

汽车周刊·专版



本报专刊部主编 | 总第 897 期 | 2021 年 12 月 1 日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

中国汽车“换道超车”受关注

长三角汽车市场表现不凡

刚闭幕的 2021 广州车展,中国自主品牌的温度要比原先想象的火爆。全球首秀的机甲科技品牌——沙龙的展台,以及欧拉、奇瑞新能源、比亚迪等极具个性的自主品牌展台前人头攒动,被围得水泄不通,而有些鲜有特色的合资品牌的展台却门可罗雀,几乎无人驻足。种种迹象表明,汽车产业的新赛道,从这一届广州车展开始,被重新划分。

早在 10 年前,汽车界就有人提出“弯道超车”,一时歌颂者与唱衰者兼而有之。而真正瞄准

未来方向的一些汽车人,深刻洞察到在中国汽车产业之路上,只有“换道”新能源才有机会超过国际车企。而在今年广州车展上,终于看到了中国汽车“换道超车”正在逐渐演变为事实。

综观本届广州车展,新能源车产品首次占据主导。共展出新能源车 241 款,其中国内与国外品牌展车的数量为 153 比 88,中国车企主导的自主品牌优势尽显,并借助新能源向高端化转型。长城旗下沙龙、北汽的极狐、东风的岚图、长安的阿维塔科技、上汽集团的智己汽车、上汽

乘用车的飞凡汽车及吉利极氪汽车等众多自主高端新能源品牌亮相,将新能源汽车竞赛提升到一个更高的维度,盖过了众多外资合资品牌的风头。“10 年前我们吹过的牛,今天终于实现了”,有人驻足沙龙展台前发出如此的感慨。

与此同时,在新能源转型方面比合资品牌更为积极的中国品牌,正在“收割”此前转型投入带来的红利。今年 1-10 月新能源车累计销售 254.2 万辆,同比增长超 170%,渗透率提升至 12.1%。在新能源汽车销量排行

榜前十五名中,除特斯拉外,其余全是自主品牌的产品,售价从 3 万元到 30 万元不等,完全覆盖主要市场。得益于新能源汽车贡献的增量,自主品牌的市场份额继续提升,1-10 月中国品牌乘用车销售同比增长 28.1%,占乘用车销售总量的 43.8%,占有率比上年同期提升 6.6 个百分点。

中国自主品牌在新能源领域的优势进一步扩大,已成为全球新能源车市场的“领头羊”。而这一切,均在今年广州车展上得到了有力的佐证。 雍君

长三角苏浙皖沪三省一市是我国主要汽车生产基地、主要新能源车制造基地,也是汽车乃至新能源车消费的大市场。2020 年末,三省一市的民用汽车保有量 5091.73 万辆,占全国民用汽车保有量的 18.13%。苏浙皖沪三省一市今年前三季度汽车生产制造业增加值、汽车零售内外销市场和新能源汽车表现,均有不俗的表现。

前三季度,三省一市汽车制造业增加值增速,均高于全国行业平均水平(9.4%)。上海汽车产量 187.45 万辆,增长 5.8%;产值 5179.15 亿元,增长 24.6%。安徽汽车产量 112.6 万辆,增长 51.2%,增加值增速 24.9%。浙江汽车在的装备制造业增加值增长 22.4%。江苏汽车工业增加值增速 19.3%。

三省一市汽车消费保持提质升级态势,前三季度汽车内外销市场成绩突出。浙江、江苏和上海两省一市的进口小客车销量位列第 2-4 名,其中上海进口小客车新注册 4.70 万辆,增长 14.8%;浙江中高档小客车购置税增长两位数;江苏和安徽汽车在的社消零售总额增长 19.5%和 18.4%。汽车整车出口外销方面,上海 33.3 万辆,增长 164.3%,出口值 378.5 亿元,增长 224%;江苏 6.11 万辆,增长 44.0%,出口值 57.72 亿元,增长 47.9%;安徽汽车出口增长 1.7 倍,浙江汽车出口交货值增长 41.1%。

在新能源汽车消费上,安徽和江苏零售额分别增长 3.7 倍和 2.0 倍,浙江零售额增长 1.5 倍,上海新能源小客车新注册量增长 1.8 倍。全国汽车出口重镇上海,纯电新能源小客车出口 11.8 万辆,大幅飙升 756.8%。 张伯顺

奔驰全品牌豪华阵容亮相广州



梅赛德斯-奔驰携旗下全品牌、29 款车型亮相 2021 广州车展,以 3 款中国首秀、6 款中国上市,覆盖燃油、插电混动、纯电动选择的优质车型阵容。

梅赛德斯-EQ 品牌的全新 EQA 300 4MATIC 纯电 SUV 首发特别版与全新 EQB 350 4MATIC 纯电 SUV 首发特别版于本次车展上市,价格分别为 36.58

万元和 43.78 万元。

梅赛德斯-迈巴赫 S 680 4MATIC 100 周年纪念版、迈巴赫 S 680 4MATIC 匠心高定首发版与梅赛德斯-迈巴赫 EQS 概念车三款新车此次联袂首秀。新一代梅赛德斯-AMG GT 四门跑车先期上市共四款车型,价格为 98.68 万-133.88 万元。全新长轴距 C 260L 4MATIC 运动轿车也正式上市,价格为 37.22 万元。2021 款奔驰 E 级轿跑车及敞篷轿跑车也焕新上市。 江美

豪华个性先锋

全新林肯 Z“智”拥新世代



他们是互联网“原住民”,活跃在各类兴趣文化和社交软件前沿;他们热衷于寻找志同道合的圈子文化和自成一派的语言体系;他们强调自我,讲究态度,主张个性且追求快乐。他们就是 Z 世代。

而他们在出行层面的诉求,林肯品牌率先读懂,在今年上海国际车展推出量产概念车 Lincoln Zephyr Reflection 后,广州国际车展上量产车型全新林肯 Z 全球首秀并开启预售,以突破想象智能科技全面拥抱 Z 世代。

双设计更个性

Z 世代的年轻人,对个性表达的需求很多,但基本的就一个,那就是对味:品牌懂我的个性,我也懂品牌的新潮,此次林肯 Z 采用外观的“双设计”,推出林肯 Z i 享和 i 酷双设计风格车型,就是对 Z 世代年轻人个性需求最热烈的回应。

造型上,林肯 Z 的 i 享和 i 酷都采用了家族式的星耀前格栅,熠熠发光的林肯星耀标配合贯穿车头的横向灯带,全面提升精致感与

时尚感。在细节处,i 享的星耀式格栅以及格栅边框均采用镀铬设计,格栅下部还配有镀铬饰条做点缀,视觉上更优雅;i 酷的前格栅及边框均采用黑灰色配色,保险杠侧边的进气口造型增加运动力量感。

林肯 Z 将贯穿式尾灯这一经典设计再度创新,全新采用了 3D 悬浮式设计,拥有堪比超跑的 SuperRed 超红光光源,同时还拥有三种自定义的闪耀模式,带来更强的视觉冲击和辨识度。

车身尺寸方面,新车长宽高为 4982mm×1865mm×1485mm,轴距达到 2930mm,车身姿态优雅而修长。此外,全新标配的 2 平方米超大全景天幕,再加上可语音控制的电动遮阳帘,将全新林肯 Z 的通透和典雅气质表现得一览无余。

高智能更豪华

在互联网世界中出生并成长的 Z 世代,早已习惯智能科技带来的便利。全新林肯 Z 恰巧就是一款将智能化气质拉满的豪华车。

进入车内,几乎所有的人都会

被横贯中控台的贯穿式全景屏惊艳到,它是由 12.3 英寸全液晶仪表和 27 英寸高清屏组成。中控屏搭载的林肯星云人机交互系统,灵感来源于浩瀚宇宙,拥有天体星云般的精致动态效果,堪称是全新林肯 Z 的智能指挥中枢,它还可实现全屏、协作、分屏多种智能操作模式,通过一指至五指之间的灵动操作,带来屏幕之间互联互通。林肯 Z 采用业内特创的 Dashcard 卡片式交互模式,将常用车机功能以卡片形式呈现,可自定义界面,零层级交互设计使得用户在首页就能完成绝大部分操作。

得益于全面升级的第四代林肯 SYNC+智行互联系统新增的全新智能数字助理,可以带来真人般的语音交互体验,并深度融合车辆控制。全新智能数字助理以月亮为设计灵感,与林肯星云的星空元素相辅相成,呈现唯美的东方美学。

安全上,新车搭载林肯 Co-Pilot 360 2.0 智能助驾系统,它新增 Lincoln ActiveGlide 主

动驾驶辅助功能,带来 L2+级的辅助驾驶功能。同时,全新林肯 Z 可实现 FOTA 整车固件在线升级,支持硬件控制系统的在线更新,享受持续更新的技术与功能。全新林肯 Z 还通过人性化智能科技,打造更具仪式感的豪华体验:同级独享的时空私信功能,可在贯穿式全景屏上自定义心中内容后,选择未来时刻进行呈现,为特殊时刻带来无与伦比的仪式感;Embrace & Farewell 体验通过前后贯穿式大灯以及林肯史上最大的 1.8 米巨幅迎宾光毯共同打造“灯

光秀”;座舱内的贯穿式全景屏和 128 色氛围灯将呈现“梦幻秀场”的视觉效果。包括林肯香氛系统、舒享时氛功能以及“个人时光”与“客人模式”双栖模式,将为林肯 Z 的车厢带来更为丰富的用车体验。

全新林肯 Z 全系标配 2.0T 高功率发动机,匹配 8AT 变速箱,对于喜欢追求驾驶乐趣的 Z 世代来说,毫不妥协的动力定会带来任由驰骋的快乐。

值得一提的是,为满足 Z 世代的用车需求,全新林肯 Z 推出 5 年/14 万公里原厂质保、最高 5 年/10 次免费基础保养,以及最高长达 1 年的“智能辅助驾驶包”免费订阅,林肯也因此率先成为针对燃油车型实现智能驾驶辅助订阅功能的豪华品牌。

无论是颜值、智能科技、仪式感,还是用户福利,全新林肯 Z 提供了其最个性的智能用车体验,更显示其拥抱 Z 世代的不俗实力和

对“美式豪华”的新诠释。 王京

