

汽车周刊



本报专版部主编 | 总第 659 期 | 2016 年 11 月 9 日 星期三 责任编辑:张 云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

两大趋势催生汽车业合资合作浪潮

新能源、智能化已经成为当今全球汽车工业发展的两大趋势。促使越来越多包括跨国巨头在内的制造商开始寻求汽车产业链上更广、更深范围内的合作,而中国品牌若想在竞争中占有一席之地,同样需要迈出合资合作的步伐。

新能源 大众牵手江淮

9月7日,江淮汽车发布公告称,江淮已经与大众汽车(中国)签署了谅解备忘录,双方将以新能源汽车产品为基础,成立一家研产销一体的合资公司,在新能源汽车整车及零部件的研发、生产、销售、出行方案等领域开展全方位合作。

事实上,关于大众、江淮“联姻”的消息盛传已久:2015年10月30日,国务院总理李克强在安徽访问期间到访江淮汽车,考察了其新能源汽车研发及生产情况,并现场答应帮忙牵线搭桥,促进江淮和大众汽车的合作。一个月后,就曾有国内媒体报道:“2015年12月2日,江淮汽车高

规格接待了一名大众全球高管和两名大众中国副总级别人员。”紧接着,大众汽车集团(中国)总裁兼CEO海兹曼在接受媒体访问时终于亲口承认,双方正处于洽谈的初期阶段,这一表态就此“敲实”了此前关于大众江淮有望合作的各类猜测。

江淮、大众,在固有的生产线内已具备非常多的成熟产品,江淮的商用车、大众旗下各级别车型在华占据着相当的市场份额。此次合作,双方都能更好地弥补自身短板,尤其是在新能源车型研发方面。江淮已在国内推出数款新能源产品,但无论当下销量还是产品本身暂时都未达到企业预期。而大众对于新能源汽车的投入远不如旗下的普通燃油车、柴油车产品。在这个时间点达成战略合作,立足新能源领域,对于双方都是利好也是全新挑战。

大众汽车在中国已经拥有两家乘用车合资公司,分别为一汽大众和上汽大众。这是大众在中国的第三家合资公司,原先的合资模式或许由此改变。大众汽车可能会效仿戴姆勒与比亚迪合资模式,成立独立的新能源汽车品牌推向市场,此番合作具有标杆意义。未来或将有更多中外车企联手征战中国新能源汽车市场。

智能化 上汽联姻阿里

7月6日,上汽集团与阿里巴巴集团在杭州联合发布互联网汽车新品类发布会,会上搭载YunOS 智能操作系统的全球首款可量产的互联网汽车荣威RX5惊艳亮相。阿里巴巴集团董事局主席马云、CEO张勇与上汽集团董事长陈虹共同出现在发布会现场。阿里系一年大小发布会可能有上百场,但是能让马云、张勇同时站台的却不多。而阿里和上汽集团联合发布的YunOS互联网智能汽车荣威RX5,算得上例外,阿里对它的重视程度可见一斑。互联网行业和汽车行业两大巨头强强联合,拉开了汽车产业新变革的序幕。

对于整个汽车行业来说,荣威RX5的创新意义主要在于,这是拥有阿里最新的YunOS技术系统的首款真正实现在中国量产的互联网智能化汽车。在荣威之前,并没有实现量产的真正的互联网智能化汽车。互联网汽车的概念已经在国际上炒作了很多年,但仅仅停留在上市公司的炒作题材,以及产品的好高骛远上。这款荣威RX5,在驾驶和使用体验上,已经和传统汽车大大不同。尽管这款互联网智能汽车化产品其本身远未尽善尽美,但是对于历史

长达130年的汽车行业来说,这是互联网汽车真正商业化的开端。而对于汽车用户来说,这是第一款可以消费驾驶的落地产品,用户未来有望从枯燥重复的驾驶中解放出来,所以相当值得期待,马云、张勇和陈虹为之出台露面,并不奇怪。

坦率来说,上汽和阿里巴巴两家跨行业的企业合作并不容易。过去,在手机和电脑领域,也鲜见互联网公司 and 硬件制造商合作成功的范例,而汽车行业要比手机复杂更多。在智能化已成为汽车发展大趋势的时代,互联网企业对消费者需求把握更准,但传统汽车企业技术实力更强,双方应发挥彼此优势,享受协同创新的红利。从这个意义上来说,上汽与阿里巴巴首款合作的智能化汽车的落地,改变的不仅仅是汽车行业,还将彻底重塑互联网行业。

组团战 中国品牌任重

今年以来,为更好地推进新能源与智能化发展,越来越多的跨国品牌开始寻求建立新的合作关系。三菱汽车已与日产汽车及双方的合资公司NMKV达成协议,继续合作开发下一代微型车,还计划共同打造微型电动车。同样是为发展新能源汽车,戴姆勒或同宝马、奥迪建电池

联盟,致力于生产为电动车和插电式混动设计新一代电池。为推进智能化发展进程,本田也拟与通用扩大合作,联合开发无人驾驶车。

中国汽车市场已成为世界最重要的汽车市场,几乎所有主流汽车品牌都在这个市场上同台竞技,这也意味着中国品牌在自己的市场上面对的是全球化的竞争,在与世界品牌同台竞技的今天,特别是在新能源与智能化两大前沿发展趋势的挑战之下,世界级品牌尚且能谋求合作、以求发展,中国品牌更应责无旁贷,加强合作,组团作战。

相比日本、欧美等世界级汽车制造商,中国品牌实力有限,这主要体现在资金和技术实力两大层面。而新能源、智能化发展却需要大量的资金,研发投入,如果仅靠自身投入,单一品牌尚不具备与世界级品牌竞争的实力。所以,中国品牌应以更加开放的胸怀,加强在中长期的以先进技术研究、共同开发、平台利用、智能化轻量化定制等方面的合作。

另外,中国品牌与世界品牌在新能源与智能化发展方面的主要差距在关键零部件。在新一轮的竞争中,整零协作如何保持良性、长期的合作,实现共赢,关系到中国汽车产业的协调发展。

雍君

上汽大众全新首款大型SUV 气场十足进军高端产品阵营

10月21日,在大众品牌首款C级高端轿车PHIDEON 辉昂上市之际,上汽大众公布了一款全新的SUV。近日,随着官图的发布,上汽大众首款大型SUV终于揭开了神秘面纱。据悉,新车将于今年广州车展首发亮相,明年第一季度进入中国市场。

源起:前瞻市场洞悉、六年潜心力作,CrossBlue 量产实现

近年来,国内SUV细分市场销量增势迅猛。目前的国内SUV市场,以五座车型为主,而七座市场规模相对较小。随着消费升级、不断增长的换购需求,消费者对七座大型SUV的关注也与日俱增。相比日益旺盛的购车需求,国内市场中供选择的七座大型SUV相对稀缺。

据悉,早在六年前中德双方就联合启动了这款大型SUV的研发工作。2013年它的概念车CrossBlue在北美车展首次发布。这款凝聚了中德工程师数年心血的大型SUV,



不仅充分契合国内的汽车市场发展趋势,相信也将为更多消费者带来高品质的驾乘体验。

看点: 车身长超5米轴距近3米、全新2.5T V6动力、12.3吋全数字液晶仪表等前瞻装备

作为一款大型SUV,该车型的空间表现可圈可点。其车长宽高分别达到5039mm、1989 mm、1773mm,轴距更是长达2980mm,

不仅保证了宽敞的乘坐空间,也赋予了它大气稳健的豪华感,展现出威猛自信的气场。在座椅布局上,新车将率先推出七座版车型。得益于较短的前悬设计,其超长的车身尺寸大部分用于扩展车内乘坐空间上,保证第三排乘客也有着良好的腿部空间。

从最新发布的官图上看,这款大型SUV强健有力的外观一览无余。该车融汇了CrossBlue概念车的设计精髓,展现出大众品牌SUV设计新思维。其前脸设计视觉上呈现厚重质感,高大的进气格栅条和两侧头灯连为一体,宽大水平的发动机盖上隆起的筋线充满了力量感。犀利的腰线连接了前后轮罩并延展至尾灯,在充满张力的车身上凸显肌肉感。车尾设计立体感十足,精致的饰条贯通尾部,连接了两侧全LED尾灯,与全新切面设计共同增

强了横向式视觉效果。

动力方面,新车将首次引入2.5T V6发动机,最大扭矩与额定功率分别高达500Nm、220Kw,配合7速DSG湿式双离合变速器,百公里加速仅需6.9秒。此外,它还提供2.0T高功率版发动机、2.0T标准版发动机供消费者选择。不仅如此,这款大型SUV还将装备DCC动态悬架、4 Motion四驱及8种驾驶模式供选择,让驾驶员从容应对不同路况。

值得一提的是,12.3吋全数字液晶仪表、手机无线充电、车道保持系统、高级自适应巡航系统等尖端科技配置,在这款大型SUV上均有配备。在安全方面,它还拥有9安全气囊、预碰撞保护系统、360°Area View、主动式胎压监测、盲点监测、疲劳监测等主被动安全装备,展现了全方位领先的安全理念。



▲ 全LED大灯



▲ 全LED尾灯

意义:布局高端产品阵营、拉开SUV阵营序幕、进军大型SUV市场

随着PHIDEON 辉昂上市,这款全新大型SUV的发布,上汽大众在豪华车市场的排兵布阵格外引人注目。作为国内历史最悠久的汽车合资企业之一,上汽大众在技术研发、质量控制、服务品质、经销商网络管理等方面有着充分的积淀,而PHIDEON 辉昂与这款全新大型SUV的陆续加入无疑将进一步提升品牌形象、构建上汽大众高端豪华车阵营。

未来,这款七座大型SUV与Tiguan 途观、Touareg 途锐等组成的大众品牌SUV阵营,将为消费者带来更丰富的高品质德系SUV选择。凭借硬朗的外观、超大的车身尺寸、强劲的动力、丰富的科技及安全配备,相信这款全新的SUV将创建国内大型SUV市场的新格局。