

存量市场下广州车展上演暗战

坊间有这样一种声音:2019年,是中国汽车市场过去十年中最坏的一年,而又很可能是未来十年中国汽车市场最好的一年。

今年的广州车展似乎佐证了这种声音,车展现场,展车总数为1050辆,相比去年1085辆的参展数量,小幅缩水;少了部分熟悉的汽车老面孔,也多了一些不知所谓的纯电动汽车;少了让人眼花缭乱的明星、模特以及参展人气,多的是汽车主机厂对未来发展战略及规划的调整。

广州车展折射出更明显的变化是:高端品牌等争抢高端市场份额的同时,车市基盘的合资及中国品牌也向上拓展销量空间;随着各大品牌混动车型的推出,在新能源车型补贴退坡局面下,纯电动车型与混动车企已被拉至同一竞争赛道;尤其值得注意的是,目前国内车市销量已从此前追逐式向头部车企集中,一汽-大众、上汽大众、上汽通用、吉利汽车、东风日产五家车企销量均迈过百万辆大关,而主流日系车及长城等品牌也纷纷逆市场增长;随着资本的加入,纯电动汽车市场洗牌将更趋激烈,谁在明天倒下都不让惊奇。中国的汽车品牌不是太少了,而是太多了,未来十年中,中国车市会出现怎样的聚变,我们拭目以待。



中国年度汽车总评榜启动仪式在穗举办

11月22日,由中国新主流媒体汽车联盟主办,广州日报·粤传媒承办的2019媒体联盟广州车展营销峰会暨中国年度汽车总评榜启动仪式在广州圆满落幕。本次峰会恰逢广州车展开幕首日,来自各大汽车企业专家领导和中国新主流媒体汽车联盟成员齐聚峰会,以“家宴”为题,在品尝美食之余也共同探讨时下汽车行业的最新资讯,回首联盟16年的发展轨迹。

杭州日报汽车部主任、汽湃新媒体联合创始人张克环作为今天峰会的主持人,指出在当今中国汽车产业变革的大环境下,中国新主流媒体汽车联盟有责任、有义务来共同推动中国汽车产业的发展。

作为2019年中国新主流媒体汽车联盟轮值主席单位,新闻晨报与其他联盟成员为联盟不断前行贡献力量。

传播主流新闻价值观与公信的力量,是中国年度汽车总评榜多年的坚持。自2004年成立



以来,联盟已经走过16个年头,总评榜也见证了中国汽车行业每一步成长,为中国汽车行业健康发展积极“鼓与呼”,成为业内最具影响力的汽车媒体联盟。

作为2020年中国新主流媒体汽车联盟主席单位,广州日报也将主办本次2019中国年度汽

车总评榜颁奖典礼。

据介绍,本次在广州举办的中国年度汽车总评榜颁奖盛典,将融入极具广州特色的粤式文化元素。同时,主办方将尝试把传统粤式文化与汽车相结合,在打造跨界融合的同时,也以传统文化结合现代新科技的方式凸显汽车行业

近年来与时俱进、在创新和改革中不断新生的特点。

具备粤特色、黑科技与跨界精神的颁奖盛典让到场者充满期待,12月中旬的中国年度汽车总评榜颁奖盛典,想必又是一场大饱眼福的交流盛宴。

最后,媒体联盟成员单位代表和汽车厂商代表手持金沙容器,把金沙缓缓撒向启动台,2019中国年度汽车总评榜正式启动!

记者 武乃文

中国新主流媒体汽车联盟成员名单(排名不分先后):

广州日报、新闻晨报、北京晚报、搜狐汽车、杭州日报、辽沈晚报、天津日报、成都商报、重庆晚报、楚天都市报、海峡都市报、齐鲁晚报、生活报、潇湘晨报、新安晚报、新文化报、扬子晚报、车语传媒、车市红点、阿川说车、车动力、葫芦圈、爱研社

蓄势待发 再启新程 北京现代发布全新技术品牌 SMART+战略

近日,北京现代携旗下第十代索纳塔、菲斯塔纯电动等多款重磅车型强势登陆2019年广州国际汽车展,发布全新技术品牌“SMART+战略”,描绘全新企业愿景蓝图。全新技术品牌搭配傲人产品,彰显出强大的品牌实力。北京现代将向世人证明,在收获千万用户之后,如何用智能技术开创一个全新的时代!

发布会现场,现代汽车集团首席技术官车锡柱先生为现代EV概念车45揭幕。于今年法兰克福车展完成全球首次亮相的现代EV概念车45,是一款以现代汽车全新客户体验战略——“STYLE SET FREE”为基础制作的、代表未来技术与设计方向的EV概念车型。与此同时,车锡柱先生还针对现代汽车新能源愿景发表讲话:“当下,我们正处在全球汽车产业变革的关键时期,推动汽车产业的可持续发展是全



行业的终极目标。未来,作为始终专注于新能源技术研发与应用的企业,现代汽车将持续从商品性创新、性能创新及用户体验创新着手,坚持不懈地为未来出行创造清洁、高效、智慧的未来出行解决方案。”

记者 武乃文

多项配置升级,广汽三菱新劲炫亮相

广汽三菱以“发现 不止所见”为主题,携众多明星车型强势亮相2019年广州国际汽车展。继10月中旬,刚迎来7周年生日的广汽三菱,于本届车展再次向外界展现了“活力、运动、乐趣、分享”的全新企业形象,并实现产品升级,正式推出重磅车型——新劲炫。

新劲炫公布四大派生车型

广汽三菱公布了新劲炫4大派生车型:1.6L锋尚版、乐趣版和2.0L活力版、智领版。在售价方面,优化升级后的新劲炫以9.98—13.98万极具诚意的价格为广大消费者带去更为实惠的购车选择,鼓励更多消费者趣探生活,丈量天地。

“驾值”升级,新劲炫有趣有范有发现

新劲炫,有趣有范有发现。相信此次,新



劲炫凭借“1314”——10万级SUV优选、品质3大件、时尚内饰、10.1英寸智能网联系统、4大设计革新核心卖点,全面塑造“入门级SUV优选”的车型形象,将与欧蓝德、奕歌的“歌德组合”实现强强联合,助力广汽三菱不断高歌猛进。

武晓鸣

皓影(BREEZE)领衔 广汽本田重磅出击

11月22日,广汽本田携Honda、Acura、理念三品牌全车系产品重磅出击广州车展。全新战略SUV 皓影(BREEZE)领衔,T动力、混动家族和热销车型强势出展,广汽本田全新服务品牌主张——FUN LINK创享车生活重磅发布。

2019年是广汽本田极富成果的一年。随着全新动力平台布局完成,旗下车型强势焕“芯”,首款纯电动SUV VE-1以出色的SPORT EV技术和创新性服务举措开启电动化事业新起点,SPORT TURBO、SPORT HYBRID两大王牌动力不断普及至更多明星车型上,产品矩阵全面升级。在众多产品的持续热销下,广汽本田700万销量里程碑顺利达成。数据显示,在车市下行的背景下,广汽本田逆势上扬,1-10月累计销量达638,788辆,同比增长7.18%,发车和终端同比双双正增长。

在汽车消费新时代,广汽本田也在积极探索人与车全新关系。此次车展,广汽本田正式



发布全新服务品牌主张——FUN LINK创享车生活,打造3.0服务模式。FUN LINK创享车生活以人和车为双核心,包含“Satisfied安心信赖”、“Smart智能便捷”、“Social社交互联”、“Sharing共创共享”4大核心理念,价值输出贯穿整个服务过程。近年来,广汽本田年轻化战略逐步迈进,产品、技术、服务、营销等领域不断升级,以强健的体系力实现自身稳健发展。

记者 于风国

全新“MAZDA CX-4”与次世代“MAZDA3 AXELA昂克赛拉”首秀羊城

马自达(中国)企业管理有限公司携旗下未来派轿跑SUV全新“MAZDA CX-4”与次世代“MAZDA3 AXELA昂克赛拉”等重磅车型,共同参展第十七届中国(广州)国际汽车展览会,经典诠释“我们的次世代”这一参展主题,集中展现了马自达新世代汽车产品的核心精髓和匠心技艺。

马自达(中国)企业管理有限公司董事长渡部宣彦先生阐述未来发展愿景:“在设计方面,马自达旨在不断挖掘日式美学的本质,推动‘魂动设计’的进化,发挥更高层次的艺术性。”

全新“MAZDA CX-4”作为一款聚焦年轻人消费需求的从零研发的一款开创和引领SUV个性化风潮的轿跑SUV车型,“MAZDA CX-4”以“Exploring-Coupe”为理念,以“超越SUV既有概念”为目标,以“美感”与“驾感”的完美融合焕新升级,满足了目标人群对于产品价值和驾控体验的双重需求。

次世代“MAZDA3 AXELA昂克赛拉”,作



为全新世代产品的首发车型,次世代“MAZDA3 AXELA昂克赛拉”以全面革新的造车理念,在设计、驾控等方面均给人焕然一新的感受。在近日公布的“2020年度中国年度车”评选中,次世代“MAZDA3 AXELA昂克赛拉”成功荣获“2020年度中国年度车”大奖,于质美之间,开启中级轿车的全新世代。

武晓鸣

新品牌、新技术、新服务! BEIJING 品牌开启新未来

11月22日,BEIJING品牌携由北汽新能源BEIJING-EU7、北京汽车BEIJING-U7联袂领衔的4款电动车、4款燃油车参展。这是BEIJING品牌正式发布后,在大型车展上的首次亮相,也是BEIJING品牌旗下纯电动车、燃油车产品的首度联袂参展。

北汽集团党委书记、董事长徐和谊表示:“BEIJING品牌将把握中国汽车走向全球的历史性机遇,打破疆域的边界,面向世界开拓全球化自主品牌之路;同时也将紧抓技术、模式革命性创变的关键机遇,打造中国品牌‘换道超车’的全新形象,面向未来迸发出最耀眼的创新之光,引领品牌向新的发展潮流。”

在车展首日的新闻发布会上,BEIJING品



牌系统解读了新品牌的战略布局,阐述了全新的创新前瞻技术,并正式推出了“55度服务”BEIJING品牌全新服务理念。

记者 于风国

东风日产领衔开启未来出行新生活

11月22日,东风日产携旗下明星车型闪耀亮相,领衔登场的第七代天籁与日产IMs概念车以“跨时空”车型组合惊喜出道,联袂演绎日产技术的现在与未来,全面展现日产智行(NISSAN Intelligent Mobility)的科技进阶魅力。

此外,致力于成为未来智能生活引领者,东风日产以“智享·美好未来”为参展主题,打造规模超前的全新智慧展台,并正式启动专属品牌体验空间——日产智行城市,汇聚日产智行(NISSAN Intelligent Mobility)智能领域前沿技术,向消费者全面呈现智能美好出行生活。

东风日产乘用车公司总经理安东尼·巴瑟斯表示:“中国市场已成为日产汽车在全球最大的单一市场,是‘日产智行(NISSAN Intelligent Mobility)’技术落地的前沿阵地,我们将



始终秉承‘丰富人们的生活’的企业愿景,持续深化‘技术日产’品牌形象,为中国消费者带来安全、可持续和愉悦的未来出行生活。”

记者 于风国