内外兼修，荣威RX5颜值爆表聚人气

■ RX 5“型男脸”版　■ RX5“鲜肉脸”版

2016北京车展上周热闹落幕。车展首日，上汽集团与阿里巴巴集团倾力打造的“全球首款量产互联网汽车”荣威RX5全球首发，以全新一代的设计理念高调亮相。连日来，车展现场荣威展台虽无明星助阵同样人气爆棚，吸引了一大批“围观群众”；线上，“荣威RX5变脸决定战”票选、H5小游戏等活动，也吸引了诸多网友参与，一时间朋友圈被荣威RX5的美图刷屏，引发极高议论度。

作为上汽聚焦“品质”战略的首发作品，荣威RX5胸怀全面“叫板”合资的雄心。颜值“爆表”的背后，正是荣威RX5代言的全新一代的“律动”设计语言。围绕着“东韵西律”的核心精神，通过对设计细节与制造工艺“精雕细琢”，荣威RX5终于在量产车上展现出了上汽自主品牌原创造型设计的世界级实力。

有意思的是，此次上汽荣威似乎要将“颜值”革命进行到底。车展首日，他们就发起了荣威RX5前脸造型的票选活动，将汽车前脸造型交由消费者决定，首创“自选式”的消费者深度互动新模式。短短6天的活动，通过官方微信和多家网站的投票平台，有近50万网友参与荣威RX5这场“鲜肉脸”与“型男脸”的“门面之争”，最终“鲜肉脸”获得近30万投票，力压“型男脸”，成为网友、车迷更中意的前脸造型。

此次票选汽车前脸造型之举，以移动互联用户乐于接受的方式充分听取用户意见，不仅能让荣威RX5更符合用户需求，也使这款新车攒足了人气。

一辆互联网汽车的内饰究竟应该是怎样的？首次车展站台的荣威RX5门紧闭不展示内饰，硬是让“围观群众”颇觉遗憾。好在北京车展甫一结束，荣威RX5 也结束了“闭门谢客”。5月6日，“全球首款量产互联网汽车”的部分内饰官图终于曝光，支持六屏智能联动的10.4英寸的竖立高清大屏再度引发热议。

可以看到，荣威RX5内饰明快简洁，设计风格与外观造型内外呼应；竖置的10.4英寸全高清电容屏很是抢“眼球”，满满的科技感与品质感。据介绍，开发人员深入研究了人手比例、操控和视觉平衡等因素，以10.4英寸主屏与7英寸仪表屏的最佳比例设计实现双屏互动。而且，10.4英寸大屏偏向驾驶侧，在保证安全的前提下提供了完美的视野和操控体验。

据了解，荣威RX5内饰电器界面差竟然为0mm，间隙匹配控制在0.1–0.3mm的毫发之间，精湛工艺比肩豪华品牌，堪称“匠心品质”。

纵观本届车展，亮点颇多。媒体人士纷纷发表评论认为，自主品牌的整体实力有了明显提升，最让人记忆深刻的，逃不出几个关键词，就是“互联网”、“SUV”和“自主品牌”。而本届车展，荣威RX5几乎囊括了以上所有关键词，在车展期间从众多参展车型中脱颖而出成为“爆款”。从世界级造型设计、世界级动力系统乃至世界级互联网应用，上汽为消费者呈现了一款集众多前沿科技和理念于一身、能代表中国汽车设计、制造工艺和动力技术最高水准的SUV，同时互联网“黑科技”的应用，也更加让人充满美好想象。RX5的受追捧自是水到渠成，不足为奇。　余音

挺进大型SUV 长安CS95亮相

长安汽车在上周结束的北京国际车展上展示了众多最新科技成果。其中，以“无人驾驶”为代表的智能驾驶技术、以in Call 5.0智能互联系统为代表的智能互联技术进一步印证了其在汽车智能化领域的前瞻思维及技术实力。车展上，长安汽车多款明星车型亮相。通过对新逸动、新奔奔EV、逸动PHEV、CS75等明星产品的诠释，品牌表现力再次提升。而长安重磅打造的大型旗舰SUV——CS95惊艳亮相，向世人展现了中国品牌在整车制造领域的新高度。

CS95借鉴了概念车设计元素，保持了长安汽车一贯的高设计水准。车长近5米，宽度近2米，高度将近1.8米，车身尺寸堪称同级别的佼佼者。

CS95将配备长安汽车引以为傲的最新无人驾驶及智能互联技术，如停走式自适应巡航系统、自动紧急刹车、前碰撞预警、远程遥控等。同时，CS95集成世界领先的动力创新成就，搭载全新2.0TGDI发动机，由长安汽车英国研发中心主导开发。　林夏

海马V70进击自主中高端MPV蓝海

海马汽车强势回归MPV市场的重磅战略新品——海马V70在北京车展上市，共推出8款车型，售价为7.89万—12.89万元。海马V70填补了自主低端MPV与合资高价MPV之间的市场空白，开始出击“自主中高端MPV”蓝海市场。

海马V70采用海马新一代纯正轿车平台打造，轴距2800毫米，提供了5/6/7座三种选择，可实现多达60种座椅组合方式。

海马V70配备1.5升涡轮增压和2.0升自然吸气两款发动机，其中前者最大功率为115KW，配备原装进口的韩国现代动力的6挡手自一体变速箱；后者最大功率112KW，配备6挡手动变速箱。海马V70还配备同级独有的HDC陡坡缓降，还是同级唯一全系标配ESP车身稳定系统的MPV车型。　晨阳

北京越野车三箭齐发“军团出击”

北京(BJ)品牌越野车再添新丁，BJ80、BJ40L、2016款BJ40共13款车型日前在北京司马台长城上市。其中，搭载2.3T涡轮增压发动机的BJ80共计上市2款车型，售价28.8万–29.8万元；搭载源于萨博2.0T和2.3T涡轮增压发动机的BJ40L、2016款BJ40分别上市6款和5款全新车型，售价均为12.98万–16.98万元。

此次三款新车联袂上市，标志着北京(BJ)品牌越野车将改变以往“单兵作战”局面，实现“军团出击”。而从近期邀请冯小刚导演代言、开启“分品授权”模式、参与2016环塔拉力赛来看，北京汽车在产品、营销、渠道上三箭齐发，吹响了“越野世家”的冲锋号。

BJ80整车外观流露出浓郁的硬派范儿，BJ40L与2016款北京BJ40在保持刚劲车身线条同时，在车身比例、大灯等细节方面融入了诸多时尚潮流元素，满足了年轻消费者的时尚化外观需求。

结合家庭及商务出行需求，BJ80采用高档次内饰材质，提升了内饰豪华感和精致感。座椅电加热、智能一键启动、博世第九代ESP系统等科技装备一应俱全。

BJ40L与2016款BJ40全车30多项内饰品质升级，内饰风格更适合家用。

结合越野车型对于动力性能的特殊需求，三款新车在动力调校方面更偏重于低扭矩高输出。BJ80搭载源于萨博2.3T的涡轮增压发动机，最大扭矩350Nm，实现持续的高扭矩输出。BJ40L与2016款BJ40车型，则搭载相同的萨博2.0T/2.3T发动机，在1900rpm时可爆发出最大扭矩，满足专业越野动力输出。　江美

全力推进『全擎动力』布局

——北京车展广汽丰田高层访谈

在上周结束的2016北京车展上，广汽丰田携首发车型全新致炫亮相，并宣布将于年内导入搭载1.2T直喷涡轮增压发动机的车型，2018年将导入雷凌外插充电式混合动力车（雷凌PHEV），完善领先业界的“全擎动力”布局。车展期间，广汽丰田副总经理长田准和黄永强接受了本报记者的专访。

广汽丰田正在开展全体系构造改革，介绍一下全体系构造改革的内容是什么，跟原来发布的中长期计划有哪些关联？

其实，中期规划就是我们公司整体的构造改革的一个核心部分的内容。

我们的构造改革主要分为两个方面。第一个就是生产方面，主要是集中在工厂进行改革；再一个就是销售方面的改革。

生产方面的构造改革，我们有一个重大的举措，就是在2017年末第三生产线投产。这是非常特别的一条生产线，我们将会以生产中高级车的品质来生产小型车。

销售方面的构造改革，主要是希望对经销商进行一个资源的支援，逐步提升他们在售后以及收益的提升，我们不会去牺牲经销商的利益，来确保厂家的利益。再有，从明年开始丰田会导入TNGA（丰田新全球架构）平台的车型，这方面也是构造改革的内容。

为什么选择将来用雷凌这款车型导入插电式混合动力系统？

我们推出插电式混合动力系统有两点，首先导入插电式混合动力系统(PHEV)，更多是希望为顾客、消费者提供多一种选择。第二方面基于国家的油耗法律的限制，包括政策方面的影响。基于这两个考虑，我们肯定是希望在比较畅销的、市场大的车型上导入插电式混合动力系统，在广汽丰田雷凌就是非常好的选择。从丰田汽车的角度看，比较倾向于从不同的汽油版再到混合动力，再到插电式混合动力，最后就是FCV，就是没有任何污染的燃料电池汽车。

为什么到2018年才能推出插电混动车型？

其实，广丰当然是需要尽快导入插电式混合车型，希望在2017年导入，我们有这样的想法和需求。导入这款车的话，肯定需要跟丰田那边进行沟通，再充分考虑工序方面的原因，也包括中国对油耗方面的限制，对企业油耗标准的限制，我们能够做到的最快的时间节点，大概是在2018年导入这款车型。到2020年，预计混合动力车型可以达到我们整体销量的三成或者四成。

雷凌双擎的销售和产能情况怎么样？

目前为止雷凌双擎累计的订单1.5万台，交付了8000多台，还有三个月的订单没有交完。雷凌双擎一直处于供不应求的状态。针对这种状态，我们也会按照客户先订先交的原则，尽快让客户提到车。

实际上，混合动力系统国产化以后，在产能上有一个爬坡的过程。一些零部件是处于全球采购的阶段，也是需要在这一方面做一些改善，能够确保中国的市场的需求。

雷凌双擎推出以后，我们希望这一款车是能够普及的混合动力车型。实际上，除了个人消费者，我们还向行业客户做了大力推广。比如说广州、贵阳的出租车，还有北京的专车，他们都在大规模地开始使用混合动力车型。这对混合动力车型的普及和运用，是一个很有力的支撑和挑战。　张云