QQ 报料:599179009
总第 87 期

# 浙江车界

12 月号刊
2017.12.20 星期三

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



# 林杰：从诞生起 吉利汽车就在一直挑战不可能



在刚刚公布的 11 月销量排行榜上，吉利汽车以 141265 辆的优异成绩夺取单月销量冠军宝座，将资历最老的合资车企一汽大众甩在身后，创造了中国品牌有史以来的新高度。

与此同时，今年 1～11 月吉利品牌累计销售销量达到惊人的 1093491 辆，同比大涨 66%，完成 110 万辆年销量目标的 99%，超额完成 110 万辆既定目标已无悬念。

此外，2017 年吉利成功推出了自己的高端品牌领克，受到国内消费者极大的关注。同时，吉利在今年收购了宝腾汽车和豪华车品牌路特斯，还在 11 月 13 日全资收购了美国太力飞行汽车公司，为在国内外高端汽车市场的发展打下了坚实基础。

看得出来，整个 2017 年是吉利汽车 3.0 时代砥砺前进的关键之年，也是吉利汽车厚积薄发之年，在吉利汽车发展史上具有重要的意义。那么，成绩的背后又有怎样的故事？面对即将到来的 2018 年，吉利汽车又有什么计划和打算？

为此，我们专访了吉利汽车集团副总裁、销售公司总经理林杰，由他给我们讲述吉利汽车爆发式增长背后的秘密。

**汽车情报：2017 年对于大多数车企来讲都是噩梦一般的存在，但是吉利年中上调年销量目标，创造了中国品牌中的“吉利现象”，您认为吉利销量取得突破的关键是什么？对明年的销量有怎样的预期？在营销方面又将如何突破自我？**

**林杰：**① 首先是吉利至今已经造车 20 年，在这期间吉利积累了很多经验，同时我们也保持造好车的初心不变。其次是吉利汽车当前进入了“精品车战略”发展阶段，在深化“精品车战略”的过程中，我们推出的 3.0 代精品车，3.0 代精品车使整个吉利汽车的品牌形象产生了根本性变化，也让社会各界对吉利有了全新认识，不仅是吉利自己，包括用户、经销商，业界都对吉利未来发展充满了希望，让人坚定信念必须做下去，好的产品是打开市场大门的钥匙，这也说明“中国品牌可以更高价值的产品向上突破”这条路是完全走得通的。第三，吉利汽车不会参与价格战，而是以价值战、品牌战、服务战实现向上突破，从合资的市场中抢占销量和份额，品牌必须进行裂变，在不同的领域争取不同的细分群体，才会滋生出更多的市场机会。第四，吉利汽车在研发、采购、制造、营销等方面，均以市场为原点、以用户需求为导向，形成有序的内部系统组合，也就是体系化，体系化的竞争力已经在吉利呈现并发挥威力。整体的协调一致，使我们的品牌和整个供应链越发自信，这也是帮助吉利达到百万年销量的关键。

② 从整体车市的趋势来看，明年仍会处于微增长态势，我们有信心让吉利的销量高于行业的平均增长。

③ 在营销方面，我们仍要坚持两个核心理念，一个是“以用户为中心”，一个是“以产品为核心”，提供最好的产品，再用消费者喜闻乐见的方式去传播，深化多元化营销、体验式营销，解决消费者的痛点，就是吉利工作的重点；产品是船，营销是帆，船是吉利成长的关键，需要好船配好帆。

**汽车情报：业内对吉利的评价是不偏科的“三好学生”，也正是如此才能使吉利成为业界翘楚。2018 年，吉利在 SUV、轿车、MPV 三个领域将如何布局？吉利在今年上海车展上发布的 MPV 概念车什么时候量产，一旦量产的话，对其市场销量有没有一个具体的预期？**

**林杰：**① 2018 年是吉利汽车的产品大年，我们会推出五六款全新车型，也会推出现有产品的改款、迭代车型，持续不断地为用户创造更多的产品价值，产品将涵盖轿车、SUV、MPV、跨界车等各个品类，同时覆盖从 A0 到 B 级车的各个细分市场；吉利汽车作为一个全品系汽车品牌，我们希望能做到轿车、SUV、MPV 各个细分市场都具有一些竞争力，实现均衡发展。吉利汽车会在做好轿车和 SUV 产品的前提下，加快对 MPV 市场的布局。

② 2017 年中国 MPV 市场有些萎靡，但随着 MPV 正在向家用化趋势发展、二胎政策的放开，我们对 MPV 的市场前景持乐观态度；预计吉利汽车的 MPV 产品会在 2018 年下半年推出，在“精品车战略”的持续实施下，我们的 MPV 产品也要实现“精品化”，产品力达到同类产品的领先水平，为用户创造高品质、高价值。从始至终，我们对标的是全球汽车企业，一个全球汽车企业一定是全谱系的，从轿车、SUV、MPV 等等，这一点吉利在战略上是十分清晰的。

**汽车情报：目前来看，吉利的紧凑型 SUV、跨界 SUV 及小型 SUV 都取得不错的业绩，但在中大型 SUV 方面比较薄弱，对此，您怎么看？吉利有没有这方面的计划？**

**林杰：**① 当下中国 SUV 市场依旧火热，各级别的市场也在重度细分，市场呈现多元化格局，现在的中国 SUV 市场仍然会有增长，但从现在的增速和增量来看，未来的 SUV 市场增幅会变小。

② 对此，吉利汽车会坚持实施“精品车发展战略”和“SUV 战略”，继续在 SUV 市场上深化布局，未来吉利汽车每年会推出两款左右的 SUV 新车型，2018 年就会有重量级 SUV 新品推出。

③吉利一开始的愿望就是让中国人买得起车，造老百姓买得起的好车。第二代是造最安全、最节能、最环保的好车，让吉利汽车走遍全世界。第三代以博瑞产品为代表，造每个人的精品车，同时也提出要让老百姓不仅买得起也要用得起，所以，我们整个理念是要为国民造好车，也要服务好。因此，在中大型 SUV 产品方面，吉利汽车有产品规划，整车品质会延续 3.0 时代精品车的一贯特色。

**汽车情报：纵观轿车前十的排名，中国品牌也就只有吉利孤身与众多合资品牌抗衡，对此，您觉得对吉利轿车是机遇还是威胁？后续轿车市场有何布局？在新能源方面，吉利汽车 2017 年取得哪些成绩，2018 年又有怎样的打算？**

**林杰：**①一直以来，轿车都是中国汽车品牌的“短板”，但吉利汽车造车 20 多年来，长期坚持深耕轿车市场，把轿车视为汽车企业的基石，即便竞争再激烈、环境再困难，也坚持对轿车市场的耕作；吉利汽车拥有“成为世界汽车行业前十”的目标和信念，要成为世界级的车企，就要对标和学习全球前十强的外资品牌，跟世界级的车企进行竞争。

轿车是基石，SUV 是机会。吉利汽车这两年取得的成就，首先离不开对基石的坚持，帝豪和远景都拥有超过百万的用户基盘，是产品的可靠和质感，赢得用户的信赖，而这些用户的信赖，对吉利汽车来说是非常可贵的财富；另外，吉利汽车也抓住了 SUV 的市场机会，像博越、帝豪 GS、远景 SUV 在市场中的火爆，都离不开对用户需求的重视，以及产品的过硬品质。

② 对于吉利来说，绝不会放弃轿车市场，而要深化实施“轿车与 SUV 双轮驱动”战略，继续加码对轿车市场的布局，适时推出全新的轿车产品和现有轿车的改款车型；11 月 9 日，吉利汽车推出了全新远景；广州车展上则展出了 2018 款帝豪 GL，按照既定的上市规划，这款车很快会和消费者见面，产品实力会继续增强。

③ 新能源方面，吉利第一款高性能纯电动车帝豪 EV 上市 2 年来，蝉联 A 级纯电动车销量冠军；吉利首款插电混合动力车型帝豪 PHEV 已于 11 月 10 日上市，补贴后售价 12.98 万到 14.98 万元，采用了国际领先的 CHS“联擎”超强混动技术，填补了国内功率分流混合动力技术的空白。吉利甲醇轿车已在贵阳、山西、陕西和上海进行推广和示范运营。吉利商用车“远程汽车”旗下甲醇燃料发动机、轻卡、客车以及纯电动轻卡、客车等多款产品也将相继亮相；积极布局纯电动微公交、城市短途代步车型，兼顾商用车新能源车型研发，电动车市场专门开发的 GE 平台和 PMA 平台，基于 PMA 平台的首款车型预计于 2020 年内上市。

B 级车 K 系列车型是一款主打新能源的全新车型，将搭载吉利自主研发的 1.5T+7DCT 为核心的插电混合新能源动力系统，是首款搭载该动力系统的车型，也会有全新的 1.0T 插电混动车型；明年年内大概有几款新能源车会推出，纯电动的续航里程会从 300 公里升级到 400 公里，高座姿偏 SUV 的纯电动车会在明年上半年推出，同时帝豪 PHEV 会做升级，明年下半年会有一款全新的纯电动车会推向市场；吉利这两年在新能源领域加快布局，到 2020 年将有近 40 款产品采用油电混动、插电式混动和纯电动解决方案。吉利汽车将成为名副其实的新能源汽车技术引领者。

（转载自汽车情报）




# D3 开启微行智能时代

## 现实版“智能出行机器人”整装出发




知豆 D3 在人工智能的应用不仅体现在智能宽屏上，其高水准的人车互动更是惊艳绝伦。

对知豆来说，它将是一场迈向智能化的革命：汽车再也不是冰冷的代步工具，而是某种意义上的生命载体，是科技赋予了它灵动。

知豆 D3 搭载 Oneshot& 全局免唤醒系统，可通过语音启动。用户可以像操作手机 siri 系统一样，通过语音指令完成系统操作。当你开车时想要听歌，不必停下来伸出手触摸按键完成操作，可说“知豆我想听周杰伦的歌”，知豆 D3 将直接搜索播放歌曲。当然，导航时也免去了打字的劳顿，直接说“知豆，我想去外滩”，知豆 D3 将立即为你搜索目的地导航。

当你体验新车驾乘时，知豆 D3 就会变身你的“大管家”，例如：每天早上，启动知豆 D3，便会收到来自知豆的问候，播报今天的天气及热点新闻，感知冷暖变化和地球上的大千万物，你再也不是一个人同行；它可以化身百度百科，你可以问它“最近上映什么电影”，也可以问他“周杰伦是什么星座”；当你开车无聊时，它还能和你对诗词；如此贴心的设计使知豆就像一个专属管家，你有没有心动，想要迫不及待去体验一下呢？

■ 段小波

作为国内新能源汽车的中坚力量之一和微行理念首倡者，日前，知豆电动汽车在“2017 全球未来出行高层论坛暨国
际展览会”上隆重发布了旗下年度重量级产品——知豆 D3，获得了各界新闻媒体、汽车自媒体及爱车人士的关注。

随着知豆倡导的微行理念在海内外市场掀起的热潮，知豆也成为了新能源时代的一面重要旗帜。伴随着经济和科技的突飞猛进，“电动化、智能化、网联化、共享化、微行化”的汽车产业模式成为大趋势，在此背景下，知豆 D3 应运而生，开启微行智能新时代。集“互、智、精、微”于一身的知豆 D3，将会颠覆都市人的出行理念，让微行成为出行领域“走向未来”的趋势。全新理念的知豆 D3 共发布了两个版本，其中等速续航里程 280 公里的豆牛士版终端零售价格 89800 元，等速续航里程 380 公里的圣豆士版终端零售价格为 109800 元。




### 知豆 D3
### 用智能重新定义微行

据悉，知豆 D3 被定义为“智能出行机器人”，与同类产品相比，它不仅在性能上出类拔萃，而且在人工智能领域取得重大突破：高水准的人车互动体验和开创性的双屏互动功能注定让知豆 D3 成为智能出行时代的佼佼者。在日常出行中，知豆 D3 不仅能够像“伙伴”一样与驾驶者聊天互动，让驾驶过程中的碎片时间情趣化、娱乐化；而且它还可以化身“智能大管家”，帮驾驶者优化驾驶时间，合理规划路线等，多了这样一位“智能出行机器人”，你在驾驶过程中可以纵情享受愉快的驾乘体验。

也许很快，知豆 D3 这款“会说话”的汽车，将会成为都市年轻人不可或缺的智能伙伴，为驾驶者在旅途之中提供无微不至的陪伴。让行程趣味化，让生活智慧化，知豆 D3 以人工智能技术的应用重新定义微行这一理念。

### 出行有爱
### 心有灵犀双屏通

现代生活中，每个人都被手机奴役着，人与人之间仿佛隔着一道冰冷的墙，就连情侣出去玩，如果碰上堵车的话，大多数情况下都是低头玩着手机，空气中夹杂着莫名尴尬的气氛。知豆 D3 作为智能出行引领者，能轻松化解这种尴尬：它搭载双九吋屏，可以为副驾提供多元化的娱乐应用，媒体系统功能丰富，智能化程度很高，支持语音控制以及手机互联等功能，同时也让主副驾驶之间的双屏互动成为可能。对于副驾来说，在驾驶中帮主驾查找规划路线、搜索目的地周边信息可轻松实现，比如在堵车的情况下，一边可以通过地图导航重新规划路线，一边可以通过打开娱乐应用软件打发堵车时间，互动话题，有爱驾驶。开创性的“D3 类交流”，也许是知豆在 2017 年送给那些习惯于二人世界的都市微行者们的最好礼物：D3 出行有爱，心有灵犀双屏通。

### 知己知彼
### 为你化作大管家



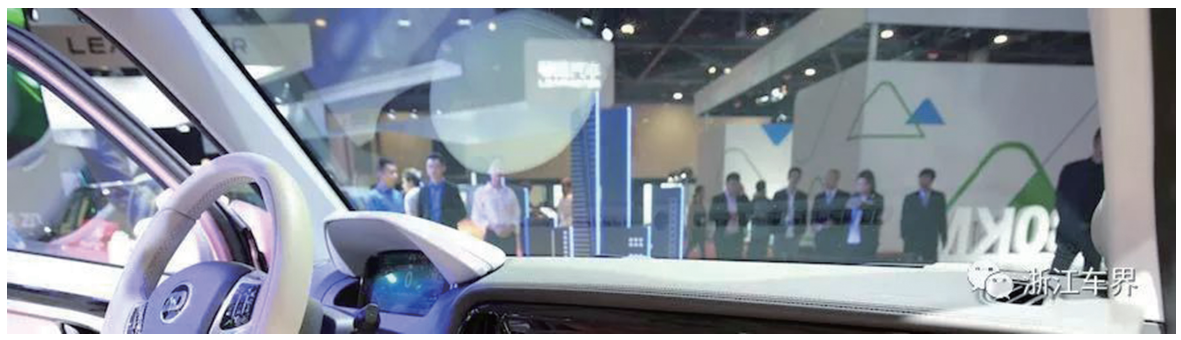

驾驶途中想拍照怎么办？既要考虑安全驾驶，又要抓住转瞬即逝的美景，对于每一个善于发现美的驾驶者而言，这确实是一个难题，但是知豆 D3 完美地解决了这一难题！

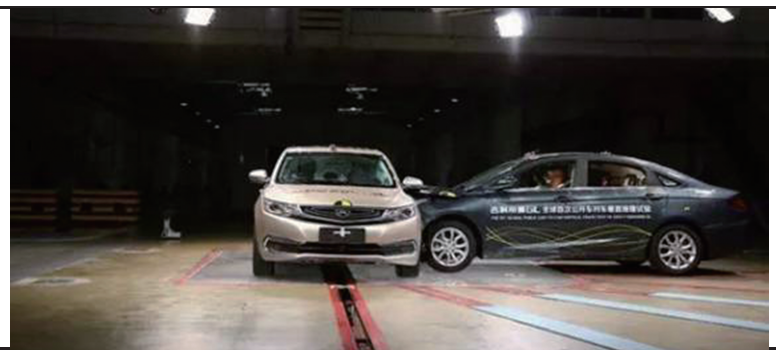
### 为美而生
### 好照片一呼即拍

知豆 D3 支持“智能语音拍照”功能，随时随地，只要一声语音口令就可以将眼前的美景记录下来。同样通过语音，这些照片还可以轻松地发送给微信好友，完善的拍照及社交功能，也让每一次驾驶都充满了惊喜。

知豆 D3 的两个前置摄像头，不仅拥有语音拍照功能，还集成了 ADAS 预警和行车记录仪功能。拍照、安全两不误，让微行更贴近生活。

在全新的知豆 D3 的推动下，知豆还进一步拓展微行生态圈的范围，从而推动微行更好的前行。而对无数热爱生活、热爱微行的普通消费者来说，名为知豆 D3 的智能出行机器人已经和全新的微行生活一起来到身边。未来，知豆还会在都市中演绎出更多彩的微行故事。







## 百万辆销量之后

# 吉利挑战一线合资品牌不是说说而已



最近两年，中国品牌乘用车的市场占有率在快速攀升，2016 年的占有率为 43.24%，今年上半年这一数字又被改写成了 43.9%，相信在 2017 年结束的时候，这一数字将创造新高。

越来越多的中国汽车品牌正大跨步地迈向主流市场阵营。

## 吉利高质量地跨越百万辆销量

11 月 15 日，吉利汽车发布消息，2017 年前十月销量突破 100 万辆，超额完成年中上调后的 110 万辆销量目标已经没有悬念，吉利成为中国品牌乘用车企业中继长安、长城之后又一家销量超过百万辆的车企。

在汽车行业内，年销百万辆一直都是判断一个汽车品牌是否跻身一线的门槛，也是很多车企都梦寐以求的历史性时刻，因为这意味着这家车企在研发能力、产品力、市场销售等体系建设上实现了质的飞跃，也是进入新发展阶段的重要标志。

从去年开始，吉利就进入了爆发性的增长阶段。2016 年汽车行业的平均增速仅为 13.7%，而吉利的增速高达 50.02%，全年目标从 60 万辆上调至 66 万辆，再上调到 70 万辆，最终实际完成销量 76.6 万辆。

进入 2017 年，持续的热销使得吉利夺得了上半年中国品牌销量冠军，也刷新着中国品牌在市场销量的最好排名。随着吉利 11 月销量数据的公布，1～11 月累计销量已经突破 109 万辆，同比增长 66%，完成年度目标的 99%，完成年度 110 万辆销量目标呈板上钉钉之势。

更重要的是，相比一些完成百万辆销量的品牌来说，吉利并不是靠着年底来冲刺销量，仅 11 月份，吉利销量就达到了 141265 辆，月度销量成绩又创新高，继续领跑中国乘用车品牌。在某种程度上来讲，吉利的百万辆销量有着很高的质量。

在吉利汽车集团副总裁、汽车销售公司总经理林杰看来，“年销 100 万辆不仅仅是一个门槛，更是吉利实现‘20200 战略’的一个重要里程碑”，在拥有了支持百万辆销量的体系能力之后，吉利完全具备了实现 2020 年 200 万辆年销量目标的实力，也离吉利“进入全球十强车企”的梦想更近了一步。



## 吉利产品不再单纯依赖价格优势

以吉利、传祺、长安为代表的一批中国品牌，通过产品、生产制造、技术上的升级，产品力得到了全面的提升。帝豪在销量上已经打败了桑塔纳，博越站稳了 15 万元的价格区间，都让中国品牌的竞争力和市场份额得到了进一步的提升。

吉利的多款产品都牢牢占据着各自细分市场销量的前几名。

在中国品牌不断向上的时候，销量遇冷的韩系车却不断价格下探，新瑞纳起售价格仅 4.99 万元，新 ix35 起售价格为 11.99 万元，韩系品牌力下降是一个不争的事实，单纯的价格便宜已经不能够打动消费者。

如今消费者对品质、操控、可靠性等产品内涵有了更高的要求，中国品牌与合资品牌的比拼已经进入了质感和驾驶感受竞争的阶段，这也是主打颜值、价格的韩系车在今年市场中遇冷的重要原因。

吉利汽车的 3.0 时代开启了产品从“粗放型”到“精华型”的升级，也在市场上树立了品质标杆。

吉利把“造每个人的精品车”当成了品牌新使命，博越、帝豪 GS、帝豪 GL 等“3.0 时代”的产品陆续推出，它们都拥有更优秀的外观设计、内饰做工、用料、动力和底盘的调校，更具科技化和人性化的配置，不断深化精品车发展战略成为吉利打动消费者的关键因素。

在新博瑞上市前，吉利也曾委托中汽中心，通过专业的 CATARC 技术测评规范，对新博瑞及帕萨特、雅阁、迈锐宝等车型进行了 11 个维度的对比，新博瑞测试指标均达到了主流合资 B 级车的水准。

随着产品力的提升，越来越多的中国消费者开始选择中国品牌汽车，中国品牌的汽车正像家电和手机一样，有实力与合资或外资品牌展开正面竞争，正如吉利汽车集团总裁、CEO 安聪慧所言：“吉利正在经历着从‘对标’到‘立标’的转变”。

## 吉利要做最懂消费者的品牌

能够读懂消费者需求的品牌，一般在市场上都有着不错的表现，深谙中国消费者需求的德系、日系等品牌也长期享受着中国市场带来的红利，相比之下较为固执的法系品牌，则在中国市场显得有点“失意”。

“吉利是一个普适性的品牌，要照顾到各种消费群体，为不同的消费群体打造好车，吉利品牌一切的产品开发，都源自市场的需求。”吉利的多名高管在不同场合都表达了类似的观点。

当然，对于吉利来说这不是一句简单的口号，而是将满足消费需求真实的体现在了每一款产品上。定位入门级小型 SUV 的远景 X3，售价 5.09～6.59 万元，同样搭载了 G-link 智能互联系统，精准击中了消费者的痛点；帝豪 GL 的车身尺寸全面超越合资 A 级车，2700mm 的轴距领先同级的速腾、朗逸等车型；12.38 万元的博越 1.8TD 智尚型装备了全景天窗、真皮多功能方向盘、侧气囊、胎压监测、倒车影像、皮质座椅等配置，足以让合资品牌同级别产品汗颜。

热成型钢板、高强度钢板大比例用在博越车上，过去只在奔驰、宝马车上用的防腐性能更好的预磷化镀锌板，也出现在博越的车身清单中。

此外，从安全角度来说，吉利也树立了整个行业的新标准，在 C-NCAP 碰撞测试中，博越获得了 58.2 的史上最高分。而帝豪 GL 更进行了全球首次实车垂直碰撞测试，根据 C-NCAP 的评分标准，侧面碰撞获得 18 分（满分为 18 分）、正面碰撞获得 17.92 分（满分为 18 分）。

碰撞后乘员舱保持完整，碰撞过程中车门无开启、燃油无泄漏、无起火，各个安全气囊、安全带工作正常，保护范围合理。

在“3.0 产品”的引领下，吉利全线产品被市场热捧，多款产品都进入了月销万辆俱乐部，创造了令整个行业侧目的“博瑞现象”“博越速度”“远景现象”“吉利速度”等佳绩。



## 销量破百万只是吉利的小目标

随着中国品牌的不断向上，未来以吉利为代表的主流中国品牌势必将与主流合资品牌展开竞争，吉利甚至还提出了要对标全球前十的车企，因此在产品线上首先要均衡发展。

吉利是中国品牌中为数不多的坚持“轿车与 SUV 双驱动”战略的车企，今年前 10 个月，吉利轿车与 SUV 的销量比例为 52:48。且产品覆盖了 A00 级 SUV、A0 级 SUV、A 级 SUV、跨界 SUV、A－级轿车、A 级轿车、A+ 级轿车和 B 级轿车，可以说主流消费群体想买的车型，吉利都可以提供。

相比其他中国品牌来说，吉利在轿车领域取得的成绩更值得关注，毕竟轿车是被合资品牌高度垄断的细分市场。

而目前市场竞争已经从产品逐渐延伸到服务，尤其是售后服务的好坏还决定着品牌的口碑，甚至是未来发展的基础。

在 J.D.Power 发布的 2017 中国汽车售后服务满意度研究显示，吉利汽车以 735 分的成绩远超主流车市场平均 703 分的得分，名列中国汽车品牌第一名、主流车细分市场第四名，在主流车细分市场前十名中，也仅有吉利汽车一个中国汽车品牌上榜。

跨过 100 万辆门槛，意味着吉利正式进入中国汽车公司的一线阵营，也拥有了适应百万规模的研发、生产、营销和管理能力，中国乘用车市场第一阵营的竞争也进入了新阶段，德系、美系、日系、中国品牌将有机会真正在同一舞台展开竞争。

而市场竞争加剧的背后，受益的正是中国消费者，消费者将有机会以更低的价格享受到品质更好的汽车产品，只有当中国品牌可以抗衡合资品牌的时候，消费者才能不为合资品牌的溢价掏太多的钱。

（转载自 DearAuto，作者刘灿）



## 强大与优雅从不对立

# 广汽本田冠道(AVANCIER)树立大型SUV新标杆



■ 朝坪

### 冠道(AVANCIER)的源起

广汽本田冠道(AVANCIER)是Honda洞悉全球汽车趋势，以中国作为战略市场全新开发的重磅车型，也是在广汽本田全新企业口号“让梦走得更远”的驱动下着力导入的首款大型豪华SUV。

冠道(AVANCIER)以“款待重要的人”为开发理念，集成多项Honda强大先进的技术，将人性化的创新设计融于优雅细致的尊享空间之中，旨在为消费者提供“强大而优雅”的体验。英文名“AVANCIER”一词源于法语，意为前进、领先，代表冠道(AVANCIER)全面优越、领先于时代的产品实力；中文名“冠道”寓意“冠领之道”，是超凡之道，是引领之路，也是志同道合，寓意与车主追寻梦想之路并肩随行，助力登顶人生巅峰。

冠道(AVANCIER)自2016年4月23日在“广汽本田品牌之夜”上全球首发以来，一直备受关注。2016年10月29日，广汽本田宣布全新大型豪华SUV冠道(AVANCIER)370TURBO上市，售价26.98万～32.98万元，以“技术豪华”的产品定位全面领先大型豪华SUV市场，随后，冠道(AVANCIER)240TURBO在2017年3月上市，售价22万元起，亲民的售价让豪华触手可及，整体拉低了消费者享受大型豪华SUV的准入门槛，也令冠道(AVANCIER)迅速成为年轻、注重生活品质的“城市创享者”的理想车型。

### 冠道(AVANCIER)的魅力:强大与优雅从不对立

冠道(AVANCIER)外观造型锐进猛丽，将人性化和创新设计融于精致细节中，以“DYNAMIC·ELEGANCE(猛·丽)”为整体设计理念，鹰翼式高品质LED前大灯和钻石形LED组合尾灯遥相呼应，水晶质感前雾灯与大灯交相辉映，科技感十足；平直而拉高的腰线贯穿车身，彰显优雅动感；外形犀利的19寸铝合金轮毂，采用铝质钻石切割黑亮工艺，霸气十足；车尾采用近年来豪华品牌SUV青睐的独特的溜背设计，动感与优雅并存。流丽的造型、锐进的外观，演绎出刚柔并济的设计美学。

宽享后排头等舱，极致体现了冠道(AVANCIER)的空间优势。本田一向都擅长将“空间魔术”进行到底，将车内的每一寸空间都做到更好。基于中国用户的需求，冠道(AVANCIER)采用大五座设计，以2820mm的超长轴距，实现了宽绰的舒适乘坐空间，同时配置了全景大天窗以及电动遮阳帘，全面超越同级别车型，带给驾乘者殿堂级的乘坐体验。冠道(AVANCIER)完美实现了兼顾驾驭与乘坐的功能，在操控和尊享舒适间达成完美平衡。

科技与豪华，共进相得益彰。冠道(AVANCIER)汇聚了多项Honda全球最新科技成果，更有20项全新技术为中国首发。三区独立空调、B柱出风口、电动后尾门等，都是本田在中国的首次搭载，先进设计令其更智能、更人性化，为消费者营造出区别于其它豪华品牌的美好感受。冠道(AVANCIER)还配备了FUNTEC的安全技术Honda SENSING、舒适技术Honda CONNECT等响应未来汽车发展趋势的科技成果，全面提升了其驾驶舒适度和安全性能。

冠道(AVANCIER)在驾驶操控上同样营造出了别具一格的技术豪华，高度智能化的中控区囊括了3D化动感仪表、可调节视角的悬浮式液晶屏、按键换挡、一键启动等配置。同时，动力方面也能让你驰享无尽乐趣，冠道(AVANCIER)是Honda旗下首款搭载Honda SPORT TURBO涡轮增压技术的SUV车型。在Earth Dreams Technology(地球梦科技)发动机基础上，Honda最新开发出的SPORT TURBO涡轮增压发动机，具备“进排气双VTC”“缸内直喷”和“高响应涡轮增压”三大技术特点，带来强劲的运动体验与丰富的驾驶乐趣。

### 市场意义:树立大型SUV市场价值新标杆

为全面释放冠道(AVANCIER)强大的产品魅力，今年9月至11月，广汽本田开展了“1 MILLION POWER DRIVE”劲速联城冠道(AVANCIER)240TURBO深度试驾体验活动，满载的冠道(AVANCIER)240TURBO成功挑战45%极限坡和二次加速道路，广州、沈阳、武汉、成都、上海、青岛6站联城，让百万人感受到冠道(AVANCIER)240TURBO强大而优雅的车型魅力。

凭借优越动力、越级配置与优异空间表现，冠道(AVANCIER)自上市以来备受市场追捧，销量一路攀升。2017年11月，冠道(AVANCIER))销量首次突破1万辆，实现终端销量10,605辆，环比增长8.3%，遥遥领先同级别车型；1至11月累计终端销量75,861辆，大幅领跑市场，成为国内大型SUV市场的价值新标杆。

全新冠道(AVANCIER)是广汽本田向中国汽车市场交出的诚意之作，也是广汽本田以行动践行着与消费者梦想同行的信诺，它凭借自身强大的产品实力为消费者带来更加多元化的选择，未来将助力更多“城市创享者”实现富有品质感、科技感的自由移动梦想。



## 娱乐 先锋 时尚

# 广汽本田实力圈粉潮人e族

■ 朝坪

作为年轻人心中的“平民超跑”GK5，飞度擅长用年轻人的营销思路，打造与他们最对味的营销活动。今年6月起，深圳、杭州、长春等地举办了多场“飞度FIT DAY玩创节”活动，以飞度潮玩调性及多彩元素为主，活动现场布置了集体验与玩创于一身、具有年轻人流行符号的潮流特色街道，形成互动体验专区、改装文化区与先行生活形态展示区，成为“潮玩”达人与生活玩家齐聚的兴趣部落。

对于消费预算有限的年轻人而言，“飞度FIT DAY玩创节”实则提供更理性的消费方式。毕竟对于大多数选择飞度的年轻人来说，一款经济、实用但必须要好玩的明星小车才是他们的心头爱。正如现场的众多潮玩创意展示，广汽本田准确传达出了“飞度不仅是一辆车，一个代步工具，它还可以成为你的生活方式，一个好玩的伙伴”的理念。



## 月销量首破 14 万，7 款车销量过万！

# 吉利汽车 11 月销量 141265 辆










吉利汽车跨越百万后再创佳绩
11 月销量达 141265 辆，同比上涨 38%
1～11 月累计销量 1093491 辆，同比上涨 66%
完成 110 万销量目标的 99%
不负众望，恒稳前行
与你携手，共赢未来








# 纳智捷 U5 SUV

## 携潮黑科技领创行业标杆









■ 艳敏 玉昆

纳智捷 U5 SUV 车型一经推出，便获得广大群体的关注，深化了纳智捷品牌知名度，并获得了“2017 年度 SUV”的这项殊荣。

纳智捷 U5 SUV 凭借“潮、酷、炫”的产品定位以及对 90 后年轻目标市场的精准把控，并且搭载世界独有、华人首创的 AR View+ 全景影像系统与 APA 智能泊车系统，开创了小型 SUV 市场 AR+AI 智慧科技先河。以全新质保售后政策，为更多用户带来优质服务保障，并且推动了纳智捷 U5 SUV 车型的口碑全面提升。如今，纳智捷 U5 SUV 已经成为年轻人喜爱的十万元内小型 SUV 新爆款。

### 酷靓时尚，领创颜值新标杆

纳智捷 U5 SUV 的外观设计位于潮流前沿。双色车身释放出年轻激情色彩，六边形镀铬元素的大尺寸中网，使前脸看起来更精致。哑光碳素装饰彰显出独特气质，整车的流线型风格让人直接与跑车化的 SUV 发生联想。LED 日行灯造型犀利，U 型设计让灯光在点亮后更加时尚。来到纳智捷 U5 SUV 的侧身，C 柱与整体车身腰线塑造出强烈运动感。侧转向灯与车头融为一体，而后视镜的科技感十足，17 寸密辐式轮毂让纳智捷 U5 SUV 新潮澎湃充满时尚范儿，顶部的行李架与整体车身完美融合，实用且英气十足，个性表达更加直接。

尾部造型独特，溜背式的设计十分符合当下 SUV 车型设计潮流，而且小尾翼与突出的尾灯造型，使整个车尾富有层次感。纳智捷 U5 SUV 以其酷靓时尚的设计，领创颜值新标杆。

### 智慧科技，领创安全新标杆

作为纳智捷品牌“510 计划”首款战略车型，纳智捷 U5 SUV 不仅在时尚的外观上下足功夫，更有全球独有、华人首创的 AR View+ 技术，可谓是往全自动驾驶迈进的重要里程碑，以智慧科技树立安全新标杆。AR View+ 全景影像系统提供了诸多安全影像，将驾驶变得简单而又可靠。尤其是纳智捷独有的底盘透视影像系统和环车安全影像系统，从实用性的角度出发，清晰而直观地解决了对于车体遭环境的掌控问题，帮助马路新手完美应对复杂路况。值得一提的是纳智捷 U5 SUV 在不到 10 万的价格下竟然配置了 APA 自动泊车系统，满足了消费者在城市中从容停车的需求。

纳智捷 U5 SUV 搭载的开门防撞影像、车侧安全影像辅助系统、后视影像系统等 360° 影像系统，用户可以将车外一切情况了如指掌，通过纳智捷 U5 SUV 12 □智慧大屏幕清晰呈现，并可以像玩赛车游戏一样切换不同的驾驶视角，让驾驶员轻松掌握车辆周围的一草一木。

当车辆在时速 25km/h 以下时，AR See-through View + 底盘透视影像功能就会大显身手，迅速捕捉路面状态。在小区狭窄道路行驶时，大家往往恨不能眼观六路耳听八方。遇到道路维护不好的时候，诸如坚硬突起的地砖、没盖严的井盖等都会对底盘及轮胎构成潜在威胁。由于 AR See-through View + 底盘透视影像功能的特点，可以让驾驶员的视角上下兼顾，即便遇到不堪的道路状况，该系统也会在 12 吋大屏的引导下从容驾驶。此外，躲在车辆盲区内的小朋友或者小动物，都可以在 AR VIEW+ 全景影像系统中被轻松捕捉到，实现行车安全万无一失。

纳智捷 U5 SUV 配备的 APA 智能泊车系统通过声波雷达，可自动感知车身周边停车位，同时自动提示切换 D 档、R 档与刹车，帮助驾驶者完成自动泊入、泊出、倒车入库。相比竞品，APA 自动泊车系统的领先之处还在于全面支持垂直、侧向各种车位，并且提供车辆自动驶出功能。对车位的大小要求很低，自动泊车完成之后，车辆总能完美的停在车位的正中央，不需要司机再做任何调整。至于远程控制，手机互联等科技功能，在纳智捷 U5 SUV 上更是一应俱全。

### 炫奇功能，领创配置新标杆

对于“重度智能依赖症”而言，纳智捷 U5 的“炫奇功能”智慧互联功能是一剂良方。它配备了自然语音控制系统，通过语音实现对话聊天，让爱车完全听命于你。无需低头动手即可实现控制空调、播放音乐、语音快速导航等功能，而且还有更加贴心的方言沟通模式，更善解人意。远程指令控制系统则可以省去找钥匙的烦恼，仅仅用一部手机，通过 iOS 和安卓系统均能使用 App，实现车辆快速定位，完成解锁车门并启动车辆，还可以预先暖车或开放冷气。丰富的炫奇配置，不到 10 万元的售价，纳智捷 U5 SUV 领创了配置性价比的全新标杆。

### 超长保修，领创服务新标杆

纳智捷 U5 SUV 为全面提升用户产品口碑与产品服务品质，提出针对纳智捷 U5 SUV 车型“10 年 10 万公里”的质保政策（前 1 万名车主），让用户开着省心、用着放心，真正免除用户日常用车的后顾之忧。同时展现出纳智捷品牌对于产品品质的自信力。

大量潮黑科技及炫奇配置让纳智捷 U5 SUV 成为一辆真正省心好用的车，超长的质保政策更是诚意满满。纳智捷 U5 SUV 取得“2017 年度 SUV”这项奖项的确实至名归。





# 小荷才露尖尖角

## 试驾广汽新能源明星组合 GE3 与 GS4 PHEV




■ 张春来 刘含玉

素有“人间天堂“美誉的杭州，冬日里更显深邃宁静之美。漫步苏堤、泛舟湖上，西湖美景尽收眼底；驾车环绕在西子湖畔，收获片刻从容与自在。12 月 18 日，广汽新能源以“新境之旅”——邂逅最美冬日为主题展开杭州站的试驾体验会。广汽新能源 “15 万级高颜值智能纯电 SUV” 传祺 GE3 与“17 万级超牛新能源 SUV”传祺 GS4 PHEV 联袂登场，让我一次就能体验到这一对广汽新能源明星组合的独特魅力。

同级最强纯电专属之作，“15 万级高颜值智能纯电 SUV” 传祺 GE3 展现巨星风范在湖光山色相谐成趣的杭州大华饭店门口，当我第一次与“15 万级高颜值智能纯电 SUV”传祺 GE3“邂逅”，就被其“高颜值”所吸引。GE3 采用“Low Poly”设计语言，采用“低多边形”作为贯穿始终的元素，呈现刚劲犀利、锋锐趣味的车身姿态，即使在雨天影响下，GE3 的风挡设计依然让驾驶者拥有很好的视野；创新的尾灯设计更是神来之笔，两个低多边形拼在一起，代表科技无限、未来无限、美好的前景无限。传祺 GE3 内饰造型采用“亲和圆角”设计，采用 10.1 英寸触摸屏，副仪表台的空调组合开关、旋钮式换挡等细节处理，无不彰显张帆设计团队对整个中国市场车型设计的深刻理解。

“世界那么大，和你一起去看看？”我与传祺 GE3 一起，环绕如诗如画的西湖，越过香林缘景区，淌过雨后武松墓景区的山光水色。此次试驾的路程涵盖上下坡、弯道、平直路等丰富路况，并设置了 3-4 个直线加速体验路段，更可在沿途设立的充电桩体验快速充电功能。

在西湖畔，驾驶着国内唯一拥有专属纯电平台，电池、电机和电控系统的传祺 GE3，享受其带给我更优越的驾乘空间、更灵敏的操控感受及更高级别的安全性，其爆发力和敏捷性更在轻松写意间淋漓展现，尽情释放出广汽新能源汽车的驾驶魅力。得益于 GE3 这颗强大的“金属心脏”（世界领先的永磁同步电机），最大可爆发出 132Kw 及 290N.m.的最大功率。途至香林缘景区时，道路蜿蜒起伏，GE3 强大的动力输出绵延不绝持续输出，无惧任何路况。在加速性方面，GE3 百公里加速仅需 9.3 秒，这是可以媲美 2.0L 双涡轮增压车型的加速力。

当车辆快接近武松墓景区，路面忽然颠簸起来，并伴有湿滑坑洼路面，但 GE3 扎实的底盘，采用 64%车身材料采用高强度和超高强度钢，构建了 GE3 安全的驾驶环境。GE3 整车底盘集舒适性、驾控乐趣、先进性于一身，即便面对弯道临界点的极限时，依然可以无视坑洼道路的困扰，如履平地般的过弯。

新能源车不仅要靠高颜值、高科技取胜，在最重要的续航领域，传祺 GE3 更以绝对优势，让其他品牌新能源车型望尘莫及。GE3 采用世界先进三元锂电池技术，综合工况纯电续航里程超过 310km，直流快充半小时电量可达 80%，也就是泡一杯雨前龙井的时间，GE3 的电量就能从 0 恢复至 80%，充电速度之惊人，足以打消大家对于充电的顾虑，放心在杭州城内肆意游走。休息时，许多杭州路人都被 GE3 所吸引，上来询问的人络绎不绝，虽然天气寒冷，但难以抵挡杭州市民对广汽新能源车型的热情。

正是凭借着如此强悍的“三高”实力，“15 万级高颜值智能纯电 SUV” 传祺 GE3 在上市短短不到半年的时间，就横扫各大奖坛，拿下国内最权威的轩辕奖“新能源奖”、2017 广州车展大奖的“最受关注电动车奖”等多个重磅奖项，并收获广大消费者的好评，可以说是目前市面同级最强的新能源车型。

“17 万级超牛新能源 SUV”传祺 GS4 PHEV 联袂上演，极致性能点燃杭州市民热情当天的试驾活动，不仅传祺 GE3 是“新宠”座驾，另一款明星车型“17 万级超牛新能源 SUV”GS4 PHEV 也备受关注。作为当下炙手可热的“爆款”GS4 的插电混动版，自上市后广受好评。

GS4 是获得过 J.D.Power 冠军的爆款车型，而 GS4 PHEV 完美承袭 GS4 高颜值、大空间、低油耗、高品质等实力基因，并根据消费者的用车需求进行多维度的技术和产品创新，在“动力、科技、安全与口碑”方面优势明显，超凡实力，是新能源 SUV 市场的新“爆款”。GS4 PHEV 从诞生以来就给人深刻印象，“型”与“速”兼备，在惊艳的外表下，流露出迷人的气质。

传祺 GS4 PHEV 搭载国内创新的 1.5 ATK（阿特金森循环发动机）+G-MC（机电耦合系统）混动技术，并采用世界先进永磁同步电机，最高输出功率达 130Kw，并能迸发出 300N.m.最大扭矩。在本次高速公路试驾时，车辆性能被压榨到极致，以优美姿态毫不费力的高速超车、急速并线；其匹配博士最新 ESP 9.1 电子稳定系统，让驾驶者能够放心地去挑战弯道。

身为新能源领域的“实力新贵”，传祺 GS4 PHEV 装配高能比的三元锂电池，续航里程超 600Km，百公里综合油耗仅为 1.8L，可随时随地提供源源不断的动力输出，让驾乘者随“芯”驾驭。这些综合能力，让其在插电混动车领域，有着很强的话语权。

助推杭州新能源车市场发展作为汽车圈最“吸睛”的体验式营销活动之一，“新境之旅” 中传祺 GE3 和传祺 GS4 PHEV 的出色表现赢得了现场这么多专业媒体的一致肯定。

当下，广汽新能源承载着广汽集团创新、变革和新能源战略实施的重任，肩负着构建绿色、智能生态圈，引领未来智慧出行时代的使命，也标志着广汽集团从传统的汽车生产制造企业，向成为备受信赖的移动生活价值创造者转型。

据消息称，广汽新能源首批创新营销渠道——25th hour 汽车生活体验中心即将于上海、杭州、北京等城市陆续开业，为消费者带来革新性的出行体验。全新的渠道设计更强调科技和生活，设置了充电站、休闲吧、用户沙龙、VR 体验馆等各种充满趣味的“黑科技”体验。同时体验中心将进驻市区，更便于贴近都市车主，提供体验、销售、充电等服务。如此一来，消费者在家门口便能够享受到属于新能源时代的全面贴心服务，轻松放心出行。

**驾后感：首次试驾广汽集团新能源车，借用一句时髦的话：知道广汽集团的产品好，不知道广汽集团的新能源产品也有这么好。确实，从接触，驾驭 GE3 开始，无论是外型、内饰、动力、配置、声音及驾驭感，处处给人以一种舒服、舒适、宁静及豪华大气之感。**

**而对于广汽集团将要重点打造的新能源车而言，此次亮相和试驾的 GE3 及 GS4PHEV，仅仅是“小荷才露尖尖角”，不远的将来才会是“满湖荷香惹人醉”呢。**

# 全新皇冠闪亮登场

■ 韩晶

12 月 15 日，全新皇冠上市。与旧款相比，在外观、内饰和配置上有了大幅提升，并在产品矩阵上有所变化，2.5L 停产，2.0T 的级别体系优化为 5 款，分别是先锋版、时尚版、运动版、精英版和尊享版，售价区间为 26.48 万～39.18 万元。

### 全系升级，激情蕴澎湃

此次上市，全新皇冠对不同级别进行了差异化的配置升级，让产品线层次更加简洁清晰的同时，性价比和竞争力也大幅度提升。

其中升级最多的是运动版，不仅搭载了原高级别才有的 18 英寸 20 辐轮毂、235mm 轮胎、PVM 全景监控系统和雨量感应式雨刮器等，还增配了换挡拨片，让其性价比飙升。

同时其他级别也各有提升，满足不同用户需求。例如时尚版，在外观和内饰共同进化的基础上，将原有 17 英寸 5 辐轮毂变更为新设计的 17 英寸 10 辐轮毂，在时尚造型上，多了几分尊贵。

此次上市，也将皇冠的品牌诉求“将者，蕴澎湃”诠释得淋漓尽致，全新皇冠不仅给人“藏势于内，释激情于外”的运动体验，也让其优雅、年轻、自信、活力的形象直抵人心。

### 大胆革新，动感也潮流

从正面看，全新皇冠前格栅处进行了熏黑涂装处理，且在大灯和皇冠标等处，添加了金色装饰，让皇冠车头更时尚炫酷。

从侧面看，全新皇冠车门下方增加了镀铬装饰条，给人一种即视的质感，让本来修长的车身，显得更加尊贵优雅。再辅以 18 寸 20 辐大轮毂，让全新皇冠有了更高的辨识度。

从车尾看，全新皇冠的排气管实现了双向露出，是双边单出的造型。这一改变，让全新皇冠的车尾看上去更有冲击力，表现出强烈的运动感。

此外，全新皇冠还调整了 2 个车身颜色，将目前的蓝宝石金属色变为星际蓝金属色，目前深红云母金属色变为曜石红金属色，新色更加有质感，也让用户有了更多的选择。

全新皇冠在内饰上也有所革新，将室内灯升级为 LED 灯，中控台和门内侧扶手的木纹装饰也进行了调整，让全新皇冠的高级感、科技感显露无遗。

### 福惠双至，感恩季开启

全新皇冠上市之际，一汽丰田正式启动“福惠双至新春感恩季”活动，多举措回馈客户。

2017 年 12 月 16 日至 12 月 31 日期间，凡符合二手车认证标准的 2 年及 5 万公里以内的卡罗拉 / 威驰 / 花冠（EX）的车主购买皇冠，将享受按原车发票价格全额回购政策，同时享受 20%首付一年零利息或首付 50%一年内还完剩余 50%零利息的金融政策。其他用户则可以享受最高 11000 元的置换补贴和两年期零利率的优惠金融政策。2017 年 12 月 1 日至 2018 年 2 月 28 日期间，凡是购买全新皇冠的客户，将获赠代步车险，安享无忧出行。同时在此期间的购车用户将享受皇冠专属安享管家服务。而进店试驾的客户，将有机会赢取价值 5000 元丰厚豪礼。

此外，2017 年 12 月 31 日至 2018 年 1 月 8 日，回馈广大客户的“一汽丰田冰雪澎湃创享汇”活动将在黑龙江省境内的镜泊湖举行。届时皇冠将携一汽丰田全系乘用车开展一场澎湃的冰雪之旅，让参与者在纵情冰雪世界的同时，充分领略一汽丰田产品的无限魅力。

全系升级，大胆革新，让全新皇冠的竞争力得到再一次提升。同时，在“一汽丰田福惠双至新春感恩季”的加持下，势必引发新一轮的购买热潮。





## 鼓足一股劲 年终大冲刺

# 东风悦达起亚 11 月销量突破 5 万辆



■ 金婕

近日，东风悦达起亚正式公布了 11 月销量数据。得益于新 e 代福瑞迪等新车上市带动品牌热度的持续发酵，以及诚意十足的车型促销活动，企业实现了 50,003 辆的销量成绩，环比增长 17.6%。其中，KX CROSS 热销 7,948 辆，小型跨界车灵动魅力日渐深入人心，上市 3 个月已达成销量 19,734 辆。企业明星车型 K3 凭借出众的产品力一直深受消费者欢迎，11 月销量突破 18,211 辆，环比增长 20.2%。此外，凯绅、智跑、KX5 等主力车型在细分市场也收获丰硕。



随着 2017 年尾声逐渐临近，各家车企也陆续进入销量冲刺阶段。前有硬派豪华大尺寸 7 座 SUV KX7 尊跑实力征战市场，后有 KX CROSS、凯绅、焕驰、新 e 代福瑞迪四款新车密集上市形成群攻效应，东风悦达起亚今年下半年在中国汽车市场一路大步前行，销量节节攀升。而在 11 月 17 日至 11 月 26 日举办的 2017 广州车展上，东风悦达起亚不仅携全车系车型精彩亮相，还为消费者带来了企业又一全新 SUV 车型——NP。NP 是东风悦达起亚为中国消费者量身打造的一款智能互联网 SUV，将于明年正式上市。集坚固硬朗的帅气外观、宽敞自由的车身空间、出色的动力性与安全性于一体，再加上搭载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，NP 将为消费者带来全新的 SUV 智联出行体验，相信会在中国 SUV 市场大放异彩。

除了奉上众多实力新车，东风悦达起亚在 12 月开启的丰富促销活动也将为心怀汽车梦想的消费者带来一场不容错过的购车狂欢。12 月 1 日至 12 月 31 日期间，消费者购买新一代 K2、新 K3、智跑，可享受企业提供的车辆购置税全免优惠政策，0 购置税把新车带回家；任意品牌二手车置换 KX7、全新 K5、K4、凯绅、新 KX3、KX5、智跑，可享受额外置换补贴，最高可达 13000 元；贷款购买全车系任意车型均可享受 24 期 0 利息金融方案，购买指定车型更可尊享 36 期 0 利息、日供低至 30 元的弹性贷、前 6 个月无需还款的延期贷等多种金融购车方式。随着国家 1.6L 及以下排量乘用车车辆购置税按 7.5%征收的优惠政策将在 12 月 31 日正式结束，有意向购买小排量车型的消费者无疑应该抓住这最后的“福利”机会。（促销详情请访问东风悦达起亚官方网站或咨询当地专营店）东风悦达起亚岁末大促盛惠来袭，助力消费者轻松畅享精彩汽车生活。现在就行动起来，去东风悦达起亚专营店买辆新车迎新年吧！

## e 路随行 一言逸行

# 新 e 代福瑞迪开启车联网时代新生活

■ 金婕

12 月 3 日 ~12 月 5 日，第四届世界互联网大会在乌镇成功举行，汇聚全球互联网领军人物和尖端技术，向我们展示了万物互联的美好未来。而在汽车领域，互联网技术与汽车技术的深入结合也重新定义了人们的出行方式。作为中国合资品牌的首款互联网轿车，东风悦达起亚新 e 代福瑞迪创造了“一言逸行”的智能驾驶体验，致力于为中国消费者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，以此为技术平台，东风悦达起亚结合消费者实际需求进行了全面进化，并与起亚 UVO 系统进行深度整合，研发出新 e 代福瑞迪所搭载的智能互联系统，在智能驾驶、语言操控、移动支付等多方面提供一站式解决方案。

新 e 代福瑞迪搭载的智能互联系统支持自然语言搜索，车主在发出指令时可使用口语话指令，其智能互联系统进行快速理解，并给予即时回应，是真正意义上的“会说话的互联网轿车”。新 e 代福瑞迪智能互联系统可通过语音交互实现对车内空调、音乐播放、点歌、切换 FM 等车内基本功能的精准操控；可实现导航查询，以及实时定位、周边查询、路况查询等功能；还支持获取有声新闻、接打电话、限号提醒、天气查询、航班查询、预约闹钟提醒等多种功能；其接入的支付系统也将在未来实现移动支付功能。只需轻轻一言，即可尽享新 e 代福瑞迪“一言逸行”智能汽车生活。

除了以智能互联系统为消费者描绘出未来出行图景，经济实用的配置、卓越的动力与安全技术，也让新 e 代福瑞迪成为中国消费者的家轿新选择。

新 e 代福瑞迪不仅拥有领先同级的宽大空间，还配备了智能后备箱开启、电动天窗、一键空气净化、智能钥匙 + 一键启动、定速巡航、后排空调出风口等实用配置，营造舒适驾乘环境。其搭载的伽马 1.6L D-CVVT MPI 发动机，最大马力达 123ps，最大扭矩 150.7N·M，匹配 6 档手自一体 / 手动变速器，兼具驾驶激情和燃油经济性。此外，新 e 代福瑞迪还大幅运用了超高张力钢板，并应用了车身动态稳定控制系统（ESC）、紧急制动提醒系统（ESS）、坡道起步辅助系统（HAC）、车速感应自动落锁、胎压监测、倒车雷达、倒车影像、四轮碟刹等多项先进安全配置，让每一段旅程畅行无忧。

新 e 代福瑞迪以互联网家轿之姿带来全新 style 的汽车生活，其赞助的大型嘻哈任务真人秀《嘻哈来也》也于 11 月 24 日在爱奇艺上线播出，呈现真正 freestyle 的生活方式。与此同时，企业还开展了 # 嘻哈 e 起拍 #、# 嘻哈 e 起找 #、# 嘻哈 e 起转 #、# 嘻哈 e 起测 # 等丰富有奖互动活动，让更多消费者感受到来自新 e 代福瑞迪的独特节奏与态度。

适逢贺岁季，东风悦达起亚也推出了促销活动，让汽车生活轻松 e 起来！12 月期间，贷款购买新 e 代福瑞迪可享受 24 期 0 利息金融方案，购买指定车型更可尊享 36 期 0 利息、日供低至 30 元的弹性贷、前 6 个月无需还款的延期贷等多种金融购车方式。随着国家 1.6L 及以下排量乘用车车辆购置税按 7.5%征收的优惠政策将在 12 月 31 日正式结束，有意向购买小排量车型的消费者无疑应该抓住这最后的“福利”机会。

e 路随行，一言逸行，车联网时代的全新汽车生活体验，尽在东风悦达起亚新 e 代福瑞迪。

