者 刘洋 濮振宇/文并摄