

汽车下乡进行时:走进韶南雄水口镇

广本靓车下乡 村民赞活动及时

文/图 羊城晚报记者 威耀琪 刘佳宁 张爱丽

羊城晚报联合广汽本田华南片区的汽车下乡活动不断推进,7月6日走进韶南雄著名的“红色文化小镇”水口镇举行。现场抽奖送礼、购车补贴和优惠活动迎来各方来宾,意向与成交订单达到十余批。在过去的一个月,羊城晚报联合多家主流车企,已经在肇庆、梅州、汕尾、湛江、佛山等地的村镇开展了一系列的汽车下乡活动。

广汽本田下乡大受欢迎

活动现场,南雄水口镇党委书记陈如华说,以前说汽车下乡,走进乡镇是很难想象的事情,如今却已经成为现实,在南粤大地处处开花。这次羊城晚报联合广汽本田深入南雄水口镇,对广大农村来说是意义深远的活动,在党员和群众共同努力下,农村的日子比以前更好。现在农村道路和交通状况比以前大大提升,汽车生活的出现,正是多年致富的重要成果。

在全国各地复工复产的大环境下,广汽本田依靠自身的稳固体系实现高质量发展再提速,以SUV和轿车为“双核心”的产品矩阵成绩尤为亮眼。广汽本田汽车销售有限公司第一事业部销售部广州商务中心黄志乾表示,广汽本田“助力汽车下乡全民购车季”,是响应省政府的号召,把惠民补贴贡献给乡村百姓,也是助力广汽本田渠道下沉,提升广汽本田品牌意识和售后服务的重要活动,希望乡村百姓的生活满意度和获得感越来越高。

来自广汽本田4S店一位负责人表示,广汽本田为了真正让老百姓开得起车,还为热销车型添派推出了万元首付,最长48期的低息分期购车政策。通过汽车下乡活动,可以让乡亲们买到满意的、高品质的广本车。

记者了解到,许多干部群众都进入各大车型亲身体验车辆的空间和配置,并详细询问价格。有干部也表示,希望车展活动能够多一些举办,形式上可以不拘一格,以求灵活地满足农村消费群体的需求。

当地一位种植大户对羊城晚报记者表示,自己有一辆已经开了十几年的手动挡汽车,近年来收入大幅提升,对出行有了更高的要求,正想换一辆有品质的车型。不过自己对于旧车置换、汽车补贴等内容并不了解,而且从镇上到品牌4S店也有一个多小时车程,平时实在抽不出时间去市里看车。这一次,广本深入到镇里,不仅直接把全车系带到面前,还让自己深入了解了各种购车优惠与服务。该种植大户说:“这场活动来的太及时了!”



活动现场车型展示



体验环节

汽车下乡带你畅享美丽乡村

本站汽车下乡活动所在地的水口镇给予了活动极大的支持。也让当地的“招牌”随着汽车下乡活动得到进一步对外拓展的机会。

据介绍,水口镇属革命老区镇,水口镇红色遗址和生态资源丰富。这里有水口战役革命遗址(主战场大部桥、水口战役纪念馆、打石湖、红五军团指挥部旧址)、水口战役陈列馆、党建示范工程“红色村”(水口村)、箭过古村落、孝思书院,此外还有下湖小龙虾万亩基地、三华李基地、浣头生态林等旅游资源,是串联油山游击战、水口战役、瑶省委旧址、梅关古道等红色资源点的重要纽带。

近年来,水口镇大力实施乡村振兴战略,深入挖掘谋划建设一批红色项目,2019年投入500万元建设党建示范工程“红色村”,2019年投入80万元对水口战役公园进行提升改造。水口战役陈列馆展陈、水口战役英烈园、大部桥修缮保护、孝思书院修缮保护等项目正在规划设计中。

据介绍,水口镇结合自身实际和资源优势,认真思考并明确了今后一段时期将以红色革命遗址为基本元素,开发红色景点,发展红色旅游,增强革命老区与外界的经济社会联系,促进革命老区经济社会发展,将水口打造成红色文化小镇。

此外,在广东省历史名村——箭过村,传统国学文化汇聚,孝思书院是箭过书院的其中一间书院。箭过书院建于明清时期,最初建有9间书院,现在仅存“孝思书院”和“太乙书院”两间,这两间书院共占地约800平方米,是珍贵的历史文化遗存。在浣头村,以鹰嘴桃项目为牵引龙头,整合整个浣头规模果园,加强绿色种植技术培训、生态品牌推广、市场营销渠道拓展、道路提升,在浣头美丽乡村游(水口红色游支线)框架形成、完善、丰富的过程中,带动促进整个村生态农业产业的发展和提升。

文/羊城晚报记者 威耀琪

要说七座家庭用车,SUV和MPV之争,一向是许多消费者的关注所在。从外形、运动性能甚至四驱系统来看,SUV大部分的都能完胜一般的MPV。但是,从载人空间来看,再宽敞的7座SUV,也不如MPV舒适。那么究竟买7座SUV还是MPV,这就很伤脑筋了。2020年刚刚上市或者即将上市的这几款SUV和MPV,可以成为广大七座家庭的参考,究竟买谁不买谁,自然还要把品牌、服务、可靠性、用户规模等考虑在内了。

智能与豪华并存 试驾广汽新能源埃安V

中汽协: 6月我国新车销量 预计同比增逾一成

文/图 羊城晚报记者 张爱丽

2020年已经过半,中国汽车市场表现如何?中国汽车工业协会近日发布数据显示,6月新车销量预计同比增长11%,达到228万辆。新车销量连续3个月高于上年同月,连续两个月实现两位数增速。

值得一提的是,以目前一些企业公布的销售数据来看,6月市场表现抢眼,有品牌在国内新车销量甚至同比增长超两成。

丰田6月销量同比增逾两成

在7月的第一天,一汽丰田就高调发布了6月销量快报。数据显示,一汽丰田6月销量突破8.2万辆,同比增长30%。从总销量数据看,1-6月累计销量突破35.1万辆,跑赢大盘14个百分点,市场份额占比4.6%,比去年同期提升0.7%。

具体车型方面,SUV主力车型全新RAV4 6月销量达到15566辆,1到6月合计79293辆,轿跑车“全能王”卡罗拉家族6月的销量为36103辆,上半年累计销量153230辆。可见,一汽丰田两款主力车型的表现依旧很耀眼。

6月份,一汽丰田出现了另一款销量主担车型,亚洲龙以强势的数据C位出道。据悉,6月销量13245辆,创下单月销量新高。不仅首次突破万辆大关达到历史新高,同时几乎是5月销量的近两倍。其中燃油版同比增长高达164%,据统计,上半年亚洲龙销量合计46518辆,实力非常寻常。

尽管广汽丰田尚未公布销量数据,但从丰田公布的销量数据来看,中国6月6月新车销量同比增长22.8%,达到172900辆。广汽丰田在6月份也保持着销量的增长。

日系品牌表现抢眼

同为日系品牌的日产汽车和马自达的销量也超过上半年业绩,均为连续3个月同比上升。其中日产汽车中国区乘用车和轻型商用车在内的销量为136929台,同比增长4.5%。日产汽车中国销量连续4个月出现反弹。

而马自达品牌在马自达3等畅销车型的拉动下,2020年6月在中国市场的销量(零售)共21002辆,同比增长10.5%。截至1-6月,马自达在内地市场销量共97330辆。具体到两大渠道的销量情况上,1-6月,一汽马自达销量为40379辆,长安马自达销量为56951辆;其中6月单月,一汽马自达销量为8922辆,长安马自达销量为12080辆。

另外,本田6月销量为142363辆,虽然同比下滑4.1%,但是考虑到位于武汉的本田受到疫情的冲击较大,这个成绩已相当不错。其中,广汽本田6月销量为71587辆,同比增长9.6%;东风本田6月销量为70776辆,同比下滑14.8%。而截至今年上半年,本田在中国市场累计销量已达



612007辆,两家合资公司广汽本田和东风本田的累计销量分别为315032辆和296975辆。

吉利汽车上半年突破53万辆

吉利汽车6月总销量为110129辆,环比增长约1%、同比增长约21%。其中,领克汽车6月总销量为13214辆,环比上涨约2%、同比上涨约53%,连续3个月保持两位数增长,并创下过去7个月以来最高月销量表现。领克汽车销量累计突破30万辆,成为销量突破30万辆的中国高端汽车品牌之一。自4月以来,吉利汽车销量持续正增长,1-6月总销量为530446辆,完成全年141万辆销量目标的38%,排名中国品牌乘用车销量第一。1-5月市占率提升至6.88%,较去年提升0.53个百分点。

在新能源领域,几何A、帝豪EV、帝豪GSe等新能源及电气化产品,6月总销量为8750辆,环比增长约43%。海外出口方面,1-6月累计出口量达19573辆。6月30日,吉利缤越在卡塔尔正式上市。此前,吉利缤越、缤瑞、博越PRO车型已相继在沙特、菲律宾等国家先后上市,进一步深化了吉利的海外布局。

上汽6月销量增长2.8%

被称为行业风向标的上汽集团近日也公布了其上半年销量数据,而从数据来看中国车市已处于快速恢复之中,但与去年同期相比差额仍较大。

上汽集团7月6日发布的最新产销快报显示,该公司在6月份销售汽车47.9万辆,同比增长2.8%,已经恢复了正增长。而在6月,上汽集团旗下11家整车子公司有7家6月单月销量实现同比增长,包括上汽通用五菱、上汽大通、申沃客车、依维柯两家商用车公司,以及位于泰国和印度的两家子公司。

然而,作为主力的上汽大众、上汽通用和上汽乘用车依然同比下滑,而上汽通用五菱和上汽大通是主要的拉动力量,6月分别销售12.4万辆和1.68万辆,同比增长24%和54%。其中上汽通用6月销量为130863辆,同比下滑了6.79%。

但从上半年累计销量来看,上汽大众、上汽通用今年以来销量持续下滑,1-6月份累计销量分别为57.7万辆和55.6万辆,同比下滑37.18%和33.31%。不过值得一提的是,两家公司的累计降幅都在快速缩小。

二孩家庭买七座车 今年关注这些候选者

全新汉兰达



除了强悍性能,全新探险者为驾乘者打造出一个宽敞舒适的“移动之家”。全系提供2+2+2的6座和2+3+2的7座布局选择。当你来到第二排,如果是6座版,呈现在你眼前的将会是两个行政级独立座椅,并且带有可调节扶手与加热功能。二三排座椅完全放倒后更是可以获得一个容积高达2480升的全贯通豪华大空间。

汉兰达预计要年底才进行换代。新汉兰达预计有TNGA架构的加持,也有了新的设计语言,配置方面应该是与时俱进,增加不少互联网时代的玩意。全新一代汉兰达预计从外形到内饰都会向年轻群体靠拢,向下覆盖30岁左右的群体。据悉,最大亮点可能是采用由2.5L发动机和两个电机组成的混动系统,核心竞争力来源于它的高效。作为一台七座实用SUV车型,短时间内新能源车型还是与之无法企及的,非常值得期待。

福特探险者



6月上市的全新第六代福特探险者,是级别略高于汉兰达的竞争对手。30.98万到39.98万元的价格区间,采用新一代CD6纵置后驱平台,实现动力直线传输、前后轴平衡配重、高强度车身三大技术优势。“双十”动力总成:搭载升级版的第四代2.3T EcoBoost发动机,匹配全新10速手自一体变速器。50:50前后轴平衡配重,配合双球节弹簧减震支柱铝合金前悬架和整体式多连杆铝合金后悬架,实现5.9米转弯半径。含1700Mpa冷淬马氏体钢所构筑的高强度笼型车身,其运动与操控性进一步加持。

雪佛兰开拓者

开拓者的到来,让雪佛兰SUV家族全面覆盖小型、紧凑型、中型和中大型主流SUV细分市场从25.99万到32.99万元的价格区间,刚好针对的就是汉兰达车型的中低端部分。对比汉兰达和开拓者有一定的优势。尺寸方面,雪佛兰开拓者的长宽高分别为4999/1953/1732毫米,轴距达到2863毫米,越级的车身尺寸为7座座椅布局提供了充裕的车内空间。

雪佛兰开拓者还为第三排舒适性进行了特别设计,比如靠背更加舒展、座椅支撑更加出色,等等。空间实用性方面,开拓者在同级别中拥有绝对优势。动力方面,开拓者搭载2.0T涡轮增压发动机,最大功率为169kW,满足国六b排放标准。

一汽大众 SMV

据了解,SMV定位为一款中大型7座SUV,与上汽大众途昂一样基于大众MQB B平台打造而来。不过其车身长度却超过5.1米,轴距接近3米,车身尺寸也远超途昂。途昂车型,为大众家族最大。从此前亮相的SMV概念车型来看,新车大胆抛弃了大众老旧的进气格栅造型,并且使用发光进气格栅,造型新颖时尚。

据悉,动力系统搭载的分别是2.0T和2.5T两款涡轮增压发动机,最大动力可以达到220马力和299马力,最大扭矩是350牛·米和500牛·米,传动方面匹配的是7速湿式双离合变速箱,并且还会匹配四驱系统。

吉利豪越

近日推出的吉利中型SUV豪越,搭载1.8TD+7DCT高效平顺动力,共推出3款车型,官方指导价为10.36万-13.96万元。在空间上,豪越号称拥有同级第一的“69%得车率”,纵深空间可达2.2m,可以轻松摆上一张2.2米的大床;装载空间可拓展至

2360L;第二排拥有1米长的高坐姿,能轻松翘起“二郎腿”;第三排能让身高1.9米的乘客“葛优躺”。7个座椅均可单独调节,可组合变化出19种空间布局。

在智能方面,豪越搭载了L2级智能驾驶,APA博世全自动泊车、8英寸HUD平视显示系统、ADB矩阵式LED大灯、GKUI吉客智能生态系统、CN95高效复合空调滤芯、三区自动恒温空调、电动尾门等智能安全科技配置,在市场上使之具有出色竞争力。

传祺 GM8 大师版

6月15日传祺GM8大师版正式上市,新车带来两个不同版本,其中390T尊贵大师版官方指导价23.98万元,390T至尊大师版官方指导价25.28万元,并提供珍珠白、孔雀蓝、典雅黑、摩卡棕四个颜色。

作为广汽传祺的高端定制车型,传祺GM8大师版传承经典,创新突破,“震天翼”外观、390T+8AT强劲动力、头等舱宽奢座舱等价值,展现更为稳重、豪华的商务车形象。大师版将与传祺GM8 2020领航款共同构成GM8产品系列,以双前脸造型组合出击高端MPV市场,满足消费者多样化的购车需求。

上汽大众威然



被称为GL8的“天敌”,一个多月前,上汽大众首款大型商务MPV Viloran威然开始预售。Viloran威然以“新商务”为灵感,打破商务车方正刻板传统形象。威然具备的第二排贵宾座椅、智能双侧防夹电门、静谧空间,符合中国路况需求的L2级别智能驾驶黑科技搭载10.3英寸全数字液晶仪表与9.2英寸智能多媒体交互系统(带智能导航),应对中国城市复杂的路况。此外,iO Light智能LED大灯能够实现多种照明模式守护出行。Viloran威然的推出不仅代表着上汽大众进入商务车细分市场,也标志着上汽大众的豪华车矩阵更加完

荣威 iM8

作为荣威首款MPV车型,这款车在2019年的广州车展上首次亮相,预计可能在下半年量产上市。外观方面,新车采用家族式“律动”设计语言,前脸装配多横幅式进气格栅,概念车格栅上方与两侧灯组相连接的长条状LED灯带保留了埃安V的吸引力。车尾方面搭载与荣威RX8相同的2.0T发动机,匹配6速手自一体变速箱。作为荣威旗下首款MPV车型,售价方面应该会延续荣威品牌一向高性价比的原则。按原计划,这款车会在今年年内正式量产上市。

动力方面搭载与荣威RX8相同的2.0T发动机,匹配6速手自一体变速箱。作为荣威旗下首款MPV车型,售价方面应该会延续荣威品牌一向高性价比的原则。按原计划,这款车会在今年年内正式量产上市。

导购建议:

根据需求做选择

其实,无论是七座SUV还是MPV,都是各有优势,无法互相取代。这里就要认真审视和回顾一下自己的实际使用频率,这是一个最重要的刚需考虑。究竟一年下来有多少机会是全家老少三代7口人出门运行的。实际情形,每个家庭都会大不一样。如果自己是上班族,年假只有周末10天,孩子已经是读小学的话,那么全家一年长途自驾游的次数就不会太多。那么买个5座就能应付了。相反,如果是自由职业、做生意的、孩子还没读小学、老人又喜欢出游的,那么一定得有一辆7人MPV,这关乎全家的舒适度。如果出游频率不强烈,7人同乘的机会不多,喜欢个性化还要空间,那么可以考虑7座SUV。因为7座SUV相比于MPV来说不会显得那么“大”,临时要坐7人又是可以应付的。

智能与豪华并存 试驾广汽新能源埃安V

文/羊城晚报记者 张爱丽 图/受访者提供



作为广汽新能源埃安家族的第三款产品,埃安V刚上市便得到了不少消费者的青睐,600km超长续航、ADIGO 3.0自动驾驶系统、5G、一键泊车、AR实景导航等一系列亮点都赋予其强大的竞争力。

值得一提的是,补贴后15.96万元起的售价以及多项诚意满满的购车政策,进一步提高了埃安V的吸引力。记者近日试驾了这款全球首款搭载5G网络的新能源车型——广汽新能源埃安V,作为一款纯电动紧凑型SUV,我们可以来看看它实际的表现。

智能与豪华并存的健康座舱

埃安V采用了广汽新能源的全新设计元素,圆润的“机甲兽”前脸内部通过犀利的线条和新潮的设计手法展示它的侵略性。分体式灯组内部的LED光源呈“<<”式造型,在一众车型中极具辨识度。此外,下方的LED灯组与雾灯区域相连,并通过犀利的线条修饰出獠牙般的造型。

内饰方面,埃安V采用广汽新能源的家族式设计语言,例如两幅式多功能方向盘、较宽的“T”字区域和旋钮式换挡机构,整体时尚简约。此外,12.3英寸联屏设计通过曲面造型营造出环抱式样的视觉体验。

功能性方面,多媒体系统搭载了科大讯飞智能语音交互系统,内部支持中英双语交流,也能识别方言。实际使用时该系统无需说“打开车窗”等生硬词汇,只要说想看星星它即可发布相关指令。此外,埃安V在车内加入了香氛系统,不同于以往的香精油,埃安V采用中药为香氛原材料,通过实木保持持久清香。放置在空调系统后,用户可在中控屏内部选择是否通过香氛系统向车内吹风。

遥控泊车可化解车位太窄无法上下车的尴尬

在一系列BOSCH感知硬件的加

持下以及探测数据实时融合后,埃安V能有效识别基于停车位及障碍物的车位,实现水平、垂直的泊入泊出,甚至还支持坡道、斜列及智能循迹泊车等全场景智能泊车。

实际体验中,在自动驾驶位无人的情况下,记者坐在后排体验埃安V的坡道泊车,车辆侦测车位速度较快,泊入泊出时制动力度缓和,与水平路面自动泊车无异。

此外,车主还可以在车外通过手机遥控车辆泊入泊出,辐射范围达6m,解决了车主与乘客因车位太窄而无法上下车的尴尬。而对于驾驶新手来说,这一功能可以解决其泊车时久久无法入位的烦恼。

纯电专属平台让车辆操控性能更理想

埃安V采用GEP 2.0全铝纯电专属平台。纯电专属平台能针对电动车的特点来设计车身,在最大程度控制整车质量分布以实现前后配重比平衡,最终让车辆的操控性能指标达到理想状况。

而在乘员空间、碰撞安全以及NVH方面,纯电专属平台同样能根据电动车的特点进行相应优化来提升性能指标。

埃安V定位紧凑型SUV,长/宽/高:4586/1920/1728mm,轴距:2830mm,明显优于大部分同级竞品。

值得注意的是,在设计师与工程师共同努力下,埃安V四轮分布置在车体远端,前悬距离短,轴距比达到同级平均的61.7%,能预留出更多舱内乘坐空间。

值得注意的是,体验发现埃安V整体空间表现丝毫不输中型SUV的“同门师兄”埃安LX。车内空间充裕,长途旅行时,驾乘人员不用担心自己的大腿因空间问题而被“束缚”。