

全球首款互联网汽车开盘即送利好 荣威RX5超低价树SUV品质标杆

梦想照进未来

上周，国内首款互联网汽车火了，加上接地气的售价，它赢得了掌声；而号称国内首款即将量产的太阳能汽车，却迎来了一片嘘声——与传统汽车相比，这两款车都是汽车人寻求突破的梦想之车，虽然一个在功能上，一个在能源上，但为什么反响会如此截然不同？

互联网汽车会是什么样，在荣威RX5之前，我们都是从国际新闻上知晓一二。谷歌和苹果都号称在做互联网汽车，但它们的互联网都基于各自的操作系统，通过手机来运作，汽车本身的功能并没有突破。

但这次上汽与阿里联手之初，就表示汽车+手机≠互联网汽车。荣威RX5最终搭载了YunOS智能系统，汽车本身就能在网络奔跑，它能记路线、导航、推送音乐等，突破了传统汽车“行”的功能。这是它赢得掌声的原因之一。

那么，太阳能汽车什么样，我们都是从国际新闻略有了解。此前，太阳能汽车更多的是试验品。目前比较实用的技术是太阳能车顶技术，德国奥迪公司和美国的菲斯科公司走在了应用的前端，换言之，太阳能是有益补充。

但汉能研发的太阳能汽车，是计划年产30万辆的量产车。消息一公布，顿时让人觉得中国又走在了世界前列。可细细研读它的资料，却发现有一个数据让人觉得梦想难以照进未来，那就是裸晒5-6小时，太阳能板可发电10度，汽车大概能行驶80公里。单说这80公里这一数据，在日益扩大的城市里，算不上中长途，更何况还是最理想状态下能实现的续航里程，万一碰到晴转阴、局部降雨等天气，那就很容易趴窝，出现出门易、回来难的尴尬局面。再者，目前的电动车，续航里程轻轻松松就能突破200公里，如果买一辆混合动力车，那么，没什么好考虑的，想开多远开多远。为什么非得要买一辆理想天气下，活动半径也不能超过40公里的太阳能汽车呢？开个车也要看天气，实在是太不接地气。或许，资本市场大起大落的汉能，项庄舞剑意在沛公吧。 姚琼



设计语言“律动设计”，矩阵式全LED大灯、领先同价位产品2代的10.4英寸高清触控电容屏和超大全景天窗，均以世界级造型设计彰显极致科技感与品质感。

荣威RX5采用高效动力科技，搭载2.0T和1.5T两款直喷增压发动机，最大功率分别达到220马力和169马力，百公里加速表现比同级SUV快2秒以上，百公里刹车距离比同级短3-5米，百公里油耗比同级少2L，展现出越级动力表现。此外，RX5采用保时捷底盘调教、与路虎同源的GKN智能适时四驱、全独立悬架、四路全高速CANBUS系统总线等，技术性能全面超越同级。

以质论价，可以说荣威RX5的2.0T车型是目前15万-20万元价格区间最好的SUV，1.5T车型也可在同级10万-15万元的SUV中称雄。

创新突破，是此款新车的一大看点，体现的是上汽集团可持续发展的灵魂和创新转型的重要举措。荣威RX5开创了汽车产品的新品类，不仅是汽车巨头上汽集团主动拥抱互联网经济的转型支点，同时也是阿里巴巴全面进军汽车行业的象征，更是两位业界老大跨界深度融合的标志性成果。

超越传统汽车的内涵，荣威RX5集成了阿里巴巴的YunOS智能操作系统、支付宝、阿里通信、高德导航、虾米音乐等资源，开放融合互联网和大数据，围绕用户的车生活，整合双方线上线下资源，为用户提供智慧出行服务。

据悉，未来上汽集团和阿里巴巴还将以互联网汽车为基础，快速迭代更新，不仅逐步将上汽目前研发的新能源技术、智能驾驶等前瞻技术应用于该车，同时未来车内硬件将持续开发扩展、软件自动升级，云端数据不断丰富积累，“无限迭代”升级，打造“有生命”的智能之车。

本报记者 张云



上汽大众上半年销量夺冠

全国乘联会近日发布上半年销售数据，上汽大众实现销售970018辆，位列乘用车市场第一，继续领跑国内市场。

大众品牌1-6月销售818119辆，继续蝉联国内单一汽车品牌销量冠军。其中Polo家族上半年销售90795辆，在A0级两厢车市场遥遥领先。在A级车市场，Lavida家族上半年销售287164辆，同比增长23.1%，而全新朗逸更以上半年248939辆的销量表现继续成为国内最畅销的车型。此外，凌渡上半年销售71342辆，以月均破万的销量表现继续引领高端A级车市场。全新帕萨特上半年销售82865辆，位列B级车市场第一。Tiguan途观上半年销量达111761辆，在竞争激烈的国内合资SUV市场稳居首位。

斯柯达品牌1-6月销售151899辆，同比增长10.2%。明星车型明锐上半年实现销售73313辆，进入中国市场九年来累计销量已突破100万辆。Rapid家族受到年轻消费者的追捧，上半年销量超过4.3万辆。 宝龙

上汽乘用车半年同比暴增6成

2016年上半年汽车市场表现延续整体回暖走势，继续保持小幅增长。与整体车市缓慢提升形成强烈反差的是，上汽乘用车今年1-6月以10.97万辆的销量、61%的同比增速，强势领跑上半年车市。

上半年，荣威品牌表现尤为出彩，1-6月销量同比增长74%，几乎10倍于市场整体增速。今年6月，荣威品牌销售11792辆，同比增长高达86%，其中荣威360销售6141辆，上半年累计销售36914辆。作为“蓝芯”重磅车型，荣威360自去年9月上市至今销量已突破6万辆，其中支持CarPlay车型占总销量的90%，成为CarPlay车型全球“销量王”。作为上汽集团新一代创新成果，荣威RX5树立了中国品牌SUV的“性价比”标杆，上市后将为荣威品牌销量的持续提升提供强大动力。

上汽新能源产品以167%的增速以及荣威e950等新品的不断推出，占领国内新能源车市场重要位置。6月，上汽新能源车销量荣威e550共销售了2329辆，以同比238%的增幅，领跑新能源汽车市场，荣威e550上半年

年销售了8711辆，同比增长162%。今年4月，作为中国首款新能源B级车，荣威e950的上市，在B级车市场崛起了一股新势力。下半年在现有三款新能源产品的持续发力和重磅车型荣威eRX5的强势助推下，上汽新能源将进一步扩大市场份额。

MG名爵品牌上半年销量同比增长42%，其中权重产品十级“高性能中级SUV”名爵锐腾销量达到26802辆，同比增长87%。与英超利物浦合作、赛道音乐节等一系列体育营销，获得了年轻消费者的广泛认可。

上汽通用汽车新锐性能中级车雪佛兰全新科鲁兹将于7月20日正式上市。全新科鲁兹基于通用汽车全球最先进中级车平台打造，是在雪佛兰全球最新一代设计语言下推出的第二款战略车型。

全新科鲁兹车长增加，车体加宽，轴距更加长至同级领先的2700mm。动力采用1.4T发动机以及1.5L发动机，分别匹配7速DCG智能启停双离合变速箱、全新6速DSS智能启停变速箱，以及6速手动变速箱。



长安福特上半年销量创历史新高

长安福特日前公布了其2016年1-6月的销售业绩，累计销量创同期历史新高，达434645辆，同比增幅为10%。其中，6月销量为64377辆，同比增长4%。

由福特锐界、福特翼虎、福特翼搏组成的长安福特SUV家族表现尤为抢眼，持续创造销量佳绩，上半年累计销量高达133240辆，同比劲增

27%。其中，福特锐界1-6月累计销量53135辆，月均销量近9000台。福特翼虎1-6月累计销量达57375辆，以月均近万辆的销量，持续受到消费者的青睐。截至目前，福特翼虎累计销量已突破40万辆。

作为“新典范家轿”，全新福特福睿斯已成长为推动长安福特持续增长的重要推动力，今年1-6月累计销

量高达125173辆，月均销量超过2万辆。福克斯品牌依然是对长安福特销量贡献最大的车型之一，1-6月累计销售超过10万辆。新蒙迪欧1-6月总销量达52263辆，月均销量超过8500台。长安福特全新旗舰车型福特金牛座今年上半年累计售出14068辆，印证了高端汽车市场和精英人士对其的认可。 江美

大众汽车助力中德文化交流

大众汽车集团耕耘中国三十余年，一直致力于促进中德两国之间的文化交流。今年仲夏之际，有德国戏剧“奥林匹克”之称的“柏林戏剧节”首度来华，携三部出色剧作在北京和上海两地进行巡回展演，大众汽车为此戏剧盛宴提供了全程赞助。

对“柏林戏剧节”的支持，是大众汽车全新文化项目“PACE”的重要组成部分，PACE意为参与、互联和交流。大众汽车致力于为公众创造更多参与文化和艺术项目的机会，使更多人接触和感受新文化，积极促进中德两国之间的交流。近期，大众汽车集团(中国)还宣布成立文化交流基金，帮助两国青少年加深合作，进一步助力中国社会的可持续发展。 晨阳



炎炎夏日中，更要享受内心的平静与小清新。卡罗拉双擎乐活市集上海站活动近日举行，众多卡罗拉双擎车主相聚现场，共同见证并感受由卡罗拉双擎所带来的“乐活”魅力。

在“卡罗拉双擎乐活市集”不仅有新锐设计类展位、还有女生最爱的彩妆类展位、妈妈们关心的母婴类展位、社会精英们关心的提升生活品质的家居类展位以及关注环境发展的非政府组织(NGO)展位，向前来参加活动的客人们宣传环保信息，呼吁大家共同创造绿色、和谐的崭新家园。卡罗拉双擎代言人高圆圆也来到活动现场。在workshop环节中，高圆圆与来自一汽丰田的领导们还有现场的众多嘉宾共同参与到乐活教室的手工作品制作环节。 林夏