

豪华车在华“战事”升级 创新者宝马加力保持领先地位

■ 本报记者 谢育辰

“现在的高规格,只是在建立未来的低标准”。

导演李安如此形容影片《比利·林恩的中场战事》的科技创新,其每秒120帧的超高帧频率技术成就了电影上的一次重大革新。宝马中国作为该影片独家汽车合作伙伴,两者在某种程度上十分契合,就汽车行业而言,宝马正在以一个“创新者”的姿态多方位布局其在豪华车市场的领先优势。

霍夫迈斯特拐角处的“V12”与车身尾部的三色M标识构成了BMW 7系的全新旗舰车型新BMW M760Li xDrive。作为宝马品牌“旗舰中的旗舰”,豪华的概念无需赘言,除此之外,其更主要的意义在于传递出宝马对未来豪华车市场的解读与预测,其中创新与定制成为百年宝马率先亮出的两大杀手锏。

极致的创新 引领运动基因升级

近两年,豪华车企开始将更多的目光转向了中国市场:奥迪着手与上汽集团在华开辟第二家合资公司;奔驰加快了车型推新的速度;宝马集团以最快的速度向中国引入“全新第一战略”,2016年更是动作频繁。随着豪华车在华的战事升级,整个市场正在进入一种全方位、零死角的竞争态势,产品同质化趋势明显,在此大背景下,宝马提出的创新更具有时代意义。而事实上,每一代BMW 7系都在扮演着行业的推动者,尤其是最新旗舰车型新BMW M760Li xDrive的科技创新可谓达到了极致。

与此前上市的同级唯一搭载V12发动机高性能产品奔驰S65相比,宝马新BMW M760Li xDrive后来居上,一台经过M部门调校的M Performance TwinPower Turbo 12缸汽油发动机,可以爆发出高达610马力和800牛·米峰值扭矩,这个数据不仅使其荣



获“加速最快宝马”的称号,而且将同级产品的百公里加速纪录缩短为3.7s,在运动操控方面,宝马似乎从来没有给对手可乘之机。

众所周知,今年迎来了宝马集团成立的一百周年,创新科技成为这家百年品牌的主要宣传点之一,在大众面前宝马集团董事长科鲁格不止一次地宣称:宝马将从传统的汽车企业向科技型企业转型。新BMW M760Li xDrive作为一款旗舰D级车,在其身上宝马将更多的未来科技的概念转变为了现实。

在新BMW 7系的基础上,新BMW



M760Li xDrive同样引入了魔毯智能空气悬挂底盘系统、整体主动转向系统以及偏向后轮驱动的BMW xDrive智能全轮驱动系统等一系列宝马独创的科技配置,并且其配备的各种创新驾驶辅助系统与已经成功上市的新BMW 7系其他车型一致。增强型驾驶辅助系统的功能范围包括转向和车道跟踪辅助、带主动侧面碰撞防护功能的车道偏离警告系统、预防尾部碰撞和交叉车流警示功能。在半自动驾驶的过程中,交通拥堵辅助系统可在任何类型道路上发挥作用。当新BMW 7系经过了M Performance调校之后,绅士风度的宝马7系瞬间变成了一匹充满激情的“汗血宝马”,给外界最直观的感受就是“新BMW M760Li xDrive才是豪华旗舰该有的模样”。

开辟订制服务 引领豪华品牌升级

基于宝马百年造车工艺的创新文化所积累下的技术优势,在新BMW 7系上市

时,宝马对外界喊出了“时代由此划分”的口号,其背后不单是确立竞争优势的含义,宝马还希望将豪华的概念转变为一种生活方式,在其创新基因的作用下,这个豪华品牌除了创造一台“完美的出行工具”之外,还通过个性化的定制服务重新诠释豪华的概念。目前这项服务已应用于新BMW 7系全线产品,宝马亦成为第一个在国内引入完全定制服务的豪华汽车品牌。

“豪华理念随着时代的进化,也在不断演进。人们注重内在品质和细节的同时,更讲求以创新的内涵,表达个性和眼界。新BMW 7系诉求的‘现代豪华’,就是要引领这种趋势,而‘个性化定制’就是这一理念的延伸。”宝马(中国)汽车贸易有限公司总裁刘智博士认为,定制化服务将成为豪华品牌未来的标配。

在个性化定制服务的路上,宝马已经走了20多年。在整个过程中,德式匠心的精髓得到充分的体现,比如高级细线纹Merino扩展真皮对原料的甄选有着近乎苛刻的要求,德国南部的圈养无狼牛皮经过层层筛

选,最终使用比例不到30%。上等木材由BMW顶级工匠师经过20多个步骤的悉心制作,成型的饰板尽可能保留自然纹理,制造工艺极其复杂。在BMW完全定制环节,客户可以完全根据自己的偏好,自定义任何一种车身颜色(包括双色车身)和专属设计的徽章(可装饰头枕、仪表台饰板、后排遮阳帘、车尾饰条和迎宾踏板等),实现真正意义上的独一无二。

新BMW M760Li xDrive融入了更多的专属标识,比如卓越风格版在后备箱盖上配有显著的“V12”标志,两个镀铬的多边形排气管增加了一圈镀铬饰条,车内配备的BMW方向盘也是采用细木镶嵌工艺。当启动车辆后,中央仪表盘上的V12标志也随之亮起,配上全新M运动型排气系统发出的轰鸣声,一辆富有专属感的顶级座驾对外界诠释着新豪华的概念。

多领域持续增长 本土化加速

事实证明,宝马在豪华市场的前瞻布局已初见成效。今年前10个月,宝马集团全球销量累计高达194.26万辆,同比增长5.8%,牢牢地守住了豪华车全球老大的称谓。

无论是高端车型,抑或是新能源汽车,宝马在中国市场均交出了一份沉甸甸的成绩单。今年前10个月,BMW和MINI两个品牌在中国的销量是423330辆,同比增长10.2%,作为国内豪华车市场的领先品牌,宝马再度实现超越市场平均水平的增长。宝马集团大中华区总裁兼首席执行官康思远表示,接下来宝马将在中国市场进一步落地全新“第一战略”,在今年内提供5大系列的9款电动产品,围绕新能源、数字化、自动驾驶等领域全面发力。

新BMW M760Li xDrive已开启预售,这款全新旗舰车型势必引发豪华车的创新热潮。在豪华升级的趋势下,宝马已经在各个细分市场上形成了全方位的布局。

开瑞汽车2019年或冲20万辆销售目标

■ 本报记者 李逸

借助K60的上市,开瑞汽车对外发布了“三新战略”,在未来3年内推出多款新车,拟借助中国市场对于SUV车型的青睐,实现20万辆的战略远景。

日前,开瑞K60凭借5.88万—7.78万元的低价入市,作为一款7座紧凑型SUV,K60定位“宜商宜居”。值得关注的是,近两年开瑞汽车增长迅猛。去年销量完成6.7万辆,同比增长78.5%,今年销量或将达到8.5万辆,预计同比增长26.9%。

开瑞汽车销售公司总经理黄招根对外解析了

开瑞汽车的“三新战略”,即新定位、新形象、新产品。力求从品牌、产品、销售多维度塑造开瑞品牌。

首先,开瑞品牌的新定位是务实进取、关爱家人的创业人群,努力为他们打造出家商兼用的高品质7座车,开瑞希望塑造实用、可靠、超值的产品形象。开瑞未来的新产品也是根据这一目标人群进行量身打造的,以此满足不同场景、不同群体的个性需求。

从今年6月份开始,开瑞品牌全面启动了销售终端形象升级的工作,用全新的服务标准,把阳光、进取、鲜明的开瑞品牌形象融合到终端4S店展厅

当中,用户走进4S店能感受到更全面的功能服务区、更多的车辆展示空间、更宽敞明亮的空间布局,同时还有独立的品牌文化展示区。

在产品层面,未来几年开瑞将陆续衍生新品。如2017年开瑞汽车将继续对K50S、K60等产品进行升级,整体规划走上“10万辆”台阶。2018年底投放尺寸更大(接近中型)的全新7座SUV——K80,后续还会推出全新7座MPV——K70,全年将作为品牌继续发力的过渡阶段。在多款全新产品的推动下,2019年开瑞将冲击20万辆目标,届时该品牌的战略意义也将再度攀升。

蔚来汽车用互联网速度造出电动跑车

■ 本报记者 谢育辰

11月21日,一辆名为NIO EP9的超级纯电动跑车在伦敦萨奇美术馆惊艳面世。蔚来汽车创始人李斌介绍,从品牌logo设计到新车发布,这辆车仅历时18个月的时间。

在此之前的测试中,NIO EP9在德国纽博格林北环赛道交出一份更令人吃惊的成绩,创造了7分05秒的最快圈速,这个速度不仅优于法拉利Enzo(7分25秒)、日产GT-R(7分29秒)等传统跑车,也领先于之前电动车的最快纪录7分22秒。这家

仅成立两年的电动车公司用这种最高调的形式宣告着蔚来汽车用互联网的速度打造出了目前世界上最快的电动车。

然而,公司上下似乎并不愿意外界将其称之为“互联网造车”,一方面由于很多人认为互联网企业更多地停留在“PPT阶段”,很难有实质性的进展。另一方面,蔚来更愿意将自己称之为“一家来自未来的汽车公司”,甚至是依托于新能源和智能化汽车为基础的生活方式提供商。

为此,李斌组建了一支国际化的团队,在德国、英国等地设立了分公司,并且在美国硅谷搭建了负

责软件和智能驾驶的技术团队。除了硬件和技术的开发,在这两年内蔚来还参加了国际汽联电动方程式大赛。在蔚来汽车供应商的名单中更是不乏博世等大牌供应商。比如首款量产车的转向系统与宝马7系相同、空气悬挂则来自沃尔沃XC90的技术。

据了解,蔚来汽车的第一辆量产车型将于明年公布,它将很可能是一辆与特斯拉Model X类似的中大型SUV。与之相比,NIO EP9更像是蔚来汽车的高端实验室,公司更多的精力将会放在第一辆量产车上,因为后者将关乎蔚来的生死。

新捷达以“群狼组合”再启新程

■ 本报记者 谢育辰

第一个装备自动挡变速箱、第一个装备ABS、第一个装备安全气囊等18项引领行业发展的“国内第一”,以及在青藏高原非铺装路面单车行驶1297.9公里的“世界第一”。一汽-大众捷达身上的标签远不止这些。

作为一汽-大众合资公司成立之后推出的首款车型,捷达更像是一位长者,站在历史的高点,俯瞰整个车市的风起云涌,但不变的是,其始终位于该细分市场的领头羊位置。

单从外观上看,一汽-大众按照最新的横贯式前脸设计语言给新车做了“微整”,通过“X”造型元素的发散与聚合,来凸显整车的力量感和运动感。而尾部造型也更为立体,“F”型尾灯也极具辨识度。而动力上,这也是升级后的新捷达最大的改变,其搭载了大众在华首款EA211系列1.5L MPI发动机,全面取代现款1.6L发动机,并匹配AQ160变速箱,81KW的最大功率和150N·m的最大扭矩与以前的1.6L发动机保持一致。此外,新车还包含1.4L和1.4TSI两种动力、总共9款车型供选择,价格区间7.99万—13.49万元。

一汽-大众汽车有限公司董事、总经理张丕杰表示:“捷达已经累计在中国销售超过360万辆,不仅在A级车市场占据稳固的领导地位,更长期位居中国乘用车单一车型的销量冠军。”

此次新捷达的上市将其小排量的产品线更新为1.2升、1.4升、1.5升和1.6升,外界将这套阵容称之为“群狼组合”。眼下,一汽-大众的“小目标”是到2020年要成为产销300万辆级的企业,在今年182万辆的基础上提升了118万辆,高压之下,新捷达引领的小排量车型矩阵将承担企业冲量的重任。

东风本田第三工厂奠基 冲刺百万辆目标

■ 本报记者 谢育辰

12月8日上午,东风本田汽车有限公司第三工厂建设项目在武汉经济技术开发区正式启动,湖北省、武汉市各级政府领导,东风汽车公司和本田技研株式会社高层领导共同出席第三工厂建设项目启动仪式。

2016年以来,东风本田逐渐驶入销量的“蜜月期”,前11个月累计批售50.66万台,同比增长43.2%,终端登录更已突破52万台,同比增幅达47.8%,56万台的年度目标近在咫尺。

目前东风本田建有两座工厂,均位于武汉经济技术开发区,合计年产能达51.2万台。随着CR-V、CIVIC、XR-V等多款明星产品畅销,东风本田现有产能已全面发力来应对订单,而面向中期事业计划的百万战略目标,迅速提升产能成为东风本田当前的首要任务。

第三工厂项目在2014年获得审批,两年后才正式启动。新工厂位于武汉经济技术开发区硃山湖畔,占地面积约120万平方米,项目一次总体规划,分两期实施,一期项目预计将于2019年建成投产,届时将新增产能12万台,并将具备新能源汽车生产能力。

2016中国高校汽车联盟校同行收官

12月4日,长安福特杯·2016(第十一届)中国高校汽车辩论赛全国总决赛在重庆大学圆满收官。长安福特汽车有限公司人力资源及行政副总裁刘忠胜、中国汽车报社社长李春雷,以及来自重庆各所高校的嘉宾和同学们共同见证了这一精彩盛事。今年,共有来自全国包括清华大学、北京大学、南开大学、四川大学在内的31支重点高校辩论队参加该赛事,经过近30场的激烈角逐,西南大学代表队最终夺取了本届高校汽车辩论赛的桂冠。

城市自由驾驭,新TIIDA激活运动细胞

来自东风日产的新生代TIIDA,官方指导价9.99万—13.49万元。除了在外观上彰显出动感活力外,操控性能也表现得十分出色。新TIIDA采用了日产全新D-STEP智能变速技术,在汽车低速启动时,能带给驾驶者更为强烈的加速感,而在深踩油门时,车子能以最适合的速比进行Step变速,以实现良好的安静性、高响应性及有后劲的加速感。在转向体验方面,新TIIDA配置了全新的EPS车速感应式电动助力转向,汽车在行驶过程中更为线性,循迹性更强。