

年度中大型 SUV

别克昂科旗



作为别克 SUV 家族扛鼎之作,别克昂科旗基于通用汽车中大型豪华 SUV 架构,并针对国内实际使用环境进行针对性开发。别克昂科旗采用全新别克 SUV 家族设计语言,车身轴距达 2863mm,舒展的长车头、短前/后悬与宽轮距设计打造出更具力量感的豪华 SUV 车身比例。

“2+3+2”三排七座布局为昂科旗带来宽敞舒适乘坐空间。内饰大量选用高档软性包覆材质,且用材百分百达到欧盟环保回收标准,配合钢琴烤漆镀铬、流线形镀铬装饰、

法式同色双缝线等工艺,兼具豪华感和舒适性。

别克昂科旗采用行业领先的 Smart Propulsion 智能科技,全系搭载通用汽车第八代 Ecotec 2.0T 可变缸涡轮增压发动机和 9 速 HYDRA-MATIC 智能变速箱组成的王牌动力组合,最大功率 174kW,并可在 1500-4000rpm 的宽广转速区间内持续输出 350N·m 最大扭矩,而综合工况油耗最低仅为 7.4L/100km,在动力性能、燃油经济性以及排放标准方面拥有全面优势。

年度混动 SUV

广汽 Acura CDX 混动

CDX SPORT HYBRID 作为广汽 Acura 首款国产战略车型 CDX 的混动版本,旨在以极致尖端的混动系统、强劲澎湃的动力表现以及高端静谧的豪华座舱,为消费者带来“自有格调”的驾驶体验。CDX SPORT HYBRID 在乘坐空间方面与 CDX 汽油版表现相当,值得一提的是行李厢,CDX SPORT HYBRID 通过采用锂离子电池实现 IPU 的小型化,放置在行李厢地板下,实现了与汽油版车型拥有相当的行李厢容积。

在动力总成方面,CDX SPORT HYBRID 采用了 i-MMD 混合动力系统,由 2.0L 阿特金森循环 DOHC i-VTEC 发动机、高功率电机、E-CVT 控制双电机的动力控制单元、高功率锂离子电池和 DC-DC 变换器等组成,其中 2.0L 发动机最大功率 107 千瓦,混动系统综合最大功率 158 千瓦,相较于汽油版 CDX,2.0L 阿特金森循环 DOHC i-VTEC 发动机与 E-CVT 的组合,提供了更加迅速的响应速度以及更加平顺的加速性能。

并且 CDX SPORT HYBRID 搭载了双燃油蒸发控制装置、催化式排气净化系统,超低渗透性油箱,蒸发泄露检查模块,ORVR 燃油管,以及超大活性炭罐装置,满足国 VI 排放标准。



年度新锐 SUV

广汽三菱新劲炫

不久前的广州车展,新劲炫凭借“1314”——10 万元级 SUV 优选、品质 3 大件、时尚内饰、10.1 英寸智能网联系统、4 大设计革新等核心卖点获得众多关注。外观上,新劲炫在延续经典的 DynamicShield 家族式前脸基础上,进气格栅新增镀铬条装饰,多了几分硬朗。

内饰方面,采用专为中国市场定制的“水平分体式”中控台设计,在合理利用车内空间的同时,提升了整体内饰的档次与品质感。在智能科技方面,新劲炫搭载 10.1 英寸



高清大屏和“菱云悦享智联”系统,集人机交互、防盗追踪系统、道路救援系统、手机镜像互联等多项功能。而动力方面,新劲炫配备 4J 系列发动机和 INVECS-III CVT 变速箱组成的“黄金组合”,兼顾动力输出与燃油经济性。

年度豪华轿车

沃尔沃全新 S60

12 月 12 日,沃尔沃汽车旗下北欧豪华中型轿车沃尔沃全新 S60 正式上市。基于先进的 SPA 可扩展模块架构打造,以安全随心、健康随行、动感随行的独特魅力,为消费者带来值得信赖的“有爱之选”。

沃尔沃全新 S60 全系标配 City Safety 城市安全系统、DAC 疲劳警示系统等智能安全配置,体现出“入门即安全”的底气。Pilot Assist 领航辅助系统等丰富的安全和驾驶辅助系统,为车主及家人带来更有安全感的豪华出行体验。

在安全之上,沃尔沃全新 S60 通过打造更高品质的健康座舱,让健康如影随形。婴儿



可接触级别的亲肤织物材料、防过敏的镀铬饰件、65℃下的高温测试,都让座舱成为触觉无忧的移动空间;新增与 Blueair 联合研发的 AAC 双效增强型空气净化系统的 CLEAN-ZONE 清洁驾驶舱,实现公开道路下 95% 的 PM2.5 过滤率,确保用户呼吸健康;携手脊椎医生打造的人体工程学座椅,具备舒适、健康、安全等亮点,保障用户骨骼肌肉健康。

年度豪华进口 SUV

奥迪 Q8

奥迪 Q8 是奥迪在豪华新时代为新精英用户打造的一款新旗舰 SUV。诞生于大众集团顶级 MLB evo 平台的奥迪 Q8,拥有与兰博基尼 Urus、宾利添越同宗同源基因,从内而外的运动设计风格与精湛的做工品质都如出一辙。

奥迪 Q8 拥有顶级工艺定制座舱,依托良好的隔音和先进的空气声学技术,配合双层挡风玻璃,营造出静谧的乘坐氛围。可根据用户喜好进行个性化设置的内饰氛围灯,提升了车内的享受。带声学棱镜的 Bang



& Olufsen 立体声音响系统,将车内变成移动的音乐厅。

奥迪 Q8 搭载了 2.0 TFSI 和 3.0 TFSI 两款发动机,最大功率可达 250kW,最大扭矩可达 500N·m,配合 Tiptronic 八速手自一体变速箱与新的轻度混合动力技术(MHEV),为用户提供了智能、高效的驾驶体验,充分满足了日常都市出行的驾驶需求。

年度豪华进口车

全新雷克萨斯 RX 450hL 加长版



以新 RX 为起点,LEXUS 雷克萨斯首次在中国市场推出全新 RX 450hL 加长版,全新 RX 450hL 加长版的人性化空间设计,满足中国消费者需求,适宜全家出游、商务出行等各种场合。全新 RX 450hL 加长版依旧优雅流畅,并承袭了代表性的悬浮式车顶。通过原有线条巧妙加高、加长了车尾部分,保证了第

三排乘客充足的乘坐空间。雷克萨斯 RX 450hL 加长版搭载最新版的 LEXUS 雷克萨斯智能安全系统 LSS+, 包括了全球首创的 BladeScan 极速旋镜式远光灯自适应控制系统 AHS。全新 RX 450hL 加长版全系标配触摸显示屏,并针对全新操作模式将触摸屏前移,保证了更舒适的交互体验。

蓝引擎·年度新能源汽车企业

广汽新能源汽车有限公司

作为广汽集团实践新能源和智能网联战略的核心载体,广汽新能源依托广汽领先的研发制造能力,打造了领先行业两代的第二代纯电专属平台 GEP2.0,拥有全球首创比国际品牌提前至少一年实现量产应用的高性能“三合一”电驱系统,并在智能领域率先实现 L3 级自动驾驶的量产和 L4 级自动驾驶示范运行。不仅如此,广汽新能源还推出了一个涵盖“购车、用车、养车”全生命周期服务和多元社交圈的“埃安一键尊享服务”体系,创造了全新的用户价值。



在今年,广汽新能源推出了 Aion S(埃安 S)和 Aion LX(埃安 LX)两款战略车型。其中,Aion S 自 4 月底上市以来已经实现了销量的“六连涨”,成为全国新能源销量前三中唯一的 17 万级车型。今年 10 月上市的 Aion LX 凭借着出色的续航和加速性能,成为了 2019 新能源车中的翘楚。

蓝引擎·年度新锐新能源车

广汽丰田 iA5

广汽丰田首款量产纯电动轿车——广汽丰田 iA5,基于第二代 GEP 纯电专属平台开发,带来长续航、大空间、高性能、高智能的产品魅力,是目前国内合资车企中首款 NEDC 综合续航里程达 510km 的纯电动轿车,并享有广汽丰田卓越的品控流程和渠道服务。iA5 采用深度集成高性能“三合一”电驱系统,包括日本电产制造永磁同步电机、高能量密度电池和高集成电机控制器,实现更低能耗、更强劲动力,最大功率 135kW,最大扭矩 300N·m,最高车速



156km/h,0-50km/h 加速 3.5s,带来强劲的纯电驾驶乐趣。iA5 通过将 A 柱前移,C 柱后移,实现了超低风阻与超大空间的巧妙融合,带来越级舒适大空间。iA5 的智能互联科技还为驾乘者提供智能化的用车生活,带来高价值用车体验。

本版撰文/羊城晚报记者 刘佳宁 黎存根

# 多维发力,解锁“年轻化”

## ——2019 年广汽 Acura 逆势再跃升

再过一周将要踏入 2020 年,回顾 2019 年,中国的汽车市场并不平静。虽然新车换代、营销手段层出不穷,却不能阻止汽车市场整体下滑的趋势。在这样的背景下,广汽 Acura 却能逆势而上,以高于市场大盘的速度实现销量稳健增长。在车市持续低迷的环境下,又是哪些因素在引领广汽 Acura 全面跃升呢?

### 领先科技,产品年轻化是底气

随着中国车市正以远超预期的速度奔向年轻化。被视为“互联网原住民”的 85 后、90 后已经成为中国豪华车市场的主力消费群体。而成长于大众消费时代的 90 后群体的消费偏好更为多元化和个性化。对于豪华汽车品牌的选择,他们更多希望打破成规,释放自我,拥有较强的品牌意识,渴望拥有不一样的选择。

广汽 Acura 在中国陆续推出 CDX、CDX SPORT HYBRID、RDX 等明星车型,其特点是搭载先端科技,配置豪华,驾乘者能够获得更多的运动感和体验感,从而赢得中国年轻消费群体的关注和期待。

其中,最为津津乐道的是 Acura 独创的前瞻性科技成果——SH-AWD® 系统(超级四轮驱动力自由控制系统)、i-MMD 混合动力系统等。此外,还有自适应悬挂系统、安全辅助



两款主销车型 CDX 和 RDX 均已推出满足国六 B 排放标准的车型。其中,CDX SPORT HYBRID 车

型在 2018 年上市之时,就已满足国六 B 排放标准,是国内首个满足国六 B 排放标准的混动车型。



### 品牌创新,体验式营销获成效

与其它豪华品牌不同,广汽 Acura 坚持品牌形象的不断创新。2018 年,面对中国豪华车市场的不断变化和消费升级需求,广汽 Acura 与时俱进,把目光聚焦于独具生活品味的年轻精英人群,提出全新品牌世界观“i'm Different 异行者”。全新品牌世界观“i'm Different 异行者”,它生动地诠释了 Acura 为谁而存在,成为了广汽 Acura 与消费者沟通的桥梁。广汽 Acura 所说的“异行者”是一群内心笃定、敢于发掘新价值、勇于打破常规的人。“i'm Different 异行者”全新品牌世界观的提出,是为了更形象地传递广汽 Acura “精确 不凡”的全新中文品牌口号,并打造明确区别于传统豪华品牌的专属价值和独特的世界观。

与品牌创新相对应的,是广汽 Acura 升级后的体验式营销。在广汽 Acura 的营销层面,“年轻化”是最大的特点,就是走进年轻人的生活,和他们玩在一起,成为他们中的一分子。2019 年广汽 Acura 业内首创全新运营模式——#周末放疯 #

RDX 72 小时试驾活动,在全国 56 个城市投入 200 台试驾,让消费者切身感受到广汽 Acura 车型的魅力;在“#周末放疯 #百人接力横贯中国”活动中,108 名消费者驾乘 RDX,历时 30 天,纵横全国 8 个省级行政区。而在刚结束不久的世界顶级冬季运动赛事“2019 滑雪北京国际雪联单板及自由式滑雪大跳台世界杯决赛”(简称“滑雪”)上,广汽 Acura RDX 作为“滑雪”赛事官方指定唯一用车。

在传播渠道的选择上,广汽 Acura 也倾向和年轻人广泛聚集的泛社交媒体平台合作,例如联合抖音、KOL,以更接地气的短视频传播,与粉丝线上互动,全面展现了产品力,深度构建产品粉丝圈层。同时,为了与更多年轻消费群体实现平等交流与深度互动,广汽 Acura 入驻知乎平台,携手知乎先后举办了“坚持自我”主题观影会、“超级脑洞挑战赛”等有趣好玩的活动,营造与年轻人沟通的平台,从内容上抓取用户,拉近用户与品牌的距离,开拓品牌传播新思路。



### 售后加码,诠释豪华服务

优质的产品,新颖的营销方法可以获得用户的青睐,如果要进一步留住用户,完善的售后服务必不可少。广汽 Acura 打造了与其豪华格调相匹配的售后服务,给予车主贴心的关爱。

在今年 5 月份,在日本横滨举办的首届 Honda 全球售后服务技术技能竞赛中,来自广汽 Acura 北京日银店的徐进,与来自欧洲、亚洲、澳洲、亚洲 26 个国家的高手同台竞技,在团队的大力支持和完美配合下赢得比赛,最终冠军花落广汽 Acura。

事实上,北京日银店的冠军徐进所展现的优质的售后服务水平,对广汽 Acura 而言并非特例。早在 2017 年广汽 Acura 发布了全新的售后服务品牌——“精·诚 体验”,便让这种优质服务成为全体特约店的一种习惯。例如,为车主提供 4 年/10 万公里免费基础保养,4 年/10 万公里免费专业道路救援等贴



心、专享服务。在经销商战略布局上,一方面广汽 Acura 严格执行准入标准,在保证优质服务的前提下,特约店数量上持续稳步增长。另一方面,广汽 Acura 下大力对特约店进行升级改造,彰显舒适性、豪华感和体验感的同时,也让这些特约店焕发年轻活力。后续,广汽 Acura 还将根据不同特约店的情况制定更加专属的方案,为更多的特约店实现升级改造,致力于向消费者提供更为贴心、人性化的购车、用车服务。

### 结语

伴随着广汽 Acura 国产进程的不断推进,产品矩阵的进一步丰富、品牌营销的不断发力、渠道和售后服务的持续完善,一片更为广阔、更为丰富的蓝海,在广汽 Acura 这位“新豪华阵营异行者”的不辍深耕与积极开拓下已然展开。