

新势力
广州车展特别报道之「创变」



战略发布 个顶个“新潮”

11月18日,2016年第十四届广州车展拉开帷幕。本届车展主打“新技术、新生活”主题,旨在体现汽车技术持续发展、融合创新、服务生活的本质属性。业内专家称,随着现代科技的发展,智能互联、无人驾驶、共享出行等新技术、新理念、新模式大量涌现,正在不断改变着中国汽车市场的内涵。
郑报融媒记者 谢宽

全擎启动 步步向前 丰田高人气亮相

丰田汽车公司(以下简称“丰田”)携手一汽丰田汽车销售有限公司、广汽丰田汽车有限公司,以“全擎启动,步步向前”为主题,展出包括首发新车、卡罗拉和雷凌家族领衔的人气市销车以及终极环保概念车等共25款车型。

近年来,丰田积极导入油耗更低、性能更好的中型及紧凑型车,以及既兼顾现在又着眼于未来的油电混合动力技术——“双擎”·1车型,来满足国内日趋高涨的节能新能源车市场需求。

此次广州车展,专为中国市场量身打造的新车——“VIOS FS 锋势”及“YARiS L致享”进行了首次亮相,它们将进一步丰富丰田的中型及紧凑型车产品阵容,为已成为中国社会发展中坚力量的80后、90后年轻人提供更多的

移动出行选择。其中,VIOS FS 锋势体现了年轻人肆意不羁的人群形象,车辆更为年轻,更有活力。而YARiS L致享为自信敢为的年轻新生代而开发,是一款拥有活力动感的设计美学、出色驾驶乐趣和优异品质的三厢家庭轿车。

作为丰田的畅销主力车型,卡罗拉和雷凌家族再添新成员,新上市的搭载了D-4T直喷涡轮增压技术的新卡罗拉和雷凌Turbo,在兼顾动力的基础上还进一步提升了燃油经济性,实现了油耗与动力性能的最佳平衡,使得在百公里综合油耗低至5.4L的前提下,油门响应和加速更为快速及顺畅。至此丰田在该细分市场已拥有自然吸气、双擎、涡轮增压等多样化选择。

上汽通用汽车 “卓越‘精’营,创领未来”

上汽通用汽车以“卓越‘精’营,创领未来”为主题,携旗下三大品牌共42款重磅车型亮相本届广州车展。展台上,无论是全球首发的别克Velite新能源概念车、雪佛兰全球战略中型SUV新一代Equinox,还是即将上市的凯迪拉克CT6插电式混合动力,为观众呈现前沿科技与品牌文化的全新体验。

前一天晚上,在以“梦想无限大”为主题的品牌之夜上,雪佛兰携全球新一代产品阵容完成中国首秀——由战略中型SUV探界者和传奇性能跑车第六代科迈罗领衔,全新创酷、全新科鲁兹两厢以及雪佛兰RS全球运动科技子品牌下的全新科鲁兹RS家族等超人气产品逐一亮相,更有风靡北美市场的雪佛兰皮卡双子星索罗德Silverado与库罗德Colorado到场压阵,星光熠熠,令人目不暇接。车展当天,雪佛兰品牌又以“梦·创未来”为参展主题,将这一全明星阵容带至展台,集结包括中级车、中高级车、SUV、性能跑车、皮卡等在内的共计17款明星车型。其中,作为全球SUV车型鼻祖,雪佛兰展示了全球战略中型SUV新一代探界者Equinox和城市精悍SUV全新创酷Trax。其中,探界者是雪佛兰旗下全球第二大畅销SUV车型,至今已赢得全球近200万车主的青睐。



品牌发展独辟蹊径 江淮汽车以优势产品驱动品牌升级

随着中国汽车产业不断发展,中国品牌汽车在技术与产品实力上已经达到了可以与合资品牌正面竞争的水平,在此基础上的品牌向上突破已是大势所趋。11月18日广州国际车展上,江淮正式推出旗下中高级轿车瑞风A60,向外界展示了以优势产品驱动品牌升级的独特发展之路。

要实现品牌上行,更优秀的产品是必不可少的一环。所谓品牌,是形成于消费者对产品的接触,由长期的产品印象凝结成的内心认知。品牌的调性再高大上,没有好的产品支撑也将是无根之木、无源之水,无法成为持续成长的优秀品牌。

江淮深知好产品对于品牌的重要性,因此在品牌上行的关键节点推出了中高级技术座驾瑞风A60。作为江淮近年推出的产品定位最高的车型,瑞风A60在各方面都展现出了同级别领先



的实力,且在动力系统、智能配置、制造工艺等关键领域达到了媲美合资品牌高端车型的水平,以优势产品力全面刷新消费者对于江淮产品及品牌的认知。

江淮长达52年的造车经验更是瑞风A60的重要底气。经过半个世纪的积淀,江淮在制造工艺和品质控制上都已达到了国际化水平,高度数字化的生产线更为瑞风A60的性能表现提供了可靠保障。

布局2020 东风日产发布“i3计划” NISSAN 全新GT-R上市、TeRRA概念车亚洲首秀

发布会现场,东风日产带来了富有激情与科技元素的NISSAN 全新GT-R、尝鲜未来的TeRRA概念车,同时发布“i3计划”,描绘了以全价值链智能化升级引领未来汽车生活的美好愿景。“i3计划”的发布,标志着东风日产已经正式进入了以智能技术为驱动的YOUNG NISSAN 3.0时代。在YOUNG NISSAN 1.0时代,东风日产围绕年轻消费者,正式提出“为年青·怒放”的品牌口号,进行品牌焕新,开启情感驱动的营销时代。

此次广州车展上,TeRRA概念车首次在中国亮相。该款概念车结合了NISSAN



运动型多用途车和电动车的两大显著优势,开辟了未来“零排放”SUV的道路。

现场,东风日产乘用车公司总经理谷硕·埃尔顿宣布,代表着东风日产年轻激情元素的极致超跑——NISSAN 全新GT-R正式上市,官方指导价格为:162.8万~172.8万元。

广汽丰田发布“构造改革”成果 YARiS L致享首发

11月18日,广州国际车展上,广汽丰田全新三厢家轿YARiS L致享首发亮相,雷凌Turbo、全新致炫等年度新车,以及凯美瑞、汉兰达全系明星车型登场,展现“全擎动力”和“匠心质造”的强劲实力。

在广州车展上,广汽丰田宣布正式全面启用新企业标识,给予顾客更好的品牌沟通与消费体验。

同时,通过构造改革夯实体系能力,广汽丰田持续稳健发展。2016年1-10月,广汽丰田零售销量超过36万台,预计全年销量将超过43.5万台,超额完成原定销售计划。



广汽丰田执行副总经理李晖表示,“随着构造改革成效的持续释放,广汽丰田将迎来新十年发展的黄金期。”

“SUV双雄”领衔 东南汽车重磅出击广州车展

11月18日,在广州车展上,东南汽车以“跃见精彩”为主题,由DX系兄弟车型DX3、DX7领衔的全明星阵容以及意大利宾尼法利纳设计总监的联袂登场,全面展现产品3.0战略下的发展成果,展示了一个在品牌、市场迎来飞跃发展的精彩东南。

除了高颜值之外,DX系产品的实力也不容小觑。在前段时间举办的中国量产车性能大赛(CCPC),兄弟车型DX7的表现也十分亮眼,首站获得紧凑型增加SUV组综合冠军,动力性单项冠军和操纵稳定性单项冠军三连冠,第二站大丰站获得牵引力控制测试冠军和紧凑型



增压SDUV自主品牌油耗冠军,展现出色的油耗、动力、操控等优势。

2016年,DX系的热销不仅带动营销战略的全面提速,扩大渠道覆盖率与网点服务形象,让东南汽车整体体系力得到全面提升,更让东南汽车对未来更加充满信心。

新形象新矩阵新高度 东风雪铁龙全面刷新“收官”车展

本届车展,东风雪铁龙由全新越享高级轿车C6及新锐上市的2017款C3-XR领衔,率T时代新C5、全新C4L、C4世嘉、全新爱丽舍、雪铁龙全新C4 PICASSO等最新产品矩阵全力出击万众瞩目的“收官之战”。

伴随着法系旗舰车型C6的荣耀上市,雪铁龙全球品牌形象就此焕然一新。洞悉汽车舒适性与消费者对舒适性不断提升的消费需求,雪铁龙提出了“CITRO·N ADVANCED COMFORT”领先舒适设计理念,通过“过滤所有外部影

响”、“让车旅生活更加便捷”、“减少精神负荷”、“让用车更加无缝相联”四大方面来塑造消费者的舒适汽车生活,并将此指引未来雪铁龙全球产品研发方向。随着神龙公司“E动战略”的全面升级,东风雪铁龙也将在旗下所有搭载涡轮增压发动机的新车型上使用“PURETECH”的标识,以取代原有“发动机排量+T”的传统动力标识。目前,新的标识已率先安放在旗舰车型C6上。刚刚上市的C3-XR 2017款因为增加了230THP PureTech车型,所以“PureTech”的LOGO也醒目“佩戴”在前格栅上。