

北约峰会首次针对中国 亚太四国赴会各有算盘



■ 美日韩三国领导人在北约峰会期间会晤

图 GJ

雄,27日又马不停蹄奔赴马德里。日媒分析,岸田将在北约峰会上延续G7峰会期间的论调,承诺增强防卫能力建设,呼吁北约加大对印太事务的关注度与参与度。

上海国际问题研究院中日关系研究中心秘书长、研究员蔡亮表示,岸田与会是美国授意、日本积极主动与北约互动的缩影。日本之所以表现积极,是希望在美国构筑的同盟体系中发挥自己在东北亚的“副警长”作用,成为美国对付中国最得力的助手,借此强化

自身军事力量,突破原来的军事禁区,提升战略自主性。

日本认为,这样不仅有利于巩固岸田政府的执政能力,还可能推动日本国防力量发展,提升国际影响力。而日本加强与北约的联系,也是想以日美同盟为基轴,逐渐扩大安全合作关系网。

韩国总统尹锡悦27日也从首尔飞赴马德里,这是韩国总统首次出席北约峰会,也是尹锡悦任职以来首次出访和首次亮相多边

外交舞台。

韩国舆论认为,尹锡悦此行重头戏是韩美日三国领导人会晤。韩国《中央日报》称,会晤关键点在于加强三国安全,在安保和经济层面遏制中国,同时为改善韩日关系间接寻找突破口。

在蔡亮看来,与日本的积极态度不同,韩国虽然亲美,但囿于本身问题和日韩固有矛盾,立场颇为微妙。有媒体分析,韩国与会更多是为了迎合美国,借助北约提升自身国际影响力。

澳新各有所忧 美国野心毕露

澳大利亚总理阿尔巴内塞对俄乌冲突对全球安全局势的影响,以及俄罗斯和中国的“亲密关系”表达了担忧。新西兰总理阿德恩则强调新西兰有独立外交政策的一贯立场,将重点放在俄乌冲突和中国在太平洋地区日益增长的影响力上。

外界认为,此次北约峰会邀请四个亚太国家与会,暴露了美国企图建立“亚太版北约”的野心。蔡亮指出,尽管美国抗衡中国的意图明显,但“亚太版北约”能否建成还有待观察,而将北约势力引入亚太地区,无疑会增加地区不稳定。

为此,中国外交部发言人赵立坚奉劝北约,应该放弃冷战思维、零和博弈、制造敌人的做法,不要在搞乱欧洲之后,企图再搞乱亚洲,搞乱全世界。

本报记者 王若弦

北约“扩大峰会” 特邀亚太四国

北约峰会29日批准《北约2022战略概念》,把俄罗斯定位为“最重要和最直接的威胁”,同时给中国贴上“系统性挑战”的标签。新“战略概念”首次宣称,“中国的崛起可能对北约构成挑战”,“北京与莫斯科更紧密的关系违背了西方的利益”。

值得注意的是,北约特意邀请日本、韩国、澳大利亚、新西兰四个亚太地区的非北约国家领导人与会,这是北约峰会历史上首次。峰会期间,日本和韩国还与美国举行三边首脑会谈。

复旦大学美国研究中心教授张家栋表示,在本次峰会前就已经出现北约亚太化和亚太北约化趋势,以日韩为首的一些亚洲国家已经参与到北约的活动中,例如韩国正式加入北约网络防御中心、日本与英国签署新防务协议等。美国希望亚太国家和北约建立更密切的联系,目的就是应对中国。

日本积极参与 韩国态度微妙

高调参加完七国峰会的日本首相岸田文

上汽通用汽车打造美好出行新体验

在上汽通用汽车这样的领军合资车企看来,任何一次时代变迁,都是机遇与挑战并存。唯有积极应对,迎难而上,果断决策,才有可能在市场上立于不败之地。2022年6月12日,上汽通用汽车迎来了自己的25岁生日。

面对产业形态、消费理念、商业模式加速迭代带来的全新挑战,上汽通用汽车正围绕“电动化、智能化、网联化”的目标全面发力,加快面向未来的产品、技术、业务布局,推动别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌持续向上发展。

按照上汽通用汽车的投资规划,从2021年到2025年期间,其在电动化和智能网联化新技术领域的投入规模将超过500亿元。

技术为本，厚积薄发

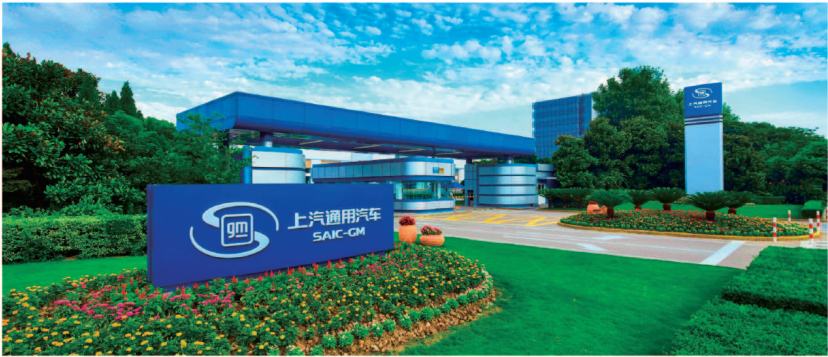


技术是企业生存的根基,创新是企业前进的动力源泉。拥有深厚技术储备和持续创新精神的上汽通用汽车,已经为重塑市场格局、持续引领未来开了个好头。

在技术研发方面,上汽通用汽车无论是技术布局,还是投入成本,或者是人才培养,均保持行业领先地位。与上汽通用汽车同一天成立的泛亚汽车技术中心,是国内率先成立的中外合资汽车研发中心,也是率先获颁“国家认定企业技术中心”的合资汽车研发中心,目前已形成1个泛亚,2个园区,3个分中心,4个试验基地的整体业务战略布局。

泛亚汽车技术中心坚持本土和全球产品开发双举并进,从合资初期的四项核心能力开始,形成了全过程的面向未来的设计、整车及驱动系统开发能力,完成了别克、雪佛兰和凯迪拉克等多个品牌产品车型及十余款概念车的开发。

除了强大的硬件实力之外,泛亚汽车技术中心还将本土工程师的培养作为工作的重中之重,积极弘扬和践行“工程师精神”,



一支三千余人的高人才队伍推动企业研发能力的快速发展。上汽通用汽车众多极具挑战的产品开发项目,也成为泛亚锻炼队伍、积累经验、培养人才最重要的载体,为行业的发展培育了大量本土化优秀人才。

全面发力电动化、智能化、 网联化



有了雄厚技术实力做后盾,上汽通用汽车在大步迈向电动化、智能化、网联化的路上,也有了更足的底气。

电动化方面,上汽通用汽车早已布局了轻混动、插电式混动和纯电动等多样化节能技术和新能源技术型谱,覆盖轿车、SUV、MPV等主流车身形式的产品型谱,充分满足了国内消费者的多样化需求。目前,上汽通用汽车正加快导入通用汽车奥特能电动车平台,该平台具备更智能、更安全、更性能三大优势。到2025年,基于奥特能平台打造的国产新能源车共10款以上,轿车、SUV和豪华SUV等多个细分市场。

智能网联方面,上汽通用汽车早在2017年便发布了企业车联网2025战略,对2017~2025年企业车联网的构建进行了清晰规划,明确各个阶段的发展目标,致力于全面打通“人·车·生活”的车联生态,以前沿科技和创新服务构建未来智慧出行生态。

基于灵活的车联网架构,上汽通用汽车三大品牌旗下车型已实现100%云互联。自2020年底至今,上汽通用汽车已对旗下三大品牌车型进行了多波次大规模车载互联系统升级,加速用户高感知、高频率使用的车联功能和服务体验快速迭代更新;2020年11月,上汽通用汽车发布V2X技术,别克GL8 Avenir艾维亚成为业内首批搭载这一技术的量产车型。

在“2025车联网战略”扎实推进的基础上,上汽通用汽车依托国内庞大的用户底盘、丰富的实践经验和母公司双方的优势资源,加快开发符合中国客户需求、具有差异化竞争优势的智能网联产品与配置,不断推进全新一代车联系统的迭代升级,全面拥抱场景主导、软件定义、数据驱动、智慧出行的新时代。

与此同时,上汽通用汽车还在加快全新一代VIP智能电子架构的普及。该架构拥有高速网络数据传输能力、整车级OTA更新功能、航空级网络安全以及可持续拓展潜力,能够为软件定义汽车及汽车智能化提供有力支持。到2025年,上汽通用汽车旗下三大品牌大部分新车型都将应用这一全新的电子架构。

品牌焕新，蓄势向上



去年9月,上汽通用汽车启用了全新司

标,新标识采用更加简约化的设计,同时配色更加活泼,展现了企业积极转型的决心和创新发展的活力。另外,上汽通用汽车旗下三大品牌也已吹响了品牌焕新、产品更新、科技创新、服务革新的“集结号”,朝着品牌向上发展的目标不断进击。

在2022别克品牌日上,别克面向全球发布全新别克品牌标识,以一个更电动、更智能、更高端的全新别克,开启品牌发展的新纪元。同日,别克品牌还首发了两款战略新车:别克MPV家族全新旗舰车型——GL8世纪CENTURY,以及别克首款奥特能平台纯电概念SUV——Electra-X。从2022年到2025年,别克将在中国推出12款全新车型,包括5款全新一代电动车,发力MPV、SUV及轿车等主流新能源市场,且其中的2款奥特能平台电动车型将在今年与消费者见面。12款新车中,20万以上车型占比近95%,布局更高价格带,7款拥有高端子品牌艾维亚车型,发力高端市场。

雪佛兰近年来坚持品牌向上,持续优化产品结构,以全面焕新的产品满足消费者不断升级的多元化用车需求。今年,雪佛兰从动力性能、内饰设计以及智联科技三个维度对产品进行全方位升级,并推出了全新创酷RS。按照计划,雪佛兰将有序推出以黑标车型为代表的产品系列,将更多的运动子品牌引入中国,以进一步强化雪佛兰品牌的高性能和运动标签,突出彰显个性化的高级感。

2022年是凯迪拉克品牌创立120周年,凯迪拉克启用了全新品牌标识,昭示品牌全面向上,加速迈向风范新征程。产品端,豪华纯电中大型SUV 凯迪拉克LYRIQ锐歌即将上市交付,再加上凯迪拉克“3+3”新美式豪华全明星座驾的主力明星车型,凯迪拉克将持续保持细分市场领先地位,强化市场竞争力。与此同时,凯迪拉克还将加快推进奥特能平台、全新一代Super Cruise超级辅助驾驶系统、全新一代VCS智能座舱系统、48V轻混动技术、蜂鸟底盘科技(蜂鸟RTD悬挂+蜂鸟四驱系统)等多项革新科技的应用,同时积极探索和尝试新的营销、专属充电补能体系等服务新模式,为用户提供全方位尊崇体验和增值服务。