

丰田双擎国产发力

年销量将扩张十倍

10月26日,丰田汽车公司在江苏常熟举行“双擎之夜”活动,发布了搭载在国产卡罗拉 双擎和雷凌·双擎上的国产油电混合双擎动力总成的相关信息。发布会现场,丰田在华混合动力车型的10款产品,包括丰田品牌和雷克萨斯品牌,也一同亮相。至此,丰田成为国内混合动力产品阵容最丰富,并且是唯一一家覆盖从小型车到大型车,拥有两厢车、三厢车、SUV及豪华品牌的全线产品的汽车厂商。丰田预计,今后丰田品牌混合动力车型年销量预计也将由此扩大到目前的大约10倍。

此次为了让更多的中国消费者享受到丰田油电混合双擎动力技术,在充分确保品质的前提下,丰田通过将混合动力系统中核心零部件——驱动电池、电机、动力控制总成(PCU)以及阿特金森循环发动机进行国产,大幅降低混合动力车的成本。

与此同时,丰田与一汽丰田、广汽丰田以及供应商一起,还针对车辆整体、混合动力核心零部件以及其生产过程进行了严格的测试和管理。超过260名中国技术人员在高温、极寒、连续上坡、高海拔地区以及市区拥堵、连续高速行驶、超车等各种极端使用条件下,针对国产混合动力车型进行了严格测试。对于国产混合动力核心零部件,采用与日本同样严格的标准。以消费者最为关心的驱动电池为例,在设计阶段就接受了震动、浸水、低温、火烧、穿刺以及高空跌落等一系列严格的测试,以确保其品质。

在生产环节,丰田与120余家中国供应商一起按照“超过日本”的标准进行了严格管理,甚至导入了尺寸管理系统,确保可以进行更高精度的修正,从而保证每一个产品的品质。

姚琼

丰田双擎兄弟上阵引爆混动普及潮

卡罗拉双擎:13.98万-17.58万元

COROLLA HYBRID卡罗拉双擎10月28日在上海上市,4款车型价格区间为13.98万-17.58万元。凭借先进的混合动力技术、个性且富有高级感的外观内饰设计,及高功率、低油耗、低排放的性能优势,再加上亲民的价格,卡罗拉双擎彰显出强大的市场竞争力。

作为一款肩负开启“全民混动”时代重任的全新车型,卡罗拉双擎采用了适合中国使用环境的最新的丰田油电混合双擎动力技术,1.8L阿特金森循环发动机搭配E-CVT电子无极变速系

统,与电动机协调工作,带来越级而至的澎湃动力。

为了让消费者享受双擎生活带来的全方位尊享服务,一汽丰田在营销方面推出了诸多举措,成立了卡罗拉双擎汇。这是一个基于会员制的增值服务平台,是厂家与消费者之间顺畅沟通的桥梁。双擎汇的重磅活动之一就是卡罗拉双擎太空之旅。卡罗拉双擎,作为XCOR太空飞行计划在中国唯一汽车类合作伙伴,将带领大家实现太空飞行的梦想。

余音



雷凌双擎:13.98万-15.98万元

10月28日,广汽丰田雷凌双擎发布会在上海举行。将混合动力车的价格历史性地推进13万元区间,完全抹平与同级普通汽油车的价格鸿沟。雷凌双擎共推出四款车型,已全面接受预订,覆盖13.98万-15.98万元的价格区间,将于12月中旬到店上市。

雷凌双擎搭载了丰田最为先进的混动式强混合动力系统,在实现100kW最大综合功率的同时,令整车百公里油耗降低至4.2L,比同级汽油车油耗降低超过30%。同时,雷凌双擎全系标配8大主动安全科技、6安全气囊、LED远近光一体大灯、多功能方向盘+换挡拨片、4.2英寸TFT多功能信息显示屏、带PM2.5滤清器的自动空调、智能钥匙+一键启动、车身扭矩缓振系统等诸多先进配置。

雷凌双擎经历了最严苛的品质验证,拥有高品质、高可靠性和高耐用性的“广丰制造”基因。同时,广汽丰田为雷凌双擎量身定制了整车5年14万公里、混合动力蓄电池8年20万公里的

双擎专属质保政策,让消费者全方位受益。

余音



东风风神新A60幸福上市

集超性价比、超低油耗、超大空间、超高颜值于一身的东风风神新A60日前在武汉幸福上市。作为东风风神又一扛鼎之作,新A60共推出A14T、A15、HR16三种动力共5款车型,售价6.97万-8.37万元。

历经23项创新升级,外观、内饰

和配置等全面改观的东风风神新A60,相较老款产品起售价更低,价值提升却高达2万元,加上购置税减半和3000元节能惠民补贴优惠政策助力,性价比超高。新A60上市后,有望与当下中级车家轿市场表现突出的吉利帝豪、长安逸动形成自主“三剑客”。



逆市飞扬 奔驰在华年销量即将突破30万

——访北京梅赛德斯-奔驰销售服务公司执行副总裁、负责销售与市场营销的段建军



10月28日,梅赛德斯-奔驰华丽登陆第十六届杭州国际车展。

此次奔驰带来了旗下梅赛德斯-奔驰、梅赛德斯-迈巴赫以及梅赛德斯-AMG与smart四大品牌共23款车型,再次以超越同级的强大产品阵容彰显出其汽车发明者的雄厚实力,展示奔驰时尚动感与尊贵高贵的多面气场。展台上,车展前晚刚在东区上市的GLE家族和专为东区奔驰车迷带来的AMG GT尤其引人注目。

发布会后,北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司执行副总裁、负责销售与市场营销的段建军先生接受了本刊的专访。

今年奔驰在SUV领域不断推出新车型,在展台我们看到了昨天东区刚上市

的GLE运动SUV和GLE SUV很受欢迎。与竞品相比,GLE SUV的优势在哪里?今年奔驰是否还将有新款SUV推出?

越来越多的生产厂商推出了越来越多的SUV车型。说到GLE SUV车型的优势,就是“全领域、全纵贯”。我们正式在全球以及中国市场陆续使用新的命名体系,GLE SUV就是之前ML的中期改款车型,而ML正是全尺寸豪华SUV车型的鼻祖。改款后,我们希望



它更越野,它不仅有着现代的设计外观,还有比较大的升级,包括内饰的加强、增配LED大灯等等,这些先进的智能配置也会给GLE客户带来更多的享受,是客户生活的好帮手。当然最值得一提的是,GLE家族在驾驶性能方面有运动、舒适、越野、防滑以及个性化五种驾驶模式的选择,和空气悬挂相互配合,让GLE SUV可以“全领域”与“全纵贯”。

今年是我们的SUV年,此前有国产GLA上市,还有刚刚上市的GLE家族,接下来广州车展上我们推出GLC,平均每个季度都有一个新的SUV车型推出。从数据上看,销量的41%是SUV产品,1-9月SUV车型的销量上升速度超过了37%。

目前豪华品牌轿车领域各级别的竞争也很激烈,您对奔驰轿车有怎么样的信心?

作为百年汽车发明者,梅赛德斯-奔驰引领了汽车工程技术领域不断向前迈进的脚步。其他厂商也在推出新车型,为市场带来更

好的产品、更新的科技和更好的服务,构成了厂商之间良性竞争。

奔驰很重视中国客户的实际需求。两年前我们就在中国建立了研发中心,现在拥有超过500个工程师。怎样把客户的需求反馈到产品上,让产品既适应全球设计的要求,又适应中国客户的需求,这是一个非常重要的课题。目前的一些设计,例如专门的后排电源接口、遮阳帘等都是专属于长轴距C级车。

每款量产车型的研发都是从驾与乘这两方面入手的,奔驰也不例外,无论从驾驶体验还是乘坐舒适性至今仍然是行业标杆,甚至有人评价说,世界上每一辆汽车都有梅赛德斯-奔驰的影子。以S级为例,它采用了奔驰全新的“新豪华主义”这一设计理念,我们也非常高兴的看到其它厂商对此纷纷效仿。“新豪华主义”这一设计语言已经很好地贯穿到奔驰其他的车型中,比如C级车等等,甚至已经渗透到我们的售后服务体系。

今年前9个月,S级车在细分市场上销量处于绝对领先地位,1-9月销量达22000辆。而且相比细分市场其它产品,S级在终端零售价格要稳定很多,基于此我们对S级车未来保持稳步增长信心十足。

截至目前,奔驰在华销量达到多少?年初制定的30万辆年度目标会调整吗?

梅赛德斯-奔驰1-9月份的销量达到了26万辆,同比增长33%,9月份单月销量同比增长57%,我们今年有机会提前实现30万的销量。销量增长当然是我们的目标,但绝对不是唯一的目标,像经销商盈利水平、客户满意度等的提高都是我们的目标,单从数量增加百分比的时代已经过去了。缩小差距,并且赶超竞争对手是我们希望做到的,但我们更看重做好今天和每一天的每一件事情。如果有机会的话,超越竞争对手这一天一定会到来。

前九个月,奔驰的销量同比增长达到了33%,这一速度超过了汽车行业的整体增速。除了新车外,您觉得还有哪些原因?

除了产品之外,一个很重要的原因是我们和经销商之间有良好的沟通,特别是和我们20家战略经销商合作伙伴进行了很多持续且畅通的沟通,他们有什么需求或者有什么困难的时候我们都能够聆听,车型的配比、车型的变化都随着市场的变化而不断地、积极地进行调整和改变,这对于经销商都有一定的帮助。另一方面,我觉得这类似一棵树,客户是土壤,而我们的产品投放,例如什么时间做什么营销策划,就是树叶和养分。只有这些做好了,你的经销商合作伙伴才能在这个树上开花、结果。未来,我们会让更多的客户需求在产品上得以体现,这是品牌对市场的承诺。