

车企加速驶入新能源“快车道”

国内首款新能源中高级轿车亮相 自主品牌加码纯电动汽车市场



摄影 邹勇

本报记者 邹勇

今年广州车展，新能源汽车展示规模比去年扩充将近1倍，不少车企从试“水深”转向真刀真枪抢市场，其最新推出的新能源车型少了华而不实的噱头，变得更加接地气。除了众多新车型亮相之外，各大车企还公布了新能源汽车规划，加速开拓家庭及私人消费市场。

新能源产品布局提速

在国内新能源汽车市场产销两旺的背景下，各车企在本届广州车展上推出了多款新能源新车型，在市场上也使出浑身解数。

作为国内唯一一家在纯电动、插电式混动和氢燃料电池三种技术路线上都有产品的车企，上汽集团发布了“中国首款新能源中高级轿车”荣威E950。据了解，新车基于现款荣威950打造，搭载与荣威550Plug-in相类似的插电混动系统。荣威E50也推出了升级车型，其综合续航里程达170km。此外，上汽大通拥有全球最高技术水平的纯电动宽体轻客EV80、国内首款纯电动MPV EG10等新能源汽车新产品也集中亮相。

广汽集团坐镇主场，带来两款最新产品：纯电动SUV GS4EV和GA3S PHEV。其中，GA3S PHEV是由一台1.5L发动机和G-MC机电耦合系统组成的混动车型，有纯电、增程及混动等多种驱动模式。东风汽车此次展出的E30是国内首款使用全铝材料车身的新能源汽车，该车整备质量轻、车身强度高。虽然是微型纯电动汽车，但在应用大量轻量化技术之后，其续航里程可达160km。长安新能源带来逸动EV、长安之星5EV和奔奔EV等车型参展。据了解，逸动PHEV已经进入研发的后半程阶段，产品将于2017年年初上市。

A级纯电动车竞争升级

目前，在国内乘用车市场，插电式混动车型受到消费者欢迎，但在整体销量上，纯电动车型仍处于领先地位。由于纯电动车各级产品相对较少，产品之间竞争并不激烈，在本次广州车展之后，这种相

对稳定的局面可能会有所改变。

吉利汽车在广州车展发布首款纯电动汽车帝豪EV，新车指导价22.88万元起，目标市场直指A级纯电动汽车市场。北汽新能源则发布了A级纯电动汽车EU260，新车综合续航里程达260km。在A级纯电动汽车细分市场中已经不知不觉地聚集起一大批自主品牌产品，其中包括了一汽奔腾B50EV、长安逸动EV、东风风神A60EV、华泰路盛E70、重庆力帆620EV，以及比亚迪秦EV等。如此多的产品聚集在同一级别上，这在新能源汽车市场上非常少见，在一定程度上也说明国内新能源汽车市场正在逐渐成熟。

值得注意的是，部分A级纯电动汽车车型尚处于“有名无实”的状态，即在相关管理部门申报备案，但产品尚未投放市场或因为各种原因产量极低。同时，因为受制于动力电池产能短缺的限制，目前A级纯电动汽车的产量普遍都不及A0、A00级产品。有业内人士分析，随着明年动力电池产能的释放，这种情况会有所好转。

合资品牌跟不上节奏

相较于自主品牌，合资品牌对新能源汽车市场的推进速度明显滞后。从广州车展来看，合资品牌只有广汽丰田展出了一款纯电动车型领志i1，虽然奥迪带来了Q7 e-tron quattro，宝马发布了X5插电版，奔驰上市了两款插电混动车型C350eL和S500eL，但这些车型走的都是进口高端路线，对普及新能源汽车的意义不大。

事实上，对混合动力最为坚持的丰田仍将推广重点放在混动版卡罗拉与雷凌上，但这两款常规混合动力车型不属于真正的新能源汽车，并不能享受购车补贴和免费车牌政策。丰田中国表示，接下来会根据产品不同定位在国内推出插电式混合动力车型与纯电动车型，并将纯电动车型定位于短距离的行驶与运输。除了丰田之外，本田将从明年开始实现混合动力的本地化生产，并将先后引入雅阁与思铂睿的混合动力车型，而本次广州车展，本田在新能源方面没有任何实质性的动作。韩系的现代与起亚各自有混动产品，索纳塔9混动、K5混动

与Soul电动车分别在广州车展上展出，这些车型将通过进口方式引入，国产可能性不大。

虽然不少跨国车企在各自的本土市场早就有新能源产品的布局，但是进入中国需要考虑的因素有两个：成本与政策。新能源产品本身成本高，目前已经进入中国的合资品牌车型除了在本土上下过功夫的丰田外，其他车型都是面向中高端市场。即使是混动版卡罗拉这类国产车型，仍将面临自主品牌竞争对手的冲击。

市场挑战与机遇并存

虽然新能源新车数量大大增加，电动汽车展会面积也随之扩大，但热闹的广州车展还是掩盖不了新能源汽车被参观者冷落的事实。门可罗雀的广州车展新能源汽车展馆与各品牌整车馆的如潮人流形成了鲜明的对比。

现阶段，满足新能源汽车，尤其是纯电动汽车日常使用的首要条件是能否安装充电桩。虽然国家在推动充电桩安装的政策上不遗余力，但最终落地执行存在问题。老的居民小区、办公楼要安装充电桩比较困难，物业方面为了考虑经济利益最大化，不会留出那么多的固定车位用来安装充电桩。而新建立的小区 and 办公楼由于规划滞后，也没有配备足够的充电桩位，这让有意愿购买新能源汽车的消费者产生了疑虑。

按照国家此前对新能源汽车的规划，至少未来5年，国内新能源汽车市场还会有不错的潜力。但需要注意的是，在此前的新能源汽车规划中，到2015年的规划保有量为50万辆，但这一目标的完成情况与现实的差距并不小。另外，即便是到2020年能够实现规划的保有量，未来几年新能源汽车的年销量与传统燃油车的年销量相比，也仍将是市场非常小的市场容量。

总体来说，新能源汽车是大势所趋，新能源汽车需要获得更多的重视，需要更好的产品，让更多的消费者了解新能源汽车、使用新能源汽车。对于当下的国内新能源汽车市场，车企仍需先把握好市场需求和行业政策两个要点，才能在竞争中保取得主动。

斯巴鲁精品阵容亮相广州车展

本报讯 本届广州车展，斯巴鲁在2.1号馆900余平方米的展区内展出了全新上市车型Legacy力狮、新款Outback傲虎，经典车型Forester森林人、SUBARU XV，高性能运动车型WRX STI，前置后驱跑车BRZ，以及全新力狮切割车和斯巴鲁中国拉力车队比赛用车等多款精品代表车型，全面展现品牌安全特质。

为了面向公众深入解读和宣传

自身品牌历经多年设计理念创新和技术升华而最终实现的“全方位安全”，斯巴鲁此前推出了“为你所爱SUBARU SAFETY”市场推广主题，并在媒体日上首次播出由张靓颖献声演唱主题曲《依赖》的宣传片。在本次车展上，精品代表车型结合精彩的主题宣传片，让更多中国消费者在技术、操控和运动等特征外，加强了对于斯巴鲁极致安全本质的了解。

(邹勇)

长安福特重磅出击广州车展

本报讯 11月20日，长安福特携旗下众明星车型亮相广州车展，并宣布旗下最新旗舰车型福特金牛座正式上市，售价区间为24.88万~34.88万元。2015年，长安福特的新车上市力度空前，除本次上市的金牛座以外，长安福特还先后向市场推出了福特福睿斯、2015款福特翼虎、全新福特锐界、全新福特福克斯等多款车型。

目前，长安福特已拥有超过850家经销商网点。其中，75%的经销商网点布局在四、五、六线城市，使得经销商网点布局更加完善，让更多消费者可以便捷地享受到符合福特全球统一标准的高品质服务。此外，长安福特还持续举办经销商服务竞赛、长安福特大学、校企合作等项目，不断提升经销商的服务水平。

(顾行成)

广汽三菱整合三菱进口车业务

本报讯 广汽三菱与进口三菱旗下的新帕杰罗·劲畅、新劲炫，以及2016款全新进口欧蓝德、2016款进口帕杰罗4款车型登陆广州车展。其中，2016款欧蓝德新增了2.0L两驱5座加值版。在新闻发布会上，广汽三菱宣布将通过收购进口三菱股权的形式整合三菱进口车业务，进口三菱将成为广汽三菱的全资子公司，并继续作为三菱进口车业务的总代理。广汽三菱整

合三菱进口车业务，不仅可以优化销售网络布局、提升经销商经营能力，同时也将优化售后服务体系。

与此同时，广汽三菱发布了未来5年车型导入计划，并首发即将开播的年度巨制大型公路生存挑战真人秀《丝绸之路万里行》第二季预告片。据悉，2016-2020年，广汽三菱将连续为中国市场引入19款三菱新车型(含改款车)，2016年将率先导入两款车型。(顾行成)

运动座驾西玛中国首发

本报讯 11月20日，东风日产在广州车展首发“超感驾控运动座驾”MAXIMA，并公布其中文名为“西玛”。西玛在北美已历经7代传承，由日产北美技术研发团队全力打造，具有纯正的美式技术血统和深厚的运动基因。西玛的出现为东风日产填补了其在运动型中高级车市场的空白。

2015年，东风日产以“激

(顾行成)

启辰发布数字生态圈战略

本报讯 本届广州车展，东风日产启辰品牌携旗下新风潮轿跑启辰VOW、热销SUV启辰T70和T70X等全系车型参展。启辰不仅宣布启动“领风行动”，将旗下纯电动汽车启辰晨风下调厂家指导价2.5万元，还发布了“数字生态圈战略”，全面提升产品和服务。在启辰数字生态圈战略中，启

辰将为消费者带来“时尚智能产品”和“尊贵定制服务”、“多彩智能生活”作为战略的关键目标。启辰将全力推进包括远程控制、智能诊断、可变视觉、体感交互、穿戴设备、第三方APP互控等丰富智能配置的研发，逐步实现从“私人定制”选车服务到“一对一”的售后服务建设。

(顾行成)