

汽车周刊



本报专版部主编 | 总第682期 | 2017年5月3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

车界新兵的最佳作秀场

4月28日下午三点,“四叶草”里的电梯准时停了下来,展馆内的灯被调暗,地毯被卷起,展车们响着喇叭顺溜地离开了展台。两年一度的上海国际车展,在各类首发、各类聚焦、各类异军突起中热闹了十天,终于落下了帷幕。

并没有太多的人感觉到松了一口气,体量庞大的中国汽车市场,品牌之间的火拼从没有停歇过。对于耳熟能详的汽车品牌,像宝马、奔驰、大众、奥迪、丰田、福莱威、传祺等等,车展展示的是近阶段品牌战略规划,在有限的展台内,尽可能展示出最多的新产品,以搭脉市场变化,寻求与消费者的更多共鸣。

对于一些问世不久、甚至仅有概念车的新兴品牌,如蔚来、领克、汉腾、云度、奇点、威马等,如同娱乐圈的“小鲜肉们”,敢拿时下最热门的新能源、智能互联科技傍身,并仗着有风投或母公司大量资金投入,钱壮人胆,吆喝着把车展当成了秀场。它们的鼻祖是乐视汽车,它并不在乎身处何地,在乎的是如何时刻保持身处秀场的状态。可惜,今年它竟没有露脸。

向阳花木易为春,于是,车界小鲜肉们各领“秀场”风骚。

例如有着一长串外文名的领克,暂且不说这一命名让人顿时联想到吉利最早的产品优利欧,单说它在车展的首次亮相,说到底它只干了一件事情,就是把秋千、跷跷板、搞怪照片、音乐DJ搬进了寸土寸金的展台以表达所谓的年轻化。目前,我们对领克01的科技、动力、互联等配置所知甚少。假如领克不失时机的展示出“高而不贵”的品质,再利用沃尔沃的技术背书,没准还能真材实料地完成与吉利母品牌的切割,纯粹洋气起来。说起领克,自然容易让人联想到濒临休克的观致当年的意气风发。一向喜欢拉媒体人为它站台的吉利,这次能不能拉动高端客户,我们拭目以待。

再例如说正道汽车,它所宣扬的石墨烯电池技术,很多人都知道它是融融的新作,于是大家都在等着看会有什么奇迹发生。而蔚来汽车,展车被围了起来,成了实实在在的展览品,可远观而不可亵玩焉,那么,它想表达什么,莫非是“这车展,我来过”?至于C-NCAP碰撞成绩仅三星的汉腾汽车,车展上亮相了几款新车就嚷嚷着要在今年开出1000家销售店。上一次上海车展璀璨亮相的博泰汽车,最终折戟沙场,但掌门人沈晖换上了威马汽车创始人的新马甲,依旧主打新能源和智能驾驶,又一次来到车展大秀宏图。

在强手如云的新兴造车界,用投资人的钱诱惑汽车各领域高手造出一款车并不难,难的是想出一招其他公司未曾想到过的新玩法,难的是沉下心来研究市场,研发出叫好又叫座的新车。

前水复后水,古今相续流。车界小鲜肉们或是你们的创始人,期待下一次国际车展我们再相会。白诚

百万观众再度捧热上海国际车展

为期10天的第十七届上海国际汽车工业展览会于4月28日圆满落幕。本届上海车展吸引了18个国家和地区1000余家中外汽车展商参展,展出整车1400辆,其中全球首发车113辆,共吸引了参观者101万人次。

以“致力·美好生活”为主题,本届车展不仅展示了汽车行业最前沿的新技术、新产品、新趋势,同时也对汽车发展的未来目标——创造更美好的生活作了全面的诠释。本届上海车展凭借其技术含量、前瞻性和影响力已当之无愧

为全球最重要的汽车大展之一。

此次车展全球首发新车中,83款是中国自主品牌车型,其中吉利领克、长城WEY等高端品牌齐齐亮相,从产品设计到技术革新,无不显示中国汽车工业的自信和巨大潜力,势头丝毫不弱海外品牌,成为中国车企向世界展示中国品牌的窗口。本届车展上还出现不少新面孔,除阿尔法·罗密欧首次参展外,蔚来、云度、正道、前途、长江汽车等新势力造车企业的加盟也为观众带来耳目一新的产品和智能化的体验。

中国已连续两年超越美国,成为全球新能源汽车第一生产国和第一大市场。众多车企都将本届上海车展作为其最新汽车技术的展示舞台。本届车展上新能源车159辆,占比超过一成。不仅数量多,且车型广,价格全,成为本届车展最大的亮点之一。

同时,各家车企都加大了对智能化研发的投入力度,无人驾驶汽车、智能互联汽车在今年车展上频频高调亮相。这些都展示着汽车智能化带来的革命性变化,让广大观众领略不断创新所进发

的火花,同时感受“互联网+”时代汽车所带来的全新生活理念与完美的驾乘体验。

作为上海国际车展唯一官方论坛的“第五届上海国际车展高峰论坛”4月19日也在国家会展中心洲际酒店举行。以“创新·融合——重构行业的未来”为主题的本届论坛,集聚了国际国内50余名汽车生产厂商高层及行业内嘉宾400余人共同“华山论剑”,以前沿视角、科技驱动和广泛合作为切入点,共同展望和勾画汽车行业电动化、智能化、网联化的未来。晨阳

东风全系车型上海车展实力亮相



东风汽车公司携旗下13家整车企业参加2017上海车展,参展整车和关键动力总成151台,其中首发车型26台,新能源车10台。展品覆盖乘用车、商用车、新能源汽车以及关键动力总成等领域,展现了东风公司在传统汽车、新能源汽车、互联网智

能汽车等领域的技术成果。

在151台参展车型中,东风自主车型占比超过1/3,其中8台自主乘用车首发,5台自主新能源汽车亮相。

上海车展全球首发的东风风神AX4,标志着东风风神正式进入到产品3.0时代。作为一款造型犀利而

前卫的小型都市SUV,东风风神AX4采用全新设计语言,搭载全新车载智能互联系统,助力风神品牌的进一步丰富化和多元化。东风风行景逸X6,是东风风行2.0时代第三款精品车型,也是第一款精品7座SUV,搭载1.5T全新发动机,具备高性能、轻

量化、超耐久、低油耗等特质。东风风度MX3,是全球首发的东风风度品牌全新紧凑型SUV车型,与现有的MX6以及MX5一起,实现全系产品立体式布局。东风风光580智尚版首发亮相,不仅在外观方面有多处变化,在智能系统和内饰设计等也做出了重大的升级。

此次展出的5款新能源车中有3款首次亮相:东风风神E70、东风风神AX5-EV、东风风行菱智M5-EV。首展的东风猛士新防护型突击车,更直接地展示了东风自主品质升级背后,原汁原味的“军工品质”。

东风公司展台设立Windlink2.0系统体验区和VR体验舱,生动展示东风在无人驾驶领域的阶段性成果。东风风神AX5演示体验的Windlink2.0系统,可提供包括安全、娱乐、远程遥控等方面的29项智能互联服务。

广汽集团品牌车展发布全新战略规划

4月19日,广汽集团在上海国际车展上发布品牌的全新战略规划,公布品牌口号“匠于心·品于行”,并在国内首发插电式混合动力概念车EnSpirit。

广汽集团品牌全新战略规划,是对广汽20年发展历程的深刻总结和提炼升华,是广汽在新时代新形势下的品牌主张和发展愿景。广汽集团始终秉承工艺上的匠心之道,以匠心精神打造高品质的汽车产品;更始终保持着对消费者需求的敏锐洞察,依靠创新研发与精益生产,为用户移动生活、推动产业进步和社会发展提供了创新价值。

面向未来,广汽力争到“十三五”期末,使广汽品牌成为中国汽车行业的名优品牌,具有全球化影



响力并具备高度社会责任感的国际汽车集团品牌。

为此,广汽集团在本次上海车展正式启动全方位品牌升级行动,进一步统一品牌形象,提升广汽品

牌影响力,给顾客更好的品牌认知度和认同感。接下来,广汽将从技术升级、产品升级、产业升级三大领域全方位推进升级举措,通过由研发实力提升,极具竞争力的产品

矩阵和创新驱动产融结合所带来产业升级,强化核心竞争力,确保广汽集团持续快速发展。

“十三五”期间,广汽集团明确了“电动化、国际化、网联化”的三大突破方向。本届上海车展国内首发的EnSpirit概念车,正是其“电动化、网联化”领域最新创新成果。

EnSpirit融合了SUV、轿跑以及敞篷车等元素,代表了未来广汽量产车的设计方向。该车搭载了自主研发的1.5L阿特金森循环发动机和G-MC先进机电耦合系统,以及智能互联设备。EnSpirit展示的研发思路和新技术,体现了广汽对于未来出行方式及消费需求的前瞻洞察,并将在后续量产车型上应用体现。江美

北汽盛装展示变革转型成果

北汽集团携旗下北京汽车、昌河汽车、北汽新能源、福田汽车、北汽银翔、北京通航等成员单位组成2017上海车展整体参展阵容,集中展示北汽自主品牌整车开发与设计、零部件核心动力系统、新材料新技术,充分展现北汽集团向制造服务型和创新型企业

转型的新成果。

车展首日发布会上,北汽集团发布了自主品牌2.0时代的首款产品——全新绅宝D50,展示了北汽的新形象、新内涵。

目前在北汽的量产车中,智能辅助驾驶、智能语音、人机互联等智能化配置广泛应用。在北汽集团

展台,一款集成了北汽智能化技术成果的智能驾舱为观众带来了直观体验。北汽未来将通过智能化技术的开发加速产品的升级换代,达到Level3级别有条件的自动驾驶,乃至Level4级别无人驾驶。

由北汽集团旗下北京通用航空有限公司带来的AW119直升飞

机、小青龙无人机、天眼工程无人机以及P750飞机模型,组成空中战队,降临展台,实现了在国际顶级车展上展出真飞机的惊喜。

今年北汽集团还首次在车展上发布企业社会责任报告,系统阐述了集团在履行企业社会责任方面的切实行动,并希望借助互联网和移动互联网,向社会公众广泛传递北汽的文化理念和品牌价值。余音