

新民晚报 | 汽车周刊 / 车界车市

物流业收红包 商用车迎利好

李克强总理日前主持的国务院常务会议上,确定了三项举措,进一步降低实体经济物流成本,促进降本增效。这为物流业送上一个“大礼包”,商用车也迎来重大利好。

——从2018年5月1日至2019年12月31日,对物流企业承租的大宗商品仓储设施用地减半征收城镇土地使用税。从今年7月1日至2021年6月30日,对挂车减半征收车辆购置税。

我国上世纪90年代规定,全挂牵引车不得进入高速公路,目前基本为半挂车。中汽协2017年销售数据,重卡中全挂牵引车量很少,仅2016辆,同比增长52.73%;半挂牵引车量大,达58.33万辆,同比增长50.34%,物流业界称,跑冷链、集装箱、普通货运等都要用到挂车,可见,半挂车有着较宽广的市场空间。一辆半挂牵引车车头基本对应一辆挂车,目前挂车均价8万元左右。车辆购置税减半,将节省购置成本4000元左右。物流业说,跑冷链、集装箱、普通货运等都要用到挂车,车辆购置税减半,受惠面很广。

——今年年底前,实现货车年审、年检和尾气排放检验“三检合一”。简并货运车辆认证许可,对未改变关键结构参数的车型实行备案管理。取消4.5吨及以下普通货运从业资格和车辆营运证。对货运车辆推行跨省异地检验。制定货车加装尾板国家标准,完善管理。

此前,不同部门负责货车年检年审,10年以内的货车每年检验1次,超过10年的,每6个月检验1次。“三检合一”,各项检测合并完成,省去车主或企业来回折腾的时间,降低了检测费用。取消普通货运从业资格和车辆营运证,司机有积极性,企业降成本,为道路运输市场注入活力,汽车制造业也欢迎,中国重汽人士称:“牵引车迎来了春天”。

——推动取消高速公路省界收费站。简化物流企业分支机构设立手续。分省收费弊端多,通行效率不高,影响物流效率。在互联网趋于发达之时,反映高速公路管理机制的滞后,推动取消高速公路省界收费站,是改革之举。

国务院常务会议认为,诸多改进物流举措的实施,“加上增值税率调整后相应下调铁路运价,预计全年降低物流成本120多亿元。”积极发展公路、铁路、水运多式联运,从而进一步提升物流效率。

张伯顺

2025年销售80万辆电动车 奥迪公司发布升级版突破科技战略

2025年销售80万辆纯电动和插电式混合动力车型。日前举行的奥迪股份公司年度大会发布了升级版“奥迪突破科技2025”战略。2025年,电动车型预计将贡献奥迪约三分之一的销量,届时奥迪车系都将拥有电动车型,其中大部分将是纯电动车型,少部分为插电式混合动力车型。为此,到2025年,约有400亿欧元将被投入到电动出行、自动驾驶和数字化等战略领域。

奥迪的未来产品攻势包括超过20款电动车型,将在2025年之前陆续推出。2019年,奥迪将推出e-tron Sportback,奥迪第二款纯电动车。紧随其后的是奥迪e-tron GT,这一车型将在2020

年推出。奥迪正在与大众集团在两大领域实现系统化的协同发展。除大众汽车为紧凑型开发的MEB平台外,奥迪和保时捷正在共同合作,旨在实现中型车、全尺寸车和豪华车型的电动平台化。这些合作项目大幅降低了研发成本。客户可以从广泛的产品组合中方便地找到心仪的零排放车型。

林夏

荣威纯电车上牌量京城“霸榜”

近日,北京1-4月的纯电动汽车交强险上牌量出炉,上汽荣威总上牌量达1753辆,跃居北京地区榜首。其中荣威ERX5和荣威Ei5包揽冠亚军,成为北京纯电动汽车市场上最炙手可热的选择。在全国范围内,荣威新能源汽车销量也持续升温。1-4月,荣威新能源汽车销量突破2

万辆,同比增长130%。自去年上市并进入北京以来,上汽荣威ERX5就凭借全方位的优势,赢得消费者的一致认可,今年1-4月,在北京市场的纯电动车型中,荣威ERX5上牌量达到914辆,是今年前4个月纯电动汽车单月上牌量最大的单一车型。荣威ERX5搭载了全新

一代互联网汽车智能系统-基于AliOS的斑马智行解决方案,还采用上汽“绿芯”新能源动力科技,最大续航里程超过400km,只要40分钟即可充至80%的电量。全球首款纯电动互联网休旅车荣威Ei5,凭借新造型、新空间、新技术、新互联四大实力,上

市一个多月就以839辆的上牌量夺得北京纯电动汽车市场上牌量第二名。

荣威Ei5采用全球首个纯电动休旅车专属架构,同样搭载“绿芯”新技术,并全国首次采用热泵空调和博世最新一代i-Booster智能电控制动系统两大尖端科技,有效降低空调能耗和提高动能回收,实现超300公里续航里程,40分钟充至80%的同级最快充电速度。

捷升



天津一汽骏派CX65超值价上市

天津一汽骏派CX65日前发布,正式吹响了进军国内旅行车市场的号角。新车包括手动舒适型、手动智联舒适型、手动豪华型、手动智联豪华型共4款,均搭载1.5L发动机,匹配5速手动变速器,售价区间6.89—7.69万元。

骏派CX65设计灵感来源于豪华游艇。作为天津一汽首款跨界旅行车,骏派CX65集旅行车和SUV的多种优势于一体,为懂生活、有品位的城市乐享派们带来全新的生活体验。新车长4596mm,轴距为2610mm,离地间

隙高达172mm,良好的通过性和开阔的驾乘视野比肩SUV。另外,骏派CX65超大后备箱空间也是一大跨界亮点,最大扩展容积可达1503L,全面满足日常通勤、搬家装载、周末出游等多种生活场景需求。

骏派CX65全系配备8英寸中央触控屏、液晶行车电脑、智能节油系统等。两款智联车型搭载π-link智能网联系统,具备超级语音助手、智能导航地图、贴心用车管家等功能,让出行更加便捷,让旅途充满乐趣。

江美

进口大众推出途锐荣耀典藏版

为了致敬途锐诞生以来所创造的荣耀,大众进口汽车近日推出途锐荣耀典藏版,售价为72.48万元。大众进口途锐家族阵营也已扩展至5款车型。

途锐荣耀典藏版搭载3.0升 V6机械增压发动机,最大功率235千瓦,峰值扭矩440牛米,匹配8速Tiptronic手自一体变速箱,可在7秒完成百公里加速。

与此同时,途锐荣耀典藏版配备了集成托森变速器的4MOTION恒时四驱系统,辅以四轮独立空气悬挂及电子避震系统,从容应对多种复杂路况。此外,荣耀典藏版配备电子车身稳定系统、贯通式头部气帘、驾驶员侧膝部气囊、主动式胎压监测系统等一系列安全配置。

余音



东风悦达起亚与中国球迷共享绿茵激情

6月14日至7月15日,在全球球迷的期待和见证下,2018年世界杯将在俄罗斯举行,续写足球传奇,激荡体育风云。而在绿茵场外,作为体育营销界的“老司机”,同时也是世界杯官方赞助商起亚汽车的中方合作伙伴,东风悦达起亚早早便吹响了世界杯营销的“号角”,与中国消费者共享足球激情。

在体验经济时代,体育营销已经不再是品牌产品与体育运动的简单结合,提升消费者的活动参与感和心理满足感才能取得期待的效果。东风悦达起亚深谙此道,在4月推出了世界杯超级球童招募活动和“走!新一代智跑带你去看世界杯”活动,让赛事深度体验成为世界杯营销的最大亮点,成功引发广泛关注和积极响应。



其中,世界杯超级球童招募活动于4月15日结束报名,东风悦达起亚将从全国报名者中选拔出1名超级球童,在家长的陪伴下前往俄罗斯观看6月18日韩国VS瑞典的比赛。“走!新一代智跑带你去看世界杯”活动从4月17日持续至5月17日,消费者在活动期间成功购买新一代智跑,即可获抽奖机会。从全国抽取的20名幸运车主将参加“俄罗斯世界杯观赛游”活动,远赴万里之外的现场亲身感受足球的无限魅力。随着比赛渐行渐近,东风悦达起亚世界杯营销力度也持续增强,接下来还将推出更多互动体验与优惠礼遇。

将品牌文化与体育精神相融合,东风悦达起亚多年来深耕不辍、积极创新,已成为汽车行业体育营销领域的佼佼者。邀请刘翔、林丹、张继科等体育明星担当车型代言人,举办五人制足球赛、全国乒乓球挑战赛,组织幸运客户现场观看世界杯、欧洲杯、澳网公开赛等顶级赛

事,东风悦达起亚通过体育营销活动与消费者深入互动,让年轻、活力、激情的品牌形象深入人心。多次赞助FIBA钻石杯篮球赛、斯坦科维奇洲际篮球赛、亚洲篮球锦标赛、环太湖国际公路自行车赛等一系列国际性赛事,自2006年起组织车队参加CTCC中国房车锦标赛,2015年和2016年蝉联CTCC超级杯1.6T组别厂商杯冠军,东风悦达起亚借助高水平赛事所形成的优势传播平台,成功带动了企业品牌力的持续提升。

2018年,东风悦达起亚将在体育营销领域持续发力。除世界杯营销外,企业将再度携手斯坦科维奇洲际篮球赛。而在5月开启的2018年CTCC中国房车锦标赛中,东风悦达起亚新K3赛车再战超级杯2.0T组别赛道,首战便斩获亚军和季军两座奖杯,接下来将向冠军宝座发起冲击,刷新纪录,延续王者荣耀。

马自达坚守汽油发动机高效之路

在日前于北京举行的马自达“Zoom-Zoom可持续发展战略2030”说明会上,马自达的高管不仅详细阐述了未来技术开发长期愿景,更首次在中国公开了具有跨时代意义的创新技术“创驰蓝天-X”汽油发动机的部分详细信息。

该可持续发展宣言是马自达面对全球汽车产业环境的激变,应对“地球”、“社会”、“人”三大课题的全新挑战,所做出的长远战略布局。为此,马自达将持续坚持环保理念,从汽车产品生产全周期着手,从根本上减少二氧化碳排放,并配合电动车等电气驱动技术的引入,因地制宜地提供出行方案。

作为自然吸气领域的技术领导者,马自达全新一代“SKYACTIV-X”汽油机通过马自达独有的燃烧方式“火花塞点火控制压燃点火”,为世界范围内实现汽油发动机压燃点火技术的实际应用开创了先河。与现款创驰蓝天汽油发动机相比,新技术最大可缩减20%~30%的油耗,扭矩全程将提高10%,甚至可以达到最高30%的大幅度提升,实现环保性能和驾乘愉悦两个方面上质的飞跃。

基于展望2030年技术开发长期愿景的规划,马自达将于2019年起,向中国市场投放包括搭载“SKYACTIV-X”在内的新一代技术产品;同时,计划研讨在2020年内向中国市场投放专门针对中国市场研发的新能源车型。

阿晖