



“黄金周”车市前冷后热 八日长假带动车市升温

文/羊城晚报记者 张爱丽

优惠促销力度继续加大

“十一黄金周”期间,车市优惠不断加大,经销商推出多项活动吸引消费者。一些品牌车型的价格在9月份的基础上再次走低。其中,奥迪Q2L的最高优惠幅度从9月的4.3万元增至4.6万元;东风本田优派混动最高优惠幅度也已突破3.3万元;雅阁最高优惠幅度为1.6万元。在现金优惠的基础上,不少商家还会送出价值万元的大礼包。

这些促销活动的推出为

“十一黄金周”车市注入了活力。“十一黄金周”期间,许多家庭全家出动逛车市选购车辆。有销售员表示,“十一黄金周”后半段,看车人流比1日至4日明显增加,汽车市场恢复了9月中下旬热闹的局面。但大部分消费者更多是侧重于看车,而不急于立即购买。多家经销商表示,大部分消费者“十一黄金周”前已为出游而提前购车,“十一黄金周”期间的购买热潮肯定不如9月底,但略好于去年。

商家加大品牌推广力度揽客

值得一提的是,厂商在今年“十一黄金周”一改以往主打销售的策略,而更加注重品牌推广。由于车管所放假,1日至8日均不能上牌,商家的推广目的是抢占10月不到20天工作日的销售市场。记者在销售店里看到,进店的消费者大多以看车为主,下订单的很少。有消费者认为,现在下订单也不能办理购买手续,与其草草下订,不如趁这几天多看看市场情况,选辆更中意的车型。

值得一提的是,目前一些竞争力强的新车只能预订,提车要等一到两周,所以今年商家举办各种活动的品牌推广意味更加浓厚。据了解,除一些国产新车



之外,进口车也不失时机地加大在珠三角市场的品牌推广力度,邀请意向客户到店参加座谈会并进行试乘试驾。

售后服务业成最赚钱细分领域

与“十一黄金周”车市购买力不温不火的情景相比,汽车售后服务市场则显得相当火热。不少车主在“十一黄金周”自驾游出发前越来越热衷于购买与自驾车出行、户外旅游等相关的车上用品。在“十一黄金周”八天长假前半段,广州几大汽车用品市场生意持续火热,销量及交易金额都比平时增加不少。一些店主称,“十

一”期间车主对汽车用品的需求已不是香水座、座套等初级产品,而是DVD影院系统等高端的产品。据了解,这些产品售价都在数千元不等,但仍受到车主的青睐。来自广州的刘先生,在国庆假期前,为自己的丰田越野车花费3000多元更换了四条轮胎,刘先生说,国庆假期出门自驾,四条轮胎用了接近6年,趁此机会统一换新正当时。

而到了“十一黄金周”长假后半段,随着车主自驾游陆续返回,本地汽车维修美容服务业生意也开始火爆起来。在整个“十一黄金周”期间,被外界所忽视的汽车售后服务市场悄然成为最赚钱的细分领域。



宝马宣布 全面加快数字化进程

文/羊城晚报记者 威耀琪

在汽车行业数字化转型加速的今天,在中国市场就拥有近五百万量级客户保有量的豪华品牌如何解析数字化课题,如何从数字化角度重构高档品牌体验?10月12日,宝马在线上举行沟通会,阐释宝马在中国的数字化战略。

根据研发和产品部门持续进行的数据研究和产品优化,并得益于系统的远程软件升级功能,今年宝马集团正在全球范围对50万辆配备第七代BMW iDrive智能人机交互系统的BMW汽车进行远程软件升级,是迄今为止欧洲汽车制造商中规模最大的远程软件升级,其中在中国市场涉及20多万辆,包括全新BMW 8系和BMW 3系在内的多个车型系列。

据介绍,BMW远程升级涉及三大方面:第一、软件升级,提升用车安全。第二、新功能上线,例如:百度CarLife等第三方数字化服务,进一步丰富用户可享受的车内数字生态,提升用户在车内的体验。第三、车辆已有功能优化,如泊车辅助系统,升级后,车辆可以实现平行于车道或是垂直于车道的停车动作。

宝马集团大中华区总裁兼

首席执行官高乐说:“数字化早已渗透到宝马的研发、制造、车机端数字化体验以及包含无数接触点的客户旅程之中,我们的目标是创造车内车外一体化、线上线下一体化、端对端的高档品牌体验。”

客户可以像使用智能手机一样,通过BMW远程软件升级将适配车辆软件远程更新到最新版本,从而实现常规售后技术升级,车辆已有功能优化以及新功能上线。

BMW远程软件升级是整车升级OTA(OTA:Over-The-Air),升级内容涉及数字化服务、驾驶辅助、电气、底盘和动力系统等领域,更具技术先进性。除远程软件升级外,宝马在今年推出一系列车机端最新的数字化科技:从BMW智能个人助理、全新一代BMW数字钥匙,到车载视频及腾讯小场景,宝马针对客户在各种场景中的诉求与痛点提出解决方案。与此同时,2020年9月起,BMW互联音乐标配到搭载第七代BMW iDrive 7.0人机交互系统宝马车型上,百度CarLife及Apple CarPlay数字投屏功能也将标配到绝大部分宝马车型上。

新能源汽车产业迎来政策指引

10月9日召开的国务院常务会议通过《新能源汽车产业发展规划》,明确充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,强化企业在技术路线选择等方面的主体地位,更好发挥政府在标准法规制定、质量安全监管等方面作用。引导新能源汽车产业有序发展,推动建立全国统一市场,提高产业集中度和市场竞争力。

会议提出,一要加强关键技术攻关,鼓励车用操作系统、动力电池等开发创新。支持新能源汽车与能源、交通、信息通信等产业深度融合,推动电动化与网联化、智能化技术互融协同发展,推进标准对接和数据共享。二要加强充换电、加氢等基础设施建设,加快形成快充为主的高速公路和城乡公共充电网络。对作为公共设施的充电桩建设给予财政支持。鼓励开展换电模式应用。三要鼓励加强新能

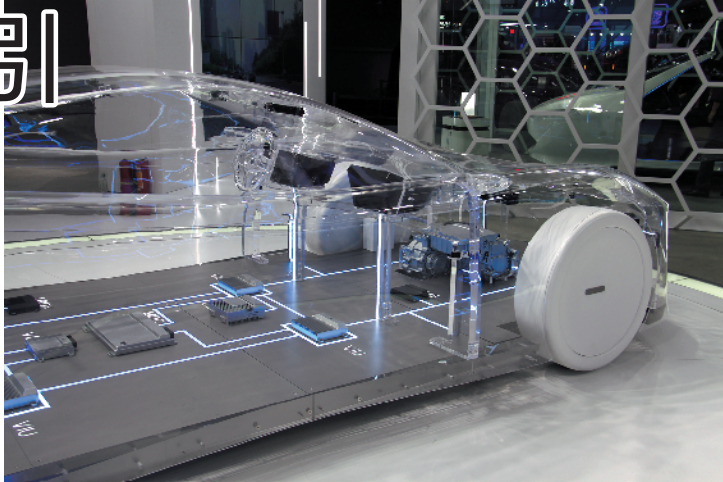
源汽车领域国际合作。四要加大对公共服务领域使用新能源汽车的政策支持。2021年起,国家生态文明试验区、大气污染防治重点区域新增或更新公交、出租、物流配送等公共领域车辆,新能源汽车比例不低于80%。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,《新能源汽车产业发展规划》旨在拉动产业升级,推动新能源汽车数量增长。从上述举措来看,技术攻关旨在实现产业链的强链补链,攻克新能源汽车产业链的核心零部件短板;基础设施建设就是加强充电站换电站建设,实现新能源汽车的良好产业发展环境;加强国际合作主要是推动新能源汽车的国际企业在中国更快发展,实现更好的行业高水平产品普及;公共交通政策支持旨在推动公共领域的车辆电动化,推动自主产品的特定市场快速发展。

去年12月,工信部发布的《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》(征求意见稿)提出,2025年新能源车销量占比达25%左右,2025年纯电动乘用车平均电耗降至12KWh/百公里。

“到2025年,新能源汽车竞争力明显提高,销量占当年汽车总销量的15%至25%,高度自动驾驶智能网联汽车实现限定区域内的商业化应用,乘用车新车平均油耗降至4.0L/100km。”在崔东树看来,按照25%的销量目标,预计2025年新能源车销量将达700万辆以上,2019年是近130万台,因此2019年至2025年的复合增速超33%。

此外,会议提出加大对公共服务领域使用新能源汽车的政策支持等内容,该硬性要求可进一步拓宽新能源汽车及配套产业的发展空间,新能源汽车生产



企业及动力电池、充电桩、换电设施等配套企业将迎来新的发展机会。

政府推动新能源汽车产业发展的决心不言而喻。除了《新能源汽车产业发展规划》,在9月召开的2020全球新能源汽车供应链创新大会上,国家新能源汽车创新工程项目专家组组长王

秉刚透露,2.0版“节能与新能源汽车技术路线图”已通过专家评审,很快就要正式发布。

王秉刚介绍,新版技术路线图提出,到2035年,节能汽车与新能源汽车销量约各占50%,汽车产业基本实现电动化转型,为中国汽车产业的中长期发展奠定基调。(新华社)

采用第三代技术平台i-GMP 第七代伊兰特技术亮点公布

文/羊城晚报记者 刘佳宁



在现代汽车的发展历程中,诞生30年、全球累计销售1400万辆的伊兰特,一直扮演着极其重要的角色。第七代伊兰特上市脚步越来越近,日前,该车型的相关技术细节公布,该款采用第三代技术平台i-GMP的应用,搭载全新Smart Stream动力系统和大量最新智能科技。自动驾驶功能和安全配置,已经被大量应用到了第七代伊兰特上。它搭载了Hyundai SmartSense智心合一安全系统,拥有同级最多的23项ADAS配置,其中多项功能为这个级别车型独有。比如前方防撞辅助和预警系统,能够在交叉路口转向时识别对向车辆,并进行辅助制动,还可以识别前方突然出现的自行车,辅助驾驶员安全驾驶。

现代汽车研发中心总经理

杜思凯通过视频对于第七代伊兰特身上发生的突破性技术创新进行了详细讲解。第七代伊兰特是第三代技术平台i-GMP下推出的第二款新车,全新平台让它的空间变得更大,重量变得更轻,并提高了各项性能。新平台采用的多重骨架结构,能够在发生事故时有效分散冲击力,大幅提升安全性和。而现代汽车在赛车比赛中不断强化的悬架技术也在第七代伊兰特上得到应用,配合重心降低的设计和车身强度的增强,进一步提升了车辆的操控性能和驾乘感受。

第七代伊兰特的动力也进行了全新升级。它搭载了新一代Smart Stream动力系统,其中1.5 MPI发动机采用了大量提高能源效率的新技术,配合车身轻量化,能够实现4.9L/100km的超低油耗。

启辰十周年 车主共聚羊城交流用车感受

文/羊城晚报记者 张爱丽

2020年,启辰迎来了十周年,车主规模也步入百万级别。东风启辰自9月8日起,在全国各地陆续开展了“以家人名义致敬十年同行”车主回家之旅,以暖心家宴感恩客户回馈车主。10月11日-12日,启辰十周年车主回家之旅在广州温馨接力。来自全国各地的车主家人共聚羊城,诚挚座谈,交流用车感受。

为了让车主更深入地了解东风启辰对品质的严要求和高标准,东风启辰邀请车主参观了最“机密”的研发中心——东风日产技术中心。东风日产技术中心是日产全球四大研发中心之一,也是日产与启辰共用的研发中心。它具备完善的整车自主研发和实验能力,承担着东风日

产及东风启辰、东风英菲尼迪品牌的产品开发工作。技术中心拥有整车舒适性、操控性、耐久性、静谧性、电磁兼容等国际先进实验室,沿袭东风日产行业领先的研发流程体系及产品验证体系。在这里,不同领域的技术专家通过实验项目展示和整车动态、静态对比,结合多个用车场景实例,为车主们深入介绍了启辰在品质保证方面付出的不懈努力。

面对崭新十年,东风启辰相关负责人表示,该公司将始终坚守“高价值商品提供者”的初心,践行“客户至上”的经营理念,以传统燃油车与新能源车双轮并进的产品布局,持续为消费者提供优质产品和服务,打造更加愉悦的移动生活体验。

新能源逆市大涨 广汽集团9月销量再创历史新高

文/图 羊城晚报记者 威耀琪

自主品牌产销持续增长

9月广汽自主品牌表现不俗,产量33542辆,同比增长42.05%,环比增长89.55%;销量达31119辆,同比增长4.71%,环比增长18.29%。特别值得关注的是,传祺的高端车型M8+M6两款MPV销量高达7329辆,同比增长35.87%,其中M6月销首次突破5000辆,环比增长44.2%,同比增长41.8%。

广汽集团新能源板块逆市

大涨,单月销量达7006辆,同比增长75%;前三季度累计销量超3.8万辆,同比增长75%;埃安系列9月销量6876辆,同比增长72%。其中,埃安V销量稳步增长,连续两个月超2000辆。

自主板块实现强势增长的同时,广汽集团也在以效率为重点,推进内部各项改革创新。9月,广汽围绕自主品牌事业一体化进行深化整合,设立经营管理委员会,与整车事业本部合署运营;同时,广汽传祺发布品牌新营销战略“金三角

战略”,致力于实现产品、科技、服务的全面增值。

广汽三菱环比大增 成新亮点

9月广汽集团日系合资品牌延续了一贯的亮眼表现。据快报,广汽本田9月产量91659辆,同比增长37.06%,环比增长36.84%;9月销量87786辆,同比增长20.90%,环比增长20.94%,单月产销再创历史新高。

另一合资主力广汽丰田单月及累计销量亦实现正增长。9月广汽丰田销量81000辆,首次突破8万大关,同比增长24.62%,环比增长20.90%;1-9月累计销量54.34万辆,同比增长9.52%。

本月广汽三菱批发及终端环比大增。9月批发销量达7030辆,环比增长41%;9月终端销量7144辆,环比增长30%。销量上行的同时,广汽三菱在9月26日的北京车展上提出新的品牌口号“驾驭探索之趣”,并发布面向2022年的中期规划,包括加大车型推出频率等。业内表示,随着广汽三菱后续产能的不断扩大以及新车型的加快导入,可为集团产销增量形成重要支撑。

多款月销过万热度不减

9月,广汽集团爆款车型继续展现了强大的市场力,有2款明星车型超两万辆,7款明星车型月销超万辆。其中,雷凌系列、雅阁系列月销分别达26313辆和22563辆,同比增长分别达19.4%和10.4%。

其余过万销量的车型分别为:凯美瑞系列18375辆(同比+6.1%),缤智16262辆(同比+10.9%),皓影系列15316辆,传祺GS4系列13543辆(同比+175.3%),广汽本田第四代飞度8月上市后,销量重上万辆,9月销量达12638辆;YARIS L家族10608辆(同比+6.1%),凌派系列10260辆。

自三季度以来,广汽集团好消息不断。广汽丰田新能源车

