

一季度同比增幅50% 皇冠领衔豪华车市场

刘雨琦

日前,中国汽车工业协会公布了今年第一季度车企的批发数据。数据显示,今年前三个月,中国乘用车市场以同比增幅8%的542.4万台批发总数,再创历史同期新高。其中,一汽丰田以176969台的批发数,实现了同比15%的增幅,再次大幅跑赢乘用车市场。尤为引人瞩目的是,其旗舰车型皇冠以8323台的批发数创下了同比高达50%的增幅,不仅成为仅次于普拉多的第二大高增幅车型,更为中国豪华车市场注入了又一股清流。

皇冠市场业绩缘何飙升?其实一言以蔽之,无非得益于其在国人心中独特的品牌印记,以及优秀商品魅力实现的老少用户全覆盖。

独特的“皇冠情结”

从1955年诞生至今,62年间,皇冠始终肩负丰田旗舰使命,留给人们太多的记忆。作为日本最具历史长度的豪华汽车,皇冠见证并带领着丰田从百废待兴走向世界第一;1964年,皇冠正式被引入中国,作为当时中国政府的国宾车,专供国家领导人、来华访问的国家元首与政府首脑等国家级政府贵宾乘坐,并由此开启了其在中国的传奇历程。可以说,80



年代之前出生的中国人,其最初豪车梦的具象符号基本都是皇冠。如今,皇冠在中国已拥有数十万民众用户,更在他们的内心深处积蓄、酝酿出真挚的“皇冠情结”,而成就这种情结的来源则在于每一代皇冠恒久优异的性能与豪华高品质的魅力。

与豪华格调相匹配,皇冠在公众面前的每一次亮相都显得特别高大上。今年全国两会期间,皇冠成为人民网记者采访指定用车,还在新华网《两会直达车》栏目中承担起多场代表委员访谈指定用车的重任,卓然气质随其在天安门前的一次次穿梭展露无遗。而此前,

皇冠于2005年、2010年、2014年和2015年均为新华网两会媒体采访指定用车。同样是在今年三月,博鳌亚洲论坛期间,皇冠又与第一财经联合推出以“中国企业创新与转型”为主题的博鳌夜话,上演了一场承载皇冠发展理念的有关创新、转型和升级的头脑风暴,皇冠同时作为嘉宾接送用车又一次在博鳌大放异彩。

不凡的商品魅力

如果说品牌积淀成就了在老用户心中的“皇冠情结”,那以用户需求为导向更显年轻化、时尚

化的第14代新皇冠则凭借不凡的商品魅力,实现了对豪华车老少用户的全覆盖。

外观上,皇冠“水平跃动”设计理念带来的动感外观,让人惊呼“有了脱胎换骨的改变”,昔日的中庸稳重印象一扫而光,“一下子年轻了10岁”。

其中,低位透明水晶质感叠翼式立体前格栅以logo为中心,营造出蓄势待发的登场感;“龙眼”造型的前大灯,更是眼神犀利,直指人心。内饰上,皇冠通过“包裹”、“重叠”和“表与里”3种表达方式,将固有的尊贵感与适应时代变化增加的科技感有机地融为一体,将

“传承与革新交融”的设计理念表达得淋漓尽致。安全上,皇冠凭借车辆动态综合管理系统(VDIM)、预碰撞安全系统(PCS)等10项顶级安全装备打造出整合式智能安全系统,使其安全性傲视同侪。在主动安全技术方面,皇冠全规格标准配置了车身稳定性控制系统VSC、牵引力控制系统TRC、带电子制动力分配装置EBD及刹车辅助系统的ABS系统,可以有效地提高驾驶员的驾驶安全,最大限度提高行车安全。在被动安全技术方面,全规格标准配置了经过改良后的GOA车身、带预紧限力式安全带和主动式头枕设计,特别值得一提的是在同级别车型中首次作为标准配置,导入了正、副驾驶席膝部SRS安全气囊。另外在高级别规格中还增加有帘式SRS安全气囊等配置。

而在品质方面,“皇冠品质”早已超越于人们一般认知的“开不坏的丰田车”之类的超低故障率。在同级同质化的竞争环境下,皇冠之所以能成为豪华车的经典品牌,更源于其始终以豪华格调为基准,从设计到材质,再到装配以及服务,每个环节都实现与之相匹配的品质追求。每个豪华品牌都有自己不同的诉求,但皇冠始终不曾放弃对驾乘过程中的“静谧性”的追求。因此,“没驾乘过皇冠,你永远不知道皇冠的高端”,成为几乎所有皇冠车主的共鸣。

宝马集团上海车展五“剑”齐发

在2017年上海车展上,宝马集团携五款全球首发车型重磅亮相,包括全新BMW 5系Li、新BMW M4 CS、新BMW i8 质子磨砂黄限量版、新一代MINI JOHN COOPER WORKS COUNTRYMAN及全新BMW HP4 RACE摩托车;同时,BMW X2概念车以及新BMW 4系

LYNK & CO 01 准量产车型亮相

欧洲技术、欧洲设计、全球制造、全球销售的高端汽车品牌LYNK & CO日前在上海西岸艺术中心举行“技术与设计品鉴会”,详细介绍了中级车基础模块架构CMA和“都市对立美学”的设计理念。LYNK & CO首款车型LYNK & CO 01准

丰田全球首发两款TNGA概念车

在今年的上海车展上,丰田全球首发了两款TNGA概念车,并发布TNGA的中文名称——“丰巢概念”。TNGA(Toyota New Global Architecture)是丰田站在千万量级的高度上,为“制造更好的汽车”而开创的全新“造车哲学”,是一个涉及汽车研发、设计、生产、采购等全产业链价值在内的创

蔚来汽车携11辆车迎来中国首秀

蔚来携11辆车亮相2017上海车展,这是蔚来品牌的中国首秀,其中的蔚来最新量产车命名为“ES8”。ES8是一款高性能7座纯电动SUV,座椅采用2+3+2布局,车长超过5米,轴距超过3米。ES8由全铝合金车身和底盘打造,全系标配主动式空气悬挂,搭载前后双电机,采用四轮驱动。外观

家族亚洲首发,彰显了宝马集团以BMW主品牌为核心,BMW M和BMW i为两翼的清晰品牌战略,全方位、多维度的产品布局。本届车展的阵容,体现了宝马集团以全新“第一战略”为指引,不断强化在大型豪华车、高性能汽车、豪华SAV及紧凑型豪华车等细分市场的竞争力。

量产车也惊艳登场,该车型为个性、开放的都市年轻人群打造。最新亮相的创新科技和品牌设计语言,凸显了LYNK & CO整合全球资源的出色能力以及在产品研发与设计领域的雄厚实力,为其开创全球领先的竞争优势奠定了坚实的基础。

新体系。TNGA的诞生来自于丰田内部的驱动力。据悉,TNGA的导入会使产品不良情况发生的次数降到原来的1/10左右。通过这种现地现物、实事求是的方式,是对产品品质进行一次确认,从而最终打造基本性能、产品力均大幅提升的产品,并形成良性循环。

采用X-Bar前脸和“心跳曲线”LED尾灯等蔚来家族设计语言。ES8支持换电模式,将为用户带来超越燃油车加油的能量获取体验。目前,ES8的生产制造体系及供应链布局已搭建完毕,量产准备工作有条不紊,计划今年年内正式发布,明年正式开始交付。蔚来同时宣布蔚来EP9开启全球预售。

东风日产劲客7月将上市

东风日产小型SUV Kicks,中文名为“劲客”,将于7月份正式上市。未来竞争对手将锁定本田缤智/丰田C-HR等。外观方面,Kicks采用日产最新家族设计语言V-motion,并且A、B、C柱都采用黑色涂装,营造出悬浮车顶的视觉感受,这也是现在SUV车型设计的一贯手法。尾部方面,

海拉集团在天津建厂扩产

海拉集团与北汽集团子公司北京海纳川汽车部件股份有限公司共同成立的合资公司海拉-海纳川车灯有限公司,在天津武清建立了新工厂,新工厂按计划将于2017年10月开始生产。合资公司主要为北汽集团的客户提供服务,包括北京奔

大众进口汽车“组团”登场

日前,大众进口汽车携旗下7款重磅车型亮相,以全新的新能源车型新款e-Golf和蔚揽旅行轿车GTE、专为中国市场定制的夏朗6座版领衔,将旗下最具实力的车型一一展出。值得一提的是大众进口汽车还为观众带来了全新的夏朗6座版VR(虚拟现实)互动体验,以其创新的体验形式和十足的科

捷豹路虎全系列产品亮相

捷豹路虎中国和奇瑞捷豹路虎联手,携两款中国首秀车型——捷豹首款纯电动跑车SUV I-PACE概念车、路虎揽胜家族最新成员全新揽胜星脉,以及路虎全新一代发现、捷豹XFL和2018年款捷豹F-PACE等重磅车型闪耀亮相上海车展6.1展馆。通过卓越的全系产品,捷豹和路虎品牌全方位展

东风日产Kicks尾部线条十分紧凑,尾灯设计风格能看到奇骏的影子,具有一定辨识度。车身尺寸方面,长宽高分别为4295/1760/1588mm,轴距为2620mm。动力方面,东风日产Kicks有望搭载代号为HR15的1.5L自然吸气发动机,最大功率为91kW(124PS),匹配5速手动或CVT变速箱。

驰、北京汽车以及其他中国汽车制造商。在最初阶段,新工厂占地约1.2万平方米,每年可生产120万个头灯,提供约250个就业岗位。中期,工厂的模块化设计可以让生产空间扩大三倍,用于生产各种照明产品。

科技感在现场引燃互动高潮。大众进口汽车总经理施锐德(Mr. Axel Schroeder)表示:“根植中国,大众进口汽车始终以‘为中国消费者提供高品质的原装进口产品和优质的服务为己任’。本次车展,大众为消费者呈现了7款旗下的明星车型,尤其是夏朗6座版应用VR技术为消费者带来科技体验。”

现前瞻的设计理念、领先业界的技术实力及深厚的品牌内涵,展示其在华所创的全新格局。其中,捷豹首款纯电动跑车SUV I-PACE概念车首次登陆中国。这款纯电动跑车型SUV大胆采用座舱前移设计,并勾勒出跑车般流畅轮廓,风阻系数低至0.29,单次续航里程可达500公里。