



QQ 报料:599179009
总第 84 期

浙江车界

11 月号刊
2017.11.17 星期五

浙江日报报业集团
浙江法制报主办 国内统一刊号:CN33-0019

我们只做汽车新闻

版式设计 阳 阳
责任编辑 孙望楠

1

广州车展
特刊

给消费者更多选择 使驾驭者乐趣倍增 RAV4 荣放车型升级亮新姿

■ 逸春

11 月 6 日,新 PRADO 普拉多、RAV4 荣放双车联袂上市。

一汽丰田在 RAV4 荣放现有 7 款车型的基础上,又新推出 2.0L 风尚 X 版和 2.5L 精英 i 版,售价分别为 20.28 万元和 24.28 万元。同时对 2.5L 全系车型搭载 Toyota Safety Sense (智行安全 - 丰田规避碰撞辅助套装),安全配置全面升级。

在市场持续走热的畅销节点,这两款车型的加入,让 RAV4 荣放在保留固有优势的同时,进一步提升了车辆品质及性价比,给消费者带来更多选择,全面引领城市 SUV 市场。

风尚 X 版
动感炫酷 野性十足

RAV4 荣放 2.0L 风尚 X 版,是在现有 7 款车型的基础上新增的一款车型。与现有车型相比,RAV4 荣放风尚 X 版在外观设计上更加动感时尚。除了前脸部分依然延用的丰田家族进化版 Keen Look 设计元素外,X 版定制车标、多棱立体式轮眉、前保险杠扰流板、后保险杠扰流板、酷黑车外后视镜等个性配置元素的加入,令整车看起来更具动感、炫酷,进一步增强了车辆的辨识度,强化了 RAV4 荣放系列车型追求生而自由的品牌内涵。

此外,RAV4 荣放 2.0L 风尚 X 版在车长方面比现款车型增加了 75mm,达到 4675mm,车宽、车高和轴距则依然为 1845mm、1690mm 和 2660mm,使整车变得更加修长有力。

先进动力总成
带来畅快驾乘体验

此次新推出的 RAV4 荣放 2.0L 风尚 X 版,同样搭载了丰田先进的 VALVEMATIC 发动机。该发动机采用连续可变气门升程和可变正时机构,实现动力输出的显著提高,最大输出功率达 111KW,峰值扭矩达 192Nm。与之匹配的是一款可以模拟 8 速的 S-CVT 超智能无级变速器,带来轻松畅快的驾驶体验。

值得一提的是,2.0L VALVEMATIC 发动机配合智能节油启停系统,可使车辆的综合油耗低至 6.4L/百公里,降低约 12%,大大缩减了用户的用车成本。

科技配置加持
营造舒适安全驾乘环境

RAV4 荣放始终致力为消费者打造贴心、安心、便捷的驾驶感受。为此,RAV4 荣放风尚 X 版不仅配置了 VSC+ 系统 (统合管理 VSC 车身稳定性控制系统、ABS 制动防抱死系统、TRC 牵引力控制系统及 EPS 电子助力



力转向系统)、HAC 上坡辅助控制系统、PVM 全景监控系统等安全配置,像左右独立式自动空调 (滤芯可过滤 PM2.5)、7 英寸多媒体显示系统、前大灯感光自动控制系统等便利性科技配置也一应俱全。

炫酷、野性的外观,贴心的节油动力,全副武装的安全配置,舒适的便捷科技配置,RAV4 荣放风尚 X 版体现了以人为本的造车理念,为消费者营造了安全便利的驾乘环境。

精英 i 版
先进安全配置全面升级

与 RAV4 荣放 2.0L 风尚 X 版同时推出的还有 2.5L 精英 i 版,该车型在现款精英版 4WD 基础上增配了 Toyota Safety Sense 智行安全 (丰田规避碰撞辅助套装),该套装包括预碰撞安全系统 (PCS)、车道偏离警示系统 (LDA)、动态雷达巡航控制系统 (DRCC) 和自动调节远光灯系统 (AHB) 四大安全先进技术。而这四项技术并非各自为政,而是相互联动,在行程的各个阶段,主动防御有可能出现的潜在安全风险,规避危险的发生,让安全如影随形,让你可以从容应对各种路况和紧急状况,大大提升了行车安全性及整车性价比。

而 2.5L 精英 i 版的推出,也使得 RAV4 荣放 2.5L 全系均搭载了 Toyota Safety Sense 智行安全 (丰田规避碰撞辅助套装),这在整个紧凑合资 SUV 市场里是绝无仅有的。与同级别其它品牌仅在顶配级别配备科技安全配置相比,RAV4 荣放 2.5L 精英 i 版将给消费者带来更高性价比。

动力方面,RAV4 荣放精英 i 版沿用了成熟的 2.5L 双 VVT-i 发动机,最大功率 132Kw,峰值扭矩 234Nm,与轻量化 6 速手自一体变速器灵活协作,起步更快,加速更平顺。

总体来说,这次 RAV4 荣放新增车型,可以说是一次具有针对性的补充和升级,产品价值再次获得提升。两款车型的加入,不仅为消费者提供了更加丰富的选择,也可以让消费者尽享越野的乐趣。

超值金融政策
购车更实惠

除了车辆性能上的提升外,RAV4 荣放也为消费者提供了极具诚意的多重金融政策。凡到店购买 RAV4 荣放,享 4 成首付,2 年贷款 0 利率;更有高达 6000 元置换金,若是一汽丰田车主,再送 2000 元置换红包;购车之后,只需 900 元即可享受 3 年 6 次保养的超值礼包。

新 PRADO 普拉多、RAV4 荣放上市之时,适逢消费者翘首期待的“双十一”,一汽丰田也备好丰厚福利,推出“清购物车,抢丰田车”活动。11 月 9 日至 12 日,在一汽丰田官方网站、微信公众号、天猫旗舰店以及汽车之家、易车平台购买 RAV4 荣放,只需支付 99 元,就可获得 5600 元购车钜惠,包含价值 3600 元的 3 年 6 次定保通和 2000 元购车金。另外,包括全新 VIOS 威驰、威驰 FS、COROLLA 全新卡罗拉、COROLLA HYBRID 卡罗拉双擎、CROWN 皇冠、PRADO (3.5L 2015 款) 等其他主力车型,也均有钜惠。

RAV4 荣放 2.0L 风尚 X 版和 2.5L 精英 i 版的到来,以更加丰富的车型选择,进一步满足了消费者的多样化购车需求,金融政策的推出则让消费者买车更加轻松,用车生活升级不费吹灰之力。而强化后的商品性能,也一定能让消费者玩出更多精彩与乐趣,让生活变得更加自由、从容。





广汽传祺“弯7”开启“天堂”之旅

激情大戏燃爆杭州



■ 夏芮

“寒叶挂满枝,摇曳翩起舞,阴晴风雨时,尽显落叶美。”初冬的杭州别有一番韵味。11月11日至12日,广汽传祺年度汽车大戏——“没有弯道的传祺世界”第七季在这里隆重开启。当惊险的表演邂逅水乡的温婉,炙热的气氛冲破初冬的寒冷,整个杭州都燃爆了!

炫酷特技燃爆杭城 新能源力作献上满满诚意

来到杭州最大最美的西溪试驾中心,杭州的消费者可以亲身感受“特工夺宝”的现场追车、震撼漂移,感受征服“世界级SUV道具”带来的高难险阻,感受传祺扎实的动力与底盘功底。

得益于优异、扎实的底盘悬挂系统,Ti POWER第二代引擎随时可以迸发出强悍的驱动力,广汽传祺系列明星车型上演“特工夺宝”现实版的追车大片,惊艳漂移、引擎轰鸣,惊心动魄的赛场追逐火爆异常,令到场消费者赞不绝口。侧倾角高达22度的世界级道具中,传祺明星车型凭借超强车身刚性和通过性能,无惧滚轴路、侧倾坡、颠簸路、驼峰桥、交叉轴等高难度科目,震撼感官。

现场一位消费者激动地表示:“广汽传祺大胆而冒险的尝试,是源于对产品的品质和性能十足的信心,让我们的消费者亲眼见证了国有品牌的品质,见证了中国制造的力量!”

炫酷特技不仅是对产品性能的极致演绎,同期,广

汽传祺新双子星GS7、GS3,以引领车界潮流时尚的造型和科技感,领衔广汽传祺全明星产品阵容登场。除此之外,传祺更为杭州用户献上新能源专场,广汽传祺“纯电智联SUV”GE3重磅上阵。作为广汽新能源探索未来的先行者,GE3将中国原创设计美学与新能源先进技术有机融合,设计前卫时尚,纯电续航里程达到310Km,向杭州用户表达了充分的诚意。

钜惠豪礼“享”不停 J.D POWER 五连冠续写品质殊荣

地处钱塘江下游、京杭大运河南端的杭州,是新一线城市,也是车企必争之地。为了感谢杭州用户多年来的支持与厚爱,传祺“弯7”杭州站为当地消费者备了多重豪礼。“弯7”大型厂家直销会、签到礼、互动游戏、微信摇奖、一元拍卖……消费者以超低的价格,就能选购到钟爱的座驾。

9月28日,J.D. Power发布2017年中国新车质量研究(IQS)报告,广汽传祺再次获得中国品牌新车质量桂冠。自2013年开始,广汽传祺在中国品牌中连续五年排名第一,荣获中国品牌新车质量五连冠。明星车型GS4连续两年夺得中国品牌紧凑型SUV新车质量第一名。

作为汽车圈最成功的体验式营销活动之一,“没有弯道的传祺世界”已跨入第7季,随着杭州站完美落幕,行程也已过半。接下来,“弯7”将在11月中旬登陆福州、昆明,感兴趣的消费者可到广汽传祺当地经销商报名参与,巅峰驾驭等您来体验!





全新第八代凯美瑞来了

三大系列九款车型全面发售 价格区间:17.98 万 ~ 27.98 万元



■ 王心月

11月16日下午,广汽丰田在广州重磅发布 TNGA 中国首款战略轿车——全新第八代凯美瑞。拥有 35 年品牌传承、深受全球 2000 万车主拥戴的凯美瑞,借由 TNGA“丰田新全球架构”实现自我颠覆,以不同以往的炫酷造型、驾驶乐趣和安全性能,重新树立中高级轿车价值标杆。

广汽丰田执行副总经理李晖表示:“全新第八代凯美瑞不仅传承了优异的全球车品牌基因,更聚合了 TNGA 架构下所有的优质资源和先进科技,它全面响应消费者对个性化、豪华感及高品质轿车的需求,将成为引领中高级轿车复兴浪潮的明星车型!”

全新第八代凯美瑞搭载 2.5L、2.5L HEV、2.0L 三大动力总成,包括凯美瑞、凯美瑞运动及凯美瑞双擎三大系列九款车型,全系列产品市场建议指导价为 17.98 万 ~ 27.98 万元,即日起全面发售,新车将于 2017 年 12 月下旬开始陆续到店。

同时,广汽丰田为全新第八代凯美瑞双擎推出“电池无忧计划”,在混合动力电池“8 年或 20 万公里”的质保基础上,再免费提供“不限年限、不限里程”的电池延保。

2006 年,广汽丰田凯美瑞开启在中国市场的传奇历程,历经第六代和第七代车型,凭借全面均衡的产品力创造了引人注目的“凯美瑞速度”,11 年来累计销量超过 162 万台。每一代凯美瑞的演进,都引领着市场潮流方向。如今,全新第八代凯美瑞再次屹立潮头。

诞生于 TNGA 架构的全新第八代凯美瑞,是真正意义上的彻底换代。TNGA 即“丰田新全球架构”造车理念,这是在以往丰田生产方式上的又一次革新。它真正从零开始,对几乎全部零件重新研发,对核心部件全部采用最新技术,对整体产业链全面升级。全新第八代凯美瑞从诞生之初就在外观、驾趣、安全方面拥有显著的产品优势。

“全新第八代凯美瑞不止步于追求有意义的性能价值,更追求直抵人心的情感价值。”全新第八代凯美瑞总工程师胜又正人说,“这是一场史无前例的变革。”

接近概念车的量产车 豪华、运动双造型设计

由“感性·灵动”设计理念塑造的全新第八代凯美瑞



瑞,犹如从概念车设计草图中跃然而出,让人一见倾心。这要归功于低重心、宽尺寸的车身比例,车高降低了 25 毫米,发动机罩降低了 40 毫米,同时车宽增加 15 毫米,在此基础上通过低腰线凸显轮毂的存在感,成就“撩人的动感、知性的洗练”。为实现这一切,就需要重新开发紧凑化的零件,这也是 TNGA 能将接近概念车的量产车变为现实的原因。

全新第八代凯美瑞采用双造型设计,无论豪华版还是运动版,都拥有动人心魄的性感气质。凯美瑞系列宽厚、低稳的蹲姿犹如橄榄球手蓄势待发,它采用巨幅梯形横条格栅、远近光一体鹰眼立体 LED 大灯、波纹状 LED 日间行车灯、LED 组合尾灯及 18 英寸豪华立体铝合金轮毂。而凯美瑞运动系列的矫健身姿,犹如蝶泳运动员乘风破浪,它采用蜂窝网状凌厉进气格栅、鹰眼熏黑立体 LED 大灯、LED 组合尾灯、18 英寸劲酷双色铝合金轮毂、飞翼式运动尾翼、四炮筒式排气管,还首次采用双色车身设计和激情红内饰,大胆塑造中高端运动型轿车形象。凯美瑞双擎系列以豪华版为基础,通过浅蓝色的前、后灯凸显科技感。

突破传统的豪华座舱 首次搭载三屏联动系统

第八代凯美瑞炫酷的造型并不以牺牲空间为代价,在车长增加 35 毫米、宽度增加 15 毫米、轴距增加 50 毫米的基础上,塑造更为宽裕舒适的内部空间。特别是混动车型将原本位于后备箱的电池组安置于后座座椅下面,实现了和汽油版车型一样的后备箱容积。与此同时,全新第八代凯美瑞采用低遮挡 A 柱、低引擎盖设计,并将外后视镜位置后移至门板,从而提供了更开阔的驾驶视野,而开阔式全景天窗更给乘客提供了通透的视野享受。

全新第八代凯美瑞环绕型座舱处处彰显“以驾驶者为中心”的理念,中控台呈现优美的 Y 型曲线,打破传统 T 型设计,前排 10 向电动调节座椅采用立体运动造型,宽厚坐垫提供出色的乘坐舒适性和保持性。仪表装饰板和控制台装饰板上首次采用三次元表面加饰工艺,触摸光滑平整,视觉上却有三维立体效果。

三屏联动智能显示系统更是点睛之作,包括 10 英寸彩色 HUD 平视显示系统、8 英寸彩色中控触屏、7 英寸仪表盘液晶屏,彰显强烈的未来科技感,并提升了行车安全性。这也是丰田首次在国内车型搭载三屏联动系统。

全新 TNGA 动力总成 人车一体的驾控乐趣

所谓“千金难买低重心”。全新第八代凯美瑞车身重心降低了整整 20 毫米,这一关键变革为塑造人车一体的驾驶乐趣奠定了根底。驾驶者从进入座舱的瞬间,就能获得理想的坐姿和开阔视野,坐垫位置、方向盘角度、踏板倾角等均以毫米为单位重新进行设计。重心降低提升了车辆行驶的稳定性和贴地性。同时,全

新第八代凯美瑞车身超高强度钢和高强度钢使用比例超过 94%,并在车身骨架主要部位运用 1500Mpa 热成型钢,抗扭刚性大幅提高了 30% 以上。全车新增焊点超过 400 多个,使用豪华车工艺高强度粘着剂,让车身更坚固的同时提升轻量化。高刚性车身实现了人车一体的自信驾控,在高速行驶和变线时具有出色的稳定性,驾控响应速度更快。

全新开发的 2.5L Dynamic Force Engine 直列四缸发动机是 TNGA 的重要成果之一,采用了 VVT-iE 智能电动可变气门正时系统、D-4S 双喷射系统直喷引擎、无极变压机油泵和激光熔覆气门等大量尖端科技,实现了高性能、高燃油经济性和低排放的高度融合。它的热效率达到 40%,压缩比高达 13:1,最大功率为 154kw,最大扭矩为 250Nm,而百公里综合工况油耗仅为 6.0L。与之搭配的全新 Direct Shift-8AT 变速箱,搭载多片式锁止离合器,可实现接近全域锁止,带来直接顺畅的加速感受。



而混合动力双擎车型更是高性能版本。第八代凯美瑞双擎采用新开发的 THS II 混合动力系统,能输出 160kw 的最大综合功率,而百公里综合工况油耗仅为 4.1L。凯美瑞双擎同样采用 2.5L 直列四缸发动机,而压缩比提升至 14:1,发动机热效率提升至 41%;匹配新一代平行式 E-CVT 电子无级变速箱,动力传输损耗降低了约 20%,实现超越传统燃油车的澎湃加速性能。

第八代凯美瑞使用全新开发的麦弗逊式独立前悬挂、双叉臂式独立后悬挂,在保持舒适性基础上,大幅提升了高速过弯的操控稳定性。新车还采用和雷克萨斯相同的高精度齿条电动助力转向系统,实现紧致、精确的转向质感。此外,第八代凯美瑞采用高灵敏度制动系统,大幅提升制动力度的精准度与响应的即时性。

新 GOA 车身 搭载 Toyota Safety Sense 智行安全

全新第八代凯美瑞拥有卓越的安全性能。前不久,在严苛的 IIHS(美国公路安全保险协会)碰撞测试中,北美版 2018 凯美瑞斩获“Top Safety Pick+”(顶级安全+)成绩。广汽丰田第八代凯美瑞采用和北美版同样规格的新 GOA 车身,具有高吸收能力的车身结构以及高强度的座舱。新的 GOA 车身不仅能确保在正面碰撞时保持优秀的安全水平,并超前应对 25% 小偏置(副驾驶席)碰撞。此外,全新第八代凯美瑞还全系标配十个安全气囊以提升被动安全性能。

在主动安全方面,全新第八代凯美瑞搭载 Toyota Safety Sense 智行安全(丰田规避碰撞辅助套装),包括 PCS 预碰撞安全系统、LDA 车道偏离警示系统、AHB 自动调节远光灯系统和 DRCC 动态雷达巡航控制系统,通过先进的毫米波雷达和摄像机传感器协助配合,提供更安全的驾驶辅助。

“时代变了,凯美瑞也变了,更好的凯美瑞来了!”广汽丰田总经理鱼住吉博表示,“立足对‘制造更好的汽车’的孜孜追求,第八代凯美瑞不仅拥有精良的品质和舒适性,而且已成为一款让人看一眼就想马上驾驶的汽车。”



从 CTCC 带你看广汽丰田 如何玩转年轻化营销



每一台车,都经过一套一丝不苟的检查流程,哪怕只是对生产线上的一颗螺丝钉,也不放过任何一个细节。他们也将这种对完美的孜孜追求、“为可能,尽可能”的精神带到了赛场,引领着 YARIS L 家族致炫致享不断刷新战绩,玩转 CTCC。

如此稳固可靠又有冲劲的战神车,在生活中并不是遥不可及,除了玩转赛场,YARIS L 家族致炫致享还玩转了全国各地,先后在武汉、苏州、哈尔滨、成都等地方举办了系列年轻化、好玩的营销活动,通过还原年轻人感兴趣的生活场景和日常用车场景,用自己的魅力去征服粉丝,让更多人发现,原来赛道上的战神车在生活中也触手可及。

城市玩家 vs 稳重先生 满足不同风格的你

虽说 YARIS L 家族致炫致享同为一家人,但在性格上却大不一样。致炫车主多为时尚个性又爱玩的单身潮人,他们喜欢音乐,喜欢涂鸦、滑板、无人机等具有创意感又能彰显自己主张的东西,所以,外表靓、灵活轻便的两厢车,最符合他们的风格。

而致享的车主,他们刚组建家庭不久,稳重又有担当,享受一家人其乐融融的亲子时光,时不时就想带着

伍秋仪

转眼,2017 年就过去了。回顾今年行业的营销事件,各大汽车企业为了赢得 90 后年轻人的青睐,纷纷借助移动互联网“花样营销”,今天以广汽丰田 YARIS L 家族致炫致享的营销为例,和大家讲一下年轻家用轿车如何玩才能吸引更多年轻人。

汽车的运动化、时尚化、年轻化已成大趋势,体育营销自然成为车企屡试不爽的选择。而 CTCC 作为中国国家级房车赛事,历来就是各大车企品牌推广和实力展示的大舞台。

今年在 CTCC 的比赛中,广汽丰田可谓把 CTCC 玩转得“666”啊,不仅连续 6 站登台拿奖,持续霸占着第一名,刘洋也以 160 的总积分稳居车手榜第一!

特别是在最新一站宁波站的比赛中,广汽丰田的表现更是让人竖起大拇指点赞——连续拿下了两回合的车手杯冠军和厂商杯冠军,稳守了总积分第一的头衔。

直播赛事内幕,7000 万人强势围观

广汽丰田 YARIS L 家族紧跟传播的流行趋势,并结合年轻消费群体的触媒习惯,采用了当下最红的网红直播形式,邀请了行业资深的主播组合——重口味双蕉和人气女主播,一起鲜活地展示赛事魅力,前前后后 6 站赛事直播,累积吸引了超过 7000 万粉丝的强势围观。

区别于常规的网络直播,广汽丰田的直播内容也是相当走心,全方位深入赛事内部,为大家解密赛事背后的种种小秘密,极大地满足了年轻人的好奇心:他们剖析战车 YARIS L 家族不断拿奖的秘密;八卦了 4 位“敢为玩家”赛车手不为人知的真面目;走进了赛车宝贝的世界,揭秘了车模 CTCC 光鲜又辛苦的一天;科普了职业车队到底是一个严谨又强大的车队……

如此独家又精彩的内容,在这个内容为王的互联网时代,肯定能马上虏获年轻消费者的心,难怪广汽丰田能把 CTCC 玩转得这么“6”。

高品质追求接地气营销,玩转全国各地

众所周知,广汽丰田对品质的追求向来都是汽车业内标杆,连续 5 年蝉联“零缺陷率”工厂。他们生产的



全家来说走就走的自驾游。所以,他们会选“大块头”、稳重居家的三厢车致享作为自己家庭的第一台车。

更值得一提的是,这两款车只需要 7 万元起步,就能拥有 VSC 车身稳定系统、TRC 牵引力控制系统、HAC 坡道辅助功能和智能启停系统,让驾车出行更安全便捷。YARIS L 家族致炫致享可以说是年轻人第一辆车的理想选择。

动则涂鸦嗨歌,静则游园摘花,可以说,YARIS L 家族致炫致炫完美演绎了当代年轻人的两种生活状态。你可以开着两厢致炫带上三五好友去城市的各个角落探索玩乐,也可以驾驭三厢致享携手家人孩子来一场说走就走的旅行,无论你选谁,YARIS L 家族总有一款适合你。



广汽腾讯智能网联合作成果展现 iSPACE 智联电动概念车全球首发 广汽集团践行“中国式创新”全面推进品牌升级



■ 怡然

第15届广州车展前夕，广汽集团携腾讯公司举行“智·享未来——广汽腾讯战略合作发布会”。广州市委副书记、市长温国辉，副市长、市政府秘书长叶牛平，市发改委、工信委、国资委、科创委等领导，广汽集团董事长曾庆洪，广汽集团总经理冯兴亚，腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾以及广汽集团和下属企业，腾讯公司代表，媒体记者等约400人出席本次发布会。

广汽、腾讯发布智能网联领域的最新合作成果，并全球首发由广汽集团自主研发的iSPACE智联电动概念车。基于腾讯为下一代智能网联汽车打造的腾讯车联“AI in Car”系统，利用腾讯的安全、内容、大数据、云计算和人工智能等平台能力，iSPACE将为车主打造全方位智能车生活体验，两大世界500强企业携手预热车展。本届车展上，作为“东道主”的广汽集团再创广州车展史上最大参展规模，携旗下广汽乘用车、广汽本田、广汽丰田、广汽菲克、广汽三菱、广汽讴歌等六大整车品牌组团齐聚2.2馆的“广汽馆”，参展面积超过一万平方米。

今年是广汽成立20周年，也是广汽集团的“品牌升级年”。广汽集团继年初发布品牌全新战略规划后，藉本次车展展示广汽在技术升级、产品升级、产业升级等方面发力“中国式创新”，全面推进品牌升级。

广汽腾讯战略合作成果发布 智能网联创新突破

11月16日，广汽集团携腾讯公司发布在智能网联领域共同打造的一款更高效、更智能、更具情感化的车载智能网联终端产品，标志着双方继今年9月份签署战略合作协议后，取得实质性进展。该款车载智能网联终端产品基于广汽自主研发的扩展性好、性能强大、与汽车深度融合的智能网联平台，并深度融合了腾讯车联“AI in Car”系统在安全、内容、大数据、云计算和AI方面的积累。

根据产品开发规划，广汽与腾讯将在汽车前端和后端展开定制化开发，计划于2018年实现量产，并且，广汽未来上市的多款车型将搭载双方共同开发的车载智能网联终端产品。依托该车载智能网联终端产品，广汽未来多款车型将实现智能语音交互、智能出行、个性化内容智能听、社交、运营增值等功能，为车主提供智能化、场景化、个性化、社交化、增值化的服务体验。

“广汽与腾讯仅用不到2个月时间，即在智能网联领域取得了成果，充分体现双方合作的协同高效。”广汽集团总经理冯兴亚表示，该合作成果得益于广汽集团“内部协同创新、外部开放合作”的发展原则，同时也为双方未来进一步合作奠定良好的基础。

腾讯公司副总裁钟翔平表示，腾讯车联致力于与合作伙伴共同构建整体服务赋能的开放体系，为车主带来智能化驾驶体验，享受驾驶乐趣，助力汽车行业迈入汽车智联网时代。

未来，广汽集团与腾讯公司将继续强强联手，针对汽车智能网联平台“Performance 产品性能”“Usability 功能易用性”“Consistency 表现一致性”三大维度进行技术创新，打造广汽智能网联生态圈，为用户创造具有人工智能特点的车载智能网联终端产品。

iSPACE 智联电动概念车全球首发 广汽明星车型矩阵闪耀羊城

本次发布会上全球首发的iSPACE智联电动概念车，是一款由广汽研究院基于新能源平台自主研发的创新车型。通过对95后群体典型用车场景及生活方式的深入研究，iSPACE重新定义用户对车的需求，实现汽车属性的颠覆变革。

为了满足都市年轻人渴望私人空间又追求社交认同的纠结心态，iSPACE开创性的提出“car stops, life starts”(有限车空间，无限车生活)用车理念，通过巧妙的机关变换，将前、后座椅一键拼接为舒适的双人床，实现驾驶模式与居家模式的戏剧化切换，为年轻人创造出自在、乐享、专属的“第三空间”。同时，iSPACE概念车还打通了虚拟与现实的空间界限，车内提供全方位沉浸式娱乐交互体验，让用户尽情享受虚拟世界的刺激；而车尾屏幕则搭载了车外社交互动系统，鼓励用户在现实世界里积极寻求真实的温情。该车型体现了广汽对电动化、智能化、网联化、情感化特性的深刻理解，以及践行“移动生活价值创造者”的创新举措。

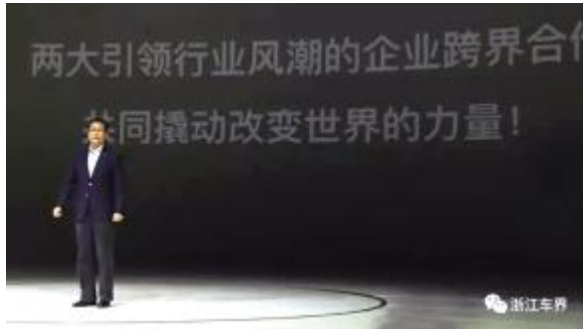
值得一提的是，搭载了腾讯车联“AI in Car”系统的iSPACE概念车，已经在人车交互的场景智能方面取得了优势，将智能识别感知多种出行场景，包括通勤、约会、机场接送、购物停车、自驾出游等，未来还会包含车况场景和汽车周边场景。车主还将享受到“智能听”服务，腾讯车联“AI in Car”系统将基于十亿级用户画像标签，为用户提供个性化内容推送，如QQ音乐、企鹅FM、NBA现场直播、QQ阅读等；腾讯车联“AI in Car”系统将腾讯强大的社交基因延续到车，车主能够在驾车过程中便捷、安全地收发微信和QQ消息，同时在接人碰面、实时行程分享、车友互动等场景中能够进行顺畅社交，而腾讯科恩实验室领先的车联网安全体系将为用户提供完备安全保障；腾讯车联“AI in Car”系统还将与车企账号体系打通，利用微信小程序的强大生态，通过“腾讯我的车”车主服务平台，持续为车主提供车型专属会员增值服务。

广汽自主品牌又一款旗舰车型传祺GM8于17日上午全球首发亮相，并启动预售。GM8的目标人群是追求优越生活、自信在握的新一代商务精英，GM8具有威严肃穆恢弘的外观、全感官奢享VIP座舱，让人无微不至畅享科技，无忧安享智能安全。随着传祺GM8的发布，广汽自主品牌高端品牌矩阵业已成型，将重新定义广汽制造的先进水平，充分展示了广汽自主品牌事业平台化、智能化、高端化的体系实力；通过为消费者提供高端优质的产品和服务，不断树立中国车高端品牌形象，助力中国汽车品牌持续向上。

广汽集团旗下企业明星车型也闪耀登场，举措频出。除了传祺GM8首发亮相，广汽乘用车在本次车展展出iSPACE概念车等新车，展现广汽自主品牌实力；广汽本田明确品牌定位，并带来飞度中期改款车型；广汽丰田正式发布第八代凯美瑞车型，可谓本届车展最亮眼的明星车型之一；广汽三菱公布产品、渠道服务以及企业层面全新规划，引进三菱全球战略车型；广汽菲克则在车展上展示明星车型Jeep指南者1.4T，并通过4x4展示装置呈现应用在合资车型中的最强四驱系统。首次入驻广汽馆的广汽讴歌展示了全新上市的ALL NEW TLX-L。今年7月份成立的广汽新能源首次亮相广州车展，并携众多智能新能源车型及产品参展。

“电动化、国际化、网联化” 协同推进“大广汽”品牌升级全面发力

今年前10月，广汽集团实现产销近165万辆，同比增长均接近26%，增幅大幅高于行业均值，前十个月销量比肩去年全年销量。今年广汽集团更五度入围财富世界500强，排名238位，比去年上升65位，上升幅度达21%，品牌影响力大幅度提升。整车板块前10月销量喜人，销量达164.2万辆，同比增长达25.64%，前10月销量即达到去年全年销量。



广汽集团根据“1513”战略和品牌全新战略规划，集全集团之力发展自主品牌事业，致力实现“电动化、国际化、网联化”三大突破，全面推进“大广汽”品牌升级。

今年，广汽集团获批非公开发行A股股票150亿元，用于智能网联、新能源与前瞻技术、关键零部件以及自主品牌发展。预计到2020年，广汽集团新能源车型产品将多达20余款，新能源汽车占集团整车产销规模10%。

同时，今年1月，广汽集团三度参展北美车展并成为该车展110年历史上首个进入主展馆的中国汽车品牌；5月份，广汽举办多场海外人才招聘联谊会，启动建设广汽硅谷研发中心，从而加强人才集聚以及前瞻技术研发；截至目前，广汽集团已在14个国家建立销售服务体系，并计划于2019年进入北美市场，国际化进程稳步推进。

今年4月，广汽智联新能源产业园奠基，总投资超450亿元，总规划面积7500亩；年内，广汽集团还先后与科大讯飞、华为和腾讯展开战略合作，在智能网联化方面，迈出坚实步伐。

值得关注的是，今年9月，广汽集团企业品牌文化展厅——广汽馆正式开馆，作为广汽集团品牌升级行动的又一重要举措，它将以开放共享的姿态向社会公众展现广汽品牌独有的魅力，传递广汽的品牌理念和社会责任感。

不忘初心，追求卓越。未来，广汽集团将围绕“一个中心、两个不动摇、三个转变”的主线，践行“中国式创新”，持续推进“大广汽”品牌升级，力争在“十三五”期末，广汽集团品牌成为中国汽车行业的知名品牌，并成为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。



东风悦达起亚全车系亮相广州车展

智能互联网 SUV NP 首发亮相



■ 金婕 廖丽香

在本届广州国际车展上，东风悦达起亚联合起亚汽车(中国)携 18 款 22 辆车盛装参展，东风悦达起亚智能互联网 SUV NP 首度亮相，新近上市的互联网家轿新 e 代福瑞迪也智慧登场，强劲阵容吸引各方瞩目。

本次车展，东风悦达起亚和起亚汽车联合展馆面积近 2000 平方米，展台沿用了起亚全球统一的家族“虎啸式”3D 立体空间设计风格，彰显格调品味，体现出强烈的品牌张力。主舞台上，首次与大众见面的东风悦达起亚智能互联网 SUV NP 气场十足，以硬朗帅气的外观、出色的动力性能以及领先的互联科技，为中国消费者带来极具科技感与安全感的 SUV 新选择。同场现身的新 e 代福瑞迪作为东风悦达起亚首款互联网家轿，集时尚外观、舒适配置与先进的智能互联技术于一体，为都市年轻消费者开启车联网时代新生活。

此外，东风悦达起亚 KX7 尊跑、KX5、新 KX3 傲跑、智跑、KX CROSS、全新 K5、凯绅、新 K3、新一代 K2 焕驰等全系车型也精彩亮相，可谓星光熠熠。ECO 展区的首款纯电动汽车华骐 300E 与 K5 混动版，以及科技感十足的互联网汽车展区、充满运动激情的 CTCC 赛车展区，则实力呈现了东风悦达起亚领先的造车理念与技术实力。起亚汽车在本次车展也展示了后驱高性能轿跑 Stinger、混合动力 SUV Niro、全新索兰托 L、全新嘉华等丰富汽车产品。

NP 匠心智造 创新互联网 SUV 出行潮流

近年来中国消费者对 SUV 的热情持续高涨，用车需求也不断升级，除了大空间、高通过性、视野开阔等车型固有优势外，智能便捷的驾乘体验也成为影响消费者购车的重要因素。本次广州车展，东风悦达起亚首次亮相了智能互联网 SUV NP，新车将在明年正式上市，为中国消费者创造 SUV 智联出行的全新体验。

NP 在外观设计上打破了城市 SUV 一贯圆润秀气的风格，回归了传统 SUV 坚固硬朗的形象，视觉上更添力量感和安全感。作为一款互联网 SUV，NP 搭载了东风悦达起亚与百度联合开发的对话式语音识别智能互联系统，让驾驶更具智能感，带来便利的驾乘感受。此外，NP 还具备深受中国消费者喜爱的 8 英寸高

清触摸显示屏、智能钥匙 + 一键启动、电子手刹 + 自动驻车、全景天窗、后排空调出风口等丰富配置，进一步提升了车辆的品质感。

NP 不仅拥有宽敞自由的车身空间、出色的动力与操控性能，在安全方面更是实力超群。通过搭载前方防撞辅助(FAC)、车道保持系统(LKA)、驾驶员疲劳提醒(DAW)、高级胎压监测(TPMS)、6 方位安全气囊等众多安全配置，NP 为驾乘者带来全方位的周全保护。未来还将应用全景影像(SVM)等领先安全科技，倾力打造无忧旅程。

新 e 代福瑞迪 一言逸行 开启车联网时代新生活

新 e 代福瑞迪是东风悦达起亚为年轻、时尚、个性，对数字互联网生活充满好奇与憧憬的都市年轻消费者推出的一款互联网家轿，以领先的智能科技为他们开启车联网时代新生活。

新 e 代福瑞迪是国内首款搭载百度 Apollo 平台 DuerOS 技术的汽车，藉由精准高效的语音交互，可轻松实现人、车、网三方之间的即时联动，是一款真正意义上的“会说话的互联网轿车”。新 e 代福瑞迪不仅可通过语音对空调、音乐播放、点歌、切换 FM 等车内基本功能进行操控，其智能互联系统还支持自然语言搜索、智能导航、拨打电话、天气查询、获取有声新闻等多种功能，并后续支持移动支付功能实力，演绎“一言逸行”的产品内涵。

作为国内首款合资品牌互联网家轿，新 e 代福瑞迪在重新定义未来出行方式的同时，还以大气时尚的外观设计、经济实用的全面配置、卓越的动力与安全技术，为中国消费者打造潮流、舒适、经济的家庭轿车新体验。

东风悦达起亚 怀感恩之心 向未来奋进

2017 年，东风悦达起亚推出了 KX7 尊跑、KX CROSS、凯绅、焕驰、华骐 300E、新 e 代福瑞迪等一系列极具差异化和市场竞争力的新车型，满足消费者多元化的购车需求。同时，坚持以顾客为中心，以优质服

务提升客户满意度，赢得了广泛赞誉。企业在 2017 年 J.D. Power 中国新车质量研究 (IQS)、J.D. Power 中国汽车售后服务满意度研究 (CSI) 中均取得主流车市场第二名的好成绩；在中国汽车行业用户满意度 (CAC-SI) 测评中，售后服务满意度、销售服务满意度均位列合资品牌第三名，旗下多款车型在细分市场也名列前茅。

东风悦达起亚 2017 年在多元化营销领域持续深耕，收获了丰硕的成果。体育营销方面，企业今年参加了 CTCC 中国房车锦标赛 2.0T 组别比赛，频获佳绩；赞助了 2017 FIBA 斯坦科维奇杯洲际篮球赛，成功传递了“激情超越梦想”的品牌精神。文化营销领域，东风悦达起亚通过打造网络真人秀节目《开心星期 7- 品味爸爸的城》，赞助植入电影《父子雄兵》，开展寻找凯绅先生 MR.K、“KX CROSS 随心，随性，随我”线上歌曲征集活动，以及制作推广展现车型尖端技术的《Surprising Lab 难以置信实验室》视频等，让消费者近距离感受到品牌的丰富内涵。

同时，作为具有强烈社会责任感的车企，东风悦达起亚还不遗余力践行公益。除持续开展希望小学援建、“东风悦达起亚家园”房屋援建等公益项目外，企业今年还发布了首份社会责任报告——《东风悦达起亚 2016 企业社会责任报告》，并获得中国社科院社会责任专家委员会四星半级评价。

东风悦达起亚成立 15 年来，赢得了 480 万车主的信赖。企业取得的每一步发展与每一项成绩，都离不开广大消费者的支持。感恩于心，回报于行，东风悦达起亚将 2017 年至 2018 年定为“顾客感谢年”，通过推行以“关爱有家 顾客至上”为核心的顾客感谢活动，追求更深层次的顾客满意与感动。未来，企业将深化开展“Family-Like Care”顾客服务，以更加周到的购车服务，更加丰富的客户关爱活动，为消费者带来家人般的关怀，创造更多价值感和获得感。通过强化本土化创新研发能力，开发应用更多消费者青睐的汽车新技术，推出更多高品质的汽车产品，东风悦达起亚将不断超越消费者的期待，创造更加精彩的汽车生活。

东风悦达起亚将在 2020 年挑战实现 100 万辆产销目标，力争在 2025 年进入中国汽车品牌第一阵营。绘就发展蓝图，开启全新征程，东风悦达起亚将以百分之百的雄心、匠心和决心，向着腾飞梦想大步奋进。不忘初心，砥砺前行，相信东风悦达起亚将与中国消费者一起走向新时代、创造新未来！

天生强者 全新一代依维柯 DAILY		
短轴低顶 多功能车	FIA 2.3L-5MT	CNY 154,900
长轴高顶 多功能车	FIA 2.3L-5MT	CNY 171,900
短轴低顶 厢式车	FIA 2.3L-5MT	CNY 150,000
长轴高顶 厢式车	FIC 3.0L-6MT	CNY 248,900
长轴高顶 商旅客车	FIA 2.3L-5MT	CNY 198,900
长轴高顶 商旅客车	FIC 3.0L-6MT	CNY 262,900
4.5吨加长轴 单排加宽底盘	FIC 3.0L-6MT	CNY 184,800
7吨超长轴 单排底盘	FIC 3.0L-6MT	CNY 184,900

依维柯又出 8 款新车型



■ 俞玲峰

秋风送爽,丹桂飘香,11月的武汉迎来了“2017中国商用车展”。在中国车坛的武汉时间,一个家喻户晓的轻型商用车品牌,带来了足以撼动中国轻客市场格局的产品——全新一代依维柯 Daily。本次上市发布会率先公布了8款车型,售价自15万元起。11月4日上市发布会当天,依维柯官方天猫旗舰店开业,全新一代依维柯 Daily 可在天猫旗舰店购买。

从2017上海国际车展首次亮相,到世界级商用车制造基地下线,再到今天武汉国际商用车展的上市发布,全新一代依维柯 Daily 的每一个动作,都深受社会各界的广泛关注。依维柯凭借着内外兼修的卓越品质,用30多年时间和58万辆优质产品,在用户中树立了良好口碑。本次车展的焦点在于,这是一款打破常规造车技术与理念的产品。全新一代依维柯 Daily 平台产品全面,59个基本车型范围从3.5吨到7吨,覆盖客货两用、专业改装和物流运输,同时兼顾商旅通勤。是一款真正意义上的全领域多功能商用车。

全新一代依维柯 Daily 是南京依维柯在世界500强上汽集团和凯斯纽荷兰工业两大股东的全力支持下,在全新的世界级商用车制造基地依维柯桥林工厂倾力打造的全领域多功能商用车。产品完全同步欧洲最新技术,并根据市场环境和用户客观需求进行专项研发,拓

展了34项专业级商用车应用技术,是未来10年商用车应用技术的“天生强者”。

上市发布会现场,一辆充满未来科技感的展车,刷新了所有人的感官,惊爆了大家的眼球。3D环绕动感车身、改装功能实时演示,南京依维柯以充满创意的炫酷方式,从最直观的角度全方位展现出全新一代依维柯 Daily 无与伦比的改装性能,诠释多功能、多用途的产品定位。

南京依维柯总经理杨军虎表示,近年来,随着时代的发展,轻客行业标准和用户需求也在不断提高。为此,南京依维柯进行了一项名为“科技改变未来”的用户需求性研究,以创新前沿的应用技术,成就了这款代表着依维柯最先进技术和品牌价值的新车型——全新一代依维柯 Daily。同时,他还进一步指出,专业物流、专用改装市场,原本就是依维柯的优势市场,全新一代依维柯 Daily 将以更优越的性能,满足全领域用户需求。

全新一代依维柯 Daily 上市后,将对南京依维柯现有的产品线加以补充,构成以全新一代依维柯 Daily 占据高端市场,Power Daily 系列主打中高端市场,Turbo Daily 系列面向中低端市场的更丰富、更细分的产品矩阵。

据悉,目前依维柯还在积极拓展开发更多的变型车和选装配置,2018年还将有全新一代依维柯 Daily 新能源、8AT、旅行客车等新车型不断上市,满足行业发展的各种细分需求,为用户创造更多价值。





江浙十城联动 首开业界先河

吉利有了自己的“购车节”



■ 孙望楠

不凡的车企,自有不凡的理念;不凡的品牌,必有不凡的策略。

10月22日,在汽车圈被誉为“一匹黑马”、而今已如日中天的吉利汽车,又首开汽车业界先河,在全国经济最发达、百姓最富裕、民间消费力最强、产品挑战性最苛刻的江苏、浙江地区,首次揭开了包含浙江5大城市杭州、宁波、温州、金华、台州及江苏5大城市南京、苏州、无锡、宿迁、南通10个分站,预计直接参与人数将达13000余人的“吉利购车日”大型促销活动序幕。

正是江南秋意渐浓,晚桂飘香之际,久雨初晴的午后,艳丽的秋日为参展的人们提供了心旷神怡的好氛围。

当天下午1时许,在景色如画的钱塘江南岸中国水利博物馆内,彩旗飞舞,气球飘扬,人头攒动。吉利首届主题为“吉心动 享豪礼”的江浙十城联动的“吉利购车节”主场就设在此。

据悉,此次杭州主会场购车活动主要由杭州、嘉兴、湖州及绍兴等地18家经销商操办,共有2400余名年轻的吉利未来车主参与这一购车活动。

仿佛是有一种现场会热闹非凡的预感,我早早便驱车来到了“购车节”活动现场。尽管购车节时间是下午13:00至16:30,但中午12点,中国水博馆诺大的园区内已是人山人海了。

这个气势,连我这个做了10多年汽车的人,也不得不暗暗吃惊:仅仅相隔数年,今天的吉利汽车,在江浙老百姓心目中还真的挺有号召力的。

随着川流不息的人潮,我进入“吉利购车节”现场。水博馆诺大的会场内早已坐满了年轻的吉利未来车主,激动地等待着“购车节”的开启。

杭州吉智店董事方文海和我是老熟人了,他指着已经挤得水泄不通的会场悄悄告诉我,他们事先已考虑到了场地因素,所以对参加这次购车节的未来车主进行了

“限额”,否则,人会更多。

而在场外,水博馆一位中年保安惊叹地说,今天是我们建馆以来,人最多的一天。

窥一斑而知全豹。从此次杭州主场采访今年首届“吉利购车节”的拥挤闹猛场景来看,我们不难想象出此次购车节在其余9大城市同时举办、万人争购的旺销景象。

和吉利首届“购车节”的闹猛景色相得益彰的是,今年吉利全车系的销售量也是直线上窜。

据告知,今年1至9月份,江苏、浙江两地吉利汽车总销量已达102921辆,其中浙江地区吉利销量亦已突破6万辆,乘用车市场排名第二,仅次于上海大众。而江苏南京地区的吉利销量也较去年同比增加了40%。整个江苏、浙江地区吉利汽车的市场排名,已经超越了东方日产、北京现代等合资品牌,位列第4名。

由此看来,一直来为业界所津津乐道的沿袭多年的

江浙地区民间汽车消费“两头尖、中间大”的消费格局已经开始在悄悄地改写。

在现场,吉利汽车江浙营销事业部总监刘殿军告诉我,此次10月22日推出江浙十城联动、万众优惠购车的“吉利汽车首届购车狂欢节”活动,旨在以最实惠的价格为江浙两地的吉利汽车消费者提供一个集中购车的便利,同时也希望通过这一活动,打造一个属于吉利自己的购车品牌日。就像淘宝京东双十一的购物节一样,希望能打造成为“吉利汽车购车日”这样一个品牌类活动,以后每年都会延续这个购车节的主题活动。

据悉,此次吉利在江浙十城率先推出“购车日”活动,只是一种营销上的尝试。一旦时机成熟,将快速推向全国。

吉利汽车,正在一步一个脚印,稳健地走进江浙地区的寻常百姓家。



望楠说车

恰到好处的“吉利购车节”

办事情,大到国家大事,小到家庭琐事,时机很重要。时机抓得准,再难的大事也能事半功倍,顺利办妥;时机不对头,再易的小事也会反复无常,搞糟办砸。

10月22日下午,吉利汽车开业界先河的首届“吉利购车节”,以杭州为主会场,江浙十大城市联动同步启动。仅短短一个小时,十大购车节活动现场就售出各类吉利汽车7398辆,在创下又一吉利销售速度记录的同时,亦创下了汽车业界又一销售神话。

其实,吉利首届购车节之所以能够旗开得胜,满载而归,说到底,还是一个时机抓得“恰到好处”。

消费市场呼唤“吉利购车节”

大家都知道,这几年来,吉利汽车在国际国内市场上声名鹊起,产品供不应求,多款车型在市场上甚至到了私下加价的紧俏状态。而不少4S店也是经常出现紧俏车型断档缺货的尴尬局面。不少消费者,尤其是众多的年轻消费者,早就在翘首盼望着吉利厂商能早日举办一个集中购

车、车型齐全、售车方式活络且价格优惠的“吉利购车节”。

反过来说,如果吉利汽车不是今天的吉利汽车,不是今天吉利汽车的外观颜值,不是今天吉利汽车的整车质量,不是今天吉利汽车的售后服务,也不是今天吉利汽车的优异口碑,那么,再好的营销办法,再优惠的售车政策,也只能落个“门前冷落车马稀”的尴尬结局。

时间结点呼唤“吉利购车节”

商界有句俗语,叫做“七死八活九回头”,说的是商品销售每年的惯例。汽车也是一种商品,因此也难以脱离这一销售惯例。每年10月份开始,汽车销售便也开始进入一年一度的旺季。随着元旦、春节的逐渐临近,及黄金周的增多,人们的节前购车欲望也是与日俱增。

这次吉利购车节选定在10月22日举办,时间上抓得真好。正好迎合了江浙民间节前消费、节日享受的传统习俗。

持币观望者呼唤“吉利购车节”

细细想来,这次吉利购车节,一个小时卖出7398辆

吉利车,对吉利来说,固然是一件可贺可喜的大好事。但对能在这次购车节上买到价廉物美而又自己心仪的吉利汽车的7398位吉利准车主来说,又何尝不是一件值得庆祝的大好事呢?

汽车,毕竟不是一件小商品。买车,也终究不会是一时心血来潮。

据我了解,这次吉利购车节上顺利成交的众多吉利准车主,有不少已是吉利汽车多年的忠实粉丝。他们之所以至今尚未跨入吉利车主大家庭的行列,而一直在徘徊观望,不外乎是选购不到自己满意的车型,期待更优惠的购车政策及更实惠的买车价格。

这次吉利购车节,无疑为这些等待观望的吉利准车主打开了方便之门。

鉴于上述种种,我个人认为,吉利这次举办购车节,是抓住了良机,恰到好处;而此届购车节能大获成功,也是顺应时势,水到渠成。