

# 荣威MAX登场:打造上汽品牌升级跳板



发动机轰鸣声响起,车轮摩擦地面卷起细沙,硬核SUV荣威RX5 MAX单挑空中巨人,超燃对决。最硬核中国车,究竟能否顺利征服超重量级对手?最强中国芯,将如何刷新自主品牌汽车性能极限?8月20日,上汽荣威全新智能硬核SUV荣威RX5 MAX以370Nm最强中国芯,向重达36吨的波音737发起硬核挑战,一口气拖拽其前行40米,成为首款成功完成领航大飞机挑战的自主品牌车型。

余音

近日,全新荣威RX5 MAX单挑空中巨人波音737的壮举,为自主品牌汽车赢得一片喝彩。荣威“MAX”也由此高调走到聚光灯下。荣威RX5 MAX不仅拥有最大功率170kW、最大扭矩370Nm的硬核实力,更是全球首款量产智能座舱SUV车型,被上汽赋予了拓展品牌新高度的重任。

占领制高点的战斗,从来是要付出点代价的,但也能为了长远的胜利带来保障。这正是为什么近年来像吉利、长城等自主品牌车企都大力度推出自主高端品牌的原因。面对汽车市场总体偏软的现状,上汽自主品牌荣威并非只是采取降价保市场的本能反应,而是敢于逆水行舟,积极向上推高品牌档次。荣威MAX新物种高调登场,身担重任,将成为上汽自主品牌升级的跳板,这既是实力的显现,也是决心的宣示。

MAX对上汽荣威意味着什么?又会带来什么?在新车即将上市之际,刚刚履新的上汽集团总裁王晓秋、上汽乘用车总经理杨晓东和上汽乘用车副总经理俞经民,共同接受了记者的采访。

大家对荣威RX5 MAX很感兴趣,能否介绍一下这方面的情况?

荣威RX5 MAX是上汽乘用车产品往上走的一个非常重要的、标志性的产品,我们希望它能给客户带来和荣威RX5不一样的体验。这是一款从品质和设计方面都可以真正和合资车型进行竞争的产品。在目前整个市场不好的情况下,荣威RX5 MAX可能是一款比



较奢侈的产品,增加了很多成本。站在我们的角度来说,目前还是认为最关键的是打造好产品。

从竞争来讲,性价比非常重要,但我们更注重品质。荣威RX5 MAX的品质是非常好的,不过由于目前整个市场不是很好,为了销量考虑,它的价格相比当初预期可能还会有一点牺牲和调整。

今年车企都普遍关心市场占有率的情况。上汽的情况怎么样?

今年整个中国车市持续遇冷是肯定的,不大可能突然好转。无论如何日子总得过。在当前整个车市下跌的情况下,各个车企都在大力促销,上汽集团目前最重要的任务是市占率不能低,其他都可以商量,市占率低了就等于把阵地丢失了。上汽乘用车1-6月份销量还可以,其中荣威逆势增长5.6%,说明了用户对我们的青睐。此次推出荣威RX5 MAX,就是希望能在提升荣威品牌销量方面做一点贡献。

关于品牌向上,上汽有什么思考?

品牌不向上,没有将来;品牌

向上,关键是产品。从品牌向上来讲,我们第一个还是做产品。汽车智能网联和电动化我们非常有优势,尤其是三电核心技术,十几年来锤炼已经给我们带来了好处。

品牌向上是要时间的,也急不得。我们希望2020年,产品从造型开始再做一次彻底的变更,从仅仅围绕技术做,变成真正围绕用户做,这可能是最大的区别。

大家可以去感受一下荣威RX5 MAX到底怎么样。很多人都在怀疑30年合资合作下来,中国自主品牌究竟有没有学到新东西?从明年开始我们推出的全新一代动力总成,从发动机的EMS到变速箱的TCU全部都是我们自主开发的,会有一个更大的进步,解决所有以前自主品牌遇到的壁垒。

互联网汽车是荣威开创的,我们怎么强化荣威品牌的标签?

我们作为互联网汽车的创行者,三年前第一声“你好斑马”出来后,我们依然在不断升级迭代进化。互联网能不能往智能网联方向发展,智能座舱、智能汽车、智能驾驶

的发展,该怎么串联起来?我们是有答案的,也是进行长期发展规划的,荣威RX5 MAX是全球首款量产智能座舱,不是炒概念。

互联网汽车带来人和车辆的交互,那么能否实现人车交互方式的升级?如果不能,就不能叫智能座舱。我们的荣威RX5 MAX是以“赋予空间以情感,赋予智能以情商”作为设计理念,实现从交互到交流。交互的升级是从“听到”到“看到”,让交互到情感交流,把科技真正融入人们的出行,融入个人、家庭的出行场景中。

怎么让消费者分清荣威RX5 MAX和荣威RX5的区别?将来荣威MAX是不是还有更多车型?

荣威RX5 MAX不是荣威RX5简单的车型改款进化,而是我们推出的全新一款车型,明年还有全新的荣威RX5上市。荣威RX5 MAX轴距为2760mm,荣威RX5轴距为2700mm,两者有本质区别。大家有一个普遍问题,为什么叫荣威RX5 MAX?荣威RX5名字好,销量大,还是全球首款量产互联网汽车,荣威RX5 MAX是全球首款量产智能座舱的SUV。这是一个不断升级迭代进化的概念。

将来还有其他MAX车型的产品吗?这给我们提了一个很好的建议。全新荣威RX5明年上半年就会来,肯定是一个有很大进步的车。而荣威RX5 MAX则是凝聚了这段时间整个上汽集团和上汽乘用车技术研发的力量,拿出了我们追求极致的精神,是代表上汽最高水平的产品。

张云

## 免拍牌还长续航 沪上潮人钟情多 雷凌双擎E+已成购车优选



随着环保意识不断的深入,新能源车已列入了潮人们的购车清单中。然而,续航里程短和充电难这两大问题阻碍了不少消费者。

近日,广汽丰田在上海组织了雷凌双擎E+超长续航挑战活动,试驾车主之一、业务遍布长三角地区的外贸公司总经理王先生表示:“新能源车是未来的发展趋势,我也支持环保,但是观望了好久,发现市面上的新能源车续航里程都不理想。但雷凌双擎E+改变了我的看法。”

如今,王先生开车从上海到南京,再到衢州或者温州,无论业务联络如何繁忙,奔波如何辛苦,他都没有里程焦虑。

最新数据显示,作为混合动力技术的先驱,丰田混合动力车型在全球累计销量超过1400万台。作为丰田全球战略插电混动中级车,雷凌

双擎E+在此基础发展而来,具备先进而成熟的丰田混合动力优势。

雷凌双擎E+搭载先进的丰田THS II混动系统,使其既有电动车的优势,也有混合动力车的实用性。雷凌双擎E+拥有丰田先进的“三电(电机+电控+电池)”技术,采用1.8L阿特金森循环发动机、永磁同步电动机和E-CVT电子无级变速箱,搭载松下三元锂电池,使用高效充电器(220V)3小时内就能充满电,带来轻松愉悦的驾驶体验。

雷凌双擎E+可自由切换EV纯电动和HEV混动两种驾驶模式,实现“一车双用”,总续航里程达近千公里。在EV纯电动驾驶模式下,续航里程55km,日常通勤可轻松实现“0”油耗;如不充电行驶,采用HEV混动驾驶模式,续航里程为930km,百公里综合工况油耗低至4.3L。

值得一提的是,雷凌双

擎E+还可享广汽丰田“电池无忧计划”:动力电池在8年或20万公里质保的基础上,还免费拥有不限年限、不限里程的延保保障,并且跟车不跟人,车辆转手仍然有效,增加了车辆的保值率。

节能环保的同时,雷凌双擎E+满足了国家对新能源汽车的规定,不拍牌、不限行,可直接上绿牌,同时享受新能源汽车补贴。

以上海为例,购买雷凌双擎E+可享受国家新能源补贴和厂家补贴,再加上上海牌照费用、购置税、车船税等,可以为车主节省至少10万元的购车成本。

除此之外,广汽丰田还推出了低门槛金融政策,首付5成享2年0利息,在“丰云惠”App下订可享1000元京东E卡和优先提车权,提车还可获赠充电桩及免费安装,让广大消费者真正购买无忧,充电无忧。

王京

## 二手车活跃成消费新动力

“全国报废机动车回收,7月份20.4万辆,同比增长40.1%,其中汽车17.2万辆,增长47.5%;1-7月,报废机动车累计回收126.9万辆,同比增长25.3%,其中汽车106.7万辆,增长29%。”“全国二手车交易量,7月份121.3万辆,同比增长6.7%;1-7月,累计交易二手车807.5万辆,同比增长4.3%。”这是商务部日前先后披露的两则二手车市场信息。

按照1-7月报废机动车辆类型划分,汽车类回收

106.7万辆,同比增长29%。其中客车77.5万辆,增长24.6%;货车22.9万辆,增长42.2%;挂车3.1万辆,增长54.2%;专项作业车1.5万辆,增长3%。此外,摩托车20.2万辆,增长8.9%。

新修订的《报废机动车回收管理办法》,提高了报废车的回收价值,引导车主积极主动报废更新,为促进汽车消费优化升级和提质转型升级腾出空间,实施效果初显。今年单月和前7个月报废汽车回收增速均在20%以上。

今年前7月二手车与新车两个市场比较,二手车交易量增速比新车销售量增速,高出15.7个百分点,二手车交易量与新车销售量比较,也从去年同期的0.48:1提升至0.57:1。受益于全面取消二手车限迁政策的落地,二手车异地转籍总量达到240万辆,异地转籍比例提升至29.7%,同比上升5.1个百分点。商务部认为,二手车市场的持续活跃,在一定程度上对冲了新车消费下滑压力,成为拉动汽车消费的新动力。

张伯顺

## 上汽大众首款纯电车型朗逸上市

上汽大众首款纯电动朗逸纯电于8月23日正式上市,新车推出优享版车型,综合补贴后统一建议售价为14.89万元。朗逸纯电搭载了高功率同步永磁电机,电机峰值功率为100kw,峰值扭矩为290Nm。4级可调滑杆能量回收系统,使朗逸纯电百公里综合工况能耗仅为13.2kWh,纯电综合续航里程达278km。

江美



## 丰田全系电动化支援东京奥运

丰田作为奥运会及残奥会全球合作伙伴,将为2020年东京奥运会及残奥会提供专门开发及改装的全系电动化车辆,旨在实现奥运会史上环境负荷最低的大会。

在燃料电池车MIRAI和PRIUS PHEV以及混合动力

车的基础上,以2020年东京奥运会专用车APM和专用特殊规格e-Palette、TOYOTA Concept-爱i为中心,丰田将向大会提供大约3700辆电动化车辆。预计电动化车型比例占所有提供车辆的约90%,其中,行驶中零排放的

EV和FCV的数量分别为850辆和500辆,合计1350辆,为奥运会史上最多。

此外,丰田还将通过丰富多样的移动出行工具和融合了TPS的移动出行解决方案,为奥运会相关人员的移动出行提供支持。

林夏