



寻找破局之路 古普塔详解日产发展新思路

中青报 中青网记者 张真齐

作为今年全球第一个A级车展,2021上海国际车展被无数来自全球汽车产业甚至其他行业的目光所聚焦。

除了展馆里精彩纷呈的各品牌发布会和多款高科技车型的亮相外,在展馆正中心的空地上,一块 拥抱变化 字样的巨大牌子同样引起了很多人的关注。这是本届上海车展的主题,同样也点明了汽车行业当今乃至未来发展的大趋势。

近年来,以智能化、电动化、共享化、网联化为趋势的汽车新四化技术革命正在改变着全球汽车产业未来发展的趋势和方向。受此影响,消费主体、消费行为和心态都在发生一系列变化,整个汽车消费市场也呈现出年轻化、高端化等趋势。

可以看到,整个汽车行业生态链与行业格局正被重新改写。国乘用车信息联席会秘书长崔东树认为,市场现在出现了新的发展风潮,这对于整个产业和各个企业而言,既是千载难逢的发展机遇,也是一个不小的挑战。

日产汽车公司代表执行官兼首席运营官古普塔也持同样的看法。4月19日上海车展开幕当天,古普塔通过远程视频接受采访,对本次车展上日产汽车的最新技术和产品,向外界进行了详细介绍。

在古普塔看来,全球市场正在经历深刻变革,中国市场则是受影响最大、前景最好的 沃土 之一。作为最早进入中国汽车市场的车企,日产汽车必须不断把最先进的创新技术和未来移动出行成果导入中国,才能破局市场挑战,进一步深耕本土市场,赢得更多消费者的信任。

e-POWER为技术日产再添发展动力

如果说在以往的汽车展览会上,汽车是毫无争议的主角的话,那么近几年的大型车展上,前沿高端的先进技术和系统,以及彰显未来出行趋势的概念模型,则成为一颗冉冉升起的新星。

随着全产业链技术的发展,汽车已经不再是单纯的交通工具。汽车行业分析师刘志超直言,如今的汽车化身为凝聚多项科学技术的移动终端,汽车企业必须产品与技术两手抓,才能应对激烈



在备受瞩目的2021上海国际车展上,日产汽车公司代表执行官兼首席运营官古普塔通过远程视频接受采访,详细介绍了日产汽车的最新技术、产品以及公司战略。

的竞争和瞬息万变的市场。

这一趋势在2021上海国际车展上有明显的体现。在本届上海车展上,日产汽车不仅带来了全新一代奇骏、第七代天籁和日产逍客等全新车型,还集中展示了全新的e-POWER和ProPILOT超智驾的黑科技,其中,全新的e-POWER技术将率先应用在轩逸车型上。一系列密集且重磅的举措,让日产汽车成为车展上许多人关注的焦点。

东风有限公布的数据显示,去年全年终端销售,轩逸累计销量为53.76万辆,奇骏累计销量16.95万辆,两台车占据了日产在中国乘用车全年销量的62.4%,因此本届车展上,日产轩逸与奇骏升级的状态,无疑会对日产汽车的市场表现产生不小的影响。

那么是什么让日产汽车拥有了两款主力产品 同时升级换代的底气?在古普塔看来,其背后是 技术日产 更先进技术加持。

数据显示,截至2021年3月,全球搭载e-POWER的车型累计销量已经突破50万辆,其中e-POWER note更是连续3年夺得日本市场紧凑型车型销量冠军。

消费者对e-POWER动力系统的肯定,足够表现它的优质,更是推动日产升级到第二代e-POWER动力系统,不仅更好地为消费者服务,更符合时代的趋势。刘志超对记者说。

据古普塔介绍,对比现在常见的混

动、插电、增程、纯电等技术,日产e-POWER动力系统的工作模式不走寻常路。虽然e-POWER是一套由电机100%实现驱动的系统,但里面却包含了发动机。发动机在这套系统里不直接驱动车轮,而是担负着为电池进行充电的工作。

在古普塔看来,这样 串联 的连接方式既保证了车辆是100%由电驱动,让消费者获得纯电动的用车体验,又能使得发动机处于最优的工作区间,这在很大程度上降低了车辆的油耗。

有业内人士分析指出,同以本田、丰田为首的普混车型相比,e-POWER拥有更纯粹的纯电驾驶体验;同插混车型相比,e-POWER拥有更低的油耗和更电动化的驾驶乐趣;同增程式系统而言,e-POWER避免了充电烦恼,更轻的电池包也在很大程度上为车辆降负,进而降低车辆的油耗表现。

事实上,除了实现便捷且高效的能量转换,e-POWER动力系统还拥有强劲的性能以及舒适的使用体验。基于Nissan E开发的电机控制技术不仅使得e-POWER动力系统的峰值扭矩在500N·m以上,还能抑制电机扭矩波动,保持平稳加速感。结合足够聪明的 单踏板模式,搭载e-POWER动力系统的车辆将拥有足够平顺的驾驶体验。

通过起伏的山道驾驶演示,足以说明e-POWER动力系统输出的平顺性。

在市区道路或山道行驶时,使用油门踏板可控制最大约0.15G的减速度,有效减少换挡的频率,减少驾驶带来的负担,实现轻松愉悦的驾驶。古普塔说。

事实上,e-POWER技术不仅是日产汽车提升产品品质的重要 武器,更是实现未来企业发展的重要战略。

面对经济时代和汽车产业转型的关键阶段,日产计划在未来10年左右,在核心市场推出的所有新车型都将是电动车型。定位于企业电气化战略的核心支柱的e-POWER技术不仅是产品的核心技术,还是加速实现企业碳中和、0排放 目标的关键。

作为最早推行电驱化的车企,日产e-

POWER技术已经不只是新世纪 秀肌肉 的手段,还是致敬更美好的人 车生活的表现。e-POWER技术未来在中国市场的表现,还是非常值得期待的。刘志超分析说。

立足中国市场,加速前进步伐

中国立于未来移动出行发展的最前沿,日产汽车已作好准备投入其中,着力推动智能网联、智能驾驶和电驱化技术的革新。古普塔表示,日产汽车将不断导入最先进的创新技术和未来移动出行成果,从而满足中国消费者需求。

为什么选择在中国市场同时导入如此多先进的技术?产品?

对于这一问题,日产汽车公司高级副总裁、日产中国管理委员会主席、东风汽车有限公司总裁山崎庄平表示,在Nissan NEXT企业转型计划中,中国市场是我们的核心市场之一。中国消费者的需求变化很快,中国市场的竞争也越来越激烈,我们要实现差异化优势,就要不断为中国消费者提供差异化的产品和服务。

数据显示,2020年第四季度,日产汽车在中国的市场份额为11.9%,2021年第一季度则提高到12.4%,环比增长0.5个百分点,同比增长0.8个百分点。

山崎庄平表示,针对中国市场,日产汽车正在进行有针对性的战略规划调整。与此同时,在个人用户不断增长的皮卡市场,日产汽车将会不断加强针对个人消费者的产品开发,不断提高日产汽车在皮卡市场的影响力。

2020年,日产汽车发布了 Nissan

NEXT 企业转型计划。如今,经过一年的发展,日产汽车 Nissan NEXT 企业转型计划也已初显成效。

其中,在电气化和智能网联技术上,日产汽车已经走在了行业前列。在电驱化方面,日产汽车于2016年率先在日本推出日产e-POWER技术,深受日本市场消费者认可。

而在纯电动汽车领域,日产汽车于2010年在全球推出量产纯电动车型-日产聆风,这款车全球累计销量超过50万辆,实现170亿公里累计行驶里程零事故的成就。接下来,日产企业还将为中国消费者提供融合SUV和纯电技术的产品 日产Ariya。山崎庄平说。

在自动驾驶方面,日产汽车的ProPILOT超智驾受到日本、中国、美国和欧洲消费者的认可。目前,日产汽车正在研发自动驾驶方面的安全技术。而在中国汽车产业所擅长的智能网联技术方面,日产汽车将以全新一代奇骏为先锋,努力实现车与家、车与车之间的互联。

值得注意的是,随着市场竞争的日益激烈,好产品并不一定有好的市场表现,酒香就怕巷子深 的故事时常在汽车圈上演。因此在这样的背景下,日产也正在转变自身的销售模式。

在渠道领域,中国消费者也在引领着汽车购买方式的技术进步,因此我们也要改变汽车销售的方式。目前,在中国市场,越来越多的用户使用线上数字平台,我们在中国有一个非常健全的线上数字化销售平台。因此,我们能够为客户提供完全无缝衔接的消费体验。古普塔在接受采访时这样表示。

不难看出,除了全新一代奇骏和日产e-POWER技术的引进之外,日产还在中国市场上规划了一套组合拳,以提升其从产品到销售的整体实力,这样全方位的提升必将为日产在中国市场上谋划一个光辉的未来。刘志超分析说。

中国是日产汽车在全球最为重要的市场之一。古普塔强调说,如今,中国正在经历着汽车市场的变革,而日产汽车期待着继续在这个市场上有所建树。

陈安宁:中国DNA为福特增添更多创新力

中青报 中青网记者 程鸿鹤

当下,全球汽车市场向新四化转型已是大势所趋,而中国正是这场转型的急先锋。特别是对于合资品牌来说,要想在中国实现突破,在新能源、智能网联领域实现本土化转型的速度至关重要。

但在包括汽车在内的很多行业,跨国企业往往把本土化挂在嘴边,实际做起来却没那么简单。

漠视中国消费者的真正需求,成为不少巨头在中国市场遭遇水土不服的真正原因。机构更精简、决策效率更高、更贴近消费者 有分析认为,要想实现本地化转型,汽车企业需要一整套顶层设计,并持之以恒的贯彻执行。

2017年开始,福特在华销量表现不佳,对中国市场的判断失误、产品更新速度缓慢、与经销商沟通不足等问题浮上水面。

为此,2019年,陈安宁履新福特汽车公司集团副总裁、福特汽车中国公司总裁兼首席执行官。5个月后,陈安宁火线推出福特中国2.0计划,开启了福特在中国市场的2.0时代。

两年后,陈安宁交出了变革的成绩单。2020年,福特汽车逐步走出至暗时刻,在华实现全年销量60.26万辆,同比增长6.1%,跑赢车市大盘。这是自2017年以来,福特汽车在华全年销量首次实现同比增长。

反哺全球市场,福特写入中国基因

在中国汽车市场陷入深度调整,新冠肺炎疫情为全球汽车产业带来新挑战的大背景下,取得这样的成绩并不容易。福特中国如何守住颓势,并重回上升通道,更激发了业内人士的好奇心。

在2021上海车展接受记者专访时,陈安宁将福特中国两年来的转型历程和盘托出。在他看来,更福特、更中国的结合,正是福特中国重整旗鼓的关键所在。

据陈安宁介绍,围绕更福特,更中国 福特中国2.0聚焦 五大计划 产品、科技、战略合作伙伴、创新和本土人才以及 四大中心 创新中心、设计中心、产品中心和新能源车中心的设计。

当下,五大计划和四大中心都在按质按量的推进,并开始显现成效,带来产品投放的提速与产品结构的优化升级。陈安宁直言。

事实上,对于福特来说,销量和利润并非评判中国市场表现的唯一度量衡。对于以陈安宁为首的福特中国团队,福特显然寄予了更高的期许。

近日,在接受媒体采访时,福特汽车公司总裁兼CEO吉姆·法利(Jim Farley)直言,对于福特中国团队来说,重振福特汽车业务,将福特中国恢复成盈利的、健康的、可持续发展的企业仅仅是第一步。更重要的是,为福特汽车打造新DNA,一个拥有中国基因的DNA。

他直言,重振汽车业务、实现企业现代化、勇于实现自我颠覆,是福特全面转型计划的重要方向,而福特中国人在以上3个领域中,都扮演了非常重要的角色。中国在福特全球化未来的计划中是



在福特汽车公司集团副总裁、福特汽车中国公司总裁兼首席执行官陈安宁看来,在用两年的时间完成了福特中国2.0的全面布局之后,现在正是福特中国2.0全面发力的阶段,福特中国将尽快实现振兴计划。

最重要的一张牌,中国是未来全球化和产业变革的核心,福特全球希望在中国学到的不光有经验教训,也有先进的做法,这是福特中国对于福特汽车全球的意义。吉姆·法利说。

上海车展上,备受关注的全新高端中大型SUV福特EVOS全球首发,以首款战略车型的身份开启了福特中国2.0全面发力的新故事。

一个值得关注的细节是,福特EVOS正是由福特中国产品中心领衔开发,并协同整合了福特全球优势资源。它不仅是福特中国2.0下推出的首款全球战略级车型,更为福特全球的产品谱系增加了一块极为重要的砝码。

据了解,福特EVOS采用全新势能美学设计语言和全新智能科技,充分展现了福特中国在未来产品设计和智能科技发展方向。

同时,福特EVOS搭载福特全新一代电子电气架构 FNV智能互联全网架构,可以通过整车OTA升级而不断进化成长。新一代智能座舱内的巨幅横屏整合百度人工智能技术和国内互联网应用生态的 SYNC+ 系统在福特EVOS上已升级至第二代。

福特EVOS的到来,不仅是福特百年先锋创新 品牌精神的全新体现,亦是福特满足并超越中国消费者不断变化需求的最新例证。陈安宁说。

以挑战者自居,福特选择 ALL IN 变革

自从130多年前被发明后,汽车不仅改变了人类的出行方式,也培育出从轮胎到发动机,再到售后服务的漫长产业链,而如今,汽车工业和汽车作为消费品的内延和外延正发生着巨大而深刻的变化。

从福特整体品牌的市占率和销量的角度来看,我们还有很大的空间。对于未来发展,陈安宁显然有着清晰的认识。在他看来,用两年的时间完成全面布局之后,福特中国2.0正进入发力阶段。

当下,消费者的购买行为和行业发展趋势发生了很多改变。例如,现在大家对电

动车型的需求更快更迅猛。中国政府对于充电设施和新能源车的基础投入也更大了。陈安宁直言,对于福特来说,这是新机遇,也是新挑战。

毫无疑问的是,要想赢下这场未来战役,必须要把指挥部放在离炮火最近的地方。

上海车展后,福特中国对于在华业务运营的管理模式进行了全新的调整,致力于更好地加速汽车业务的振兴,通过企业管理的现代化提升运营效率,并在新兴业务领域突破传统,形成行业领先的竞争力和自身优势。

具体来看,福特中国成立福特品牌乘用车、商用车事业部。同时,福特未来在中国市场的汽车业务的核心布局将主要体现在福特品牌乘用车、商用车并进一步做强林肯品牌,以及快速推进电动车业务。

吉姆·法利表示:在中国,我们是外资OEM厂商中,第一家把电动车与燃油车区分开单独建立直营+直销混合销售模式,直接面对消费者,这个对于我们传统的经销商网络模式来说,非常颠覆。

与产品布局、生产基地建设一样,公司管理团队的人力资源本土化程度,也被视为解跨国企业战略的关键窗口。为此,福特中国也相应作出了一系列的人事任命。

据悉,福特中国任命何晓庆先生为长安福特总裁,全面负责长安福特的运营。由现任福特汽车南美及国际市场总裁Lyle Watters出任福特品牌乘用车总经理。同时,原长安福特市场销售及副总总裁兼长安福特全球销售服务机构总裁杨高调任福特中国品牌乘用车事业部副总经理。此外,陆逸出任长安福特市场、销售及副总总裁兼全国销售服务机构总裁等。

陈安宁表示,在福特中国2.0计划指引下,福特中国正推动电气化、智能化高质量发展,并持续提升以满足中国消费者的需求为出发点的体验升级,向全面领先行业的业务模式加速转型。

面对蔚来和特斯拉这样的竞争对手,福特并没有沉醉于118年的品牌历史,而是决心用挑战者 的姿态迎击。作为一个118岁的品牌,福特始终拥有一颗年轻且充满好奇心,有敢为先锋的精神和ALL IN的勇气。陈安宁说。

四大子品牌齐上阵

梅赛德斯-奔驰携豪华矩阵闪耀上海滩



全新EQS纯电轿车中国首秀

全球汽车行业面临着转型调整的巨大压力,作为豪华市场领导者,梅赛德斯-奔驰以积极、进取的姿态主动拥抱数字经济下的产业新变化,充分挖掘5G、人工智能、物联网等新技术、新业态的潜力。而这既让汽车产业革命成为引领未来城市智慧变革的缩影,也让有着作为汽车发明者的奔驰展现更为多元化的创新融合。

2021上海国际车展上,梅赛德斯-奔驰以3款全球首发、3款中国首秀、3款中国上市的强大阵容,带来包括内燃机车型、插混动力车型、纯电动车型以及代表可持续未来的概念车型在内的丰富产品矩阵,彰显梅赛德斯-奔驰引领行业发展的创新实力与坚定信心,为中国消费者打造多重维度的豪华出行体验。

践行碳中和 梅赛德斯-EQ再出王炸

其中,作为奔驰首款基于豪华行政座驾平台打造的纯电车型,全新EQS被认为是观察奔驰转身的窗口。

该车拥有5216毫米车长,3210毫米轴距,后排空间接近1米,树立了细分市场全新标杆。凭借 先锋豪华 的理念,全新EQS车身采用修长的 弓形 设计,不仅独具先锋气质,更创造了0.20的奔驰全球量产车最低风阻纪录。宽度超过

1.41米的MBUX超联屏(MBUX Hyperscreen)由三块曲面屏无缝衔接,在迄今全球量产车型中无出其右。依托强大的AI人工智能和多达350个传感器,MBUX超联屏拥有强大的自主学习能力,可按需为用户提供个性化建议。

全新EQS采用了奔驰首创的 零层级界面,让导航、娱乐、电话等始终置于屏幕顶端,一站式控制所有核心功能。全新EQS配备全新升级的畅心空气护盾(HEPA)高效过滤系统,在实验室环境下,过滤效率高达99.65%,刷新车内空气净化新标准。

得益于容量最高达107.8千瓦时的动力电池,全新EQS的WLTP工况续航里程可达770公里,CLTC工况续航可达800公里,并提供多种动力版本,以澎湃高效的电动豪华满足驾驶激情。此外,全新EQS还可享受奔驰提供的高品质五星充电服务,以覆盖 航、行、管理、站 的全方位体验,让电动生活更加惬意舒心。

继今年初全新标准轴距C级车首发亮相后,中国制造、专属中国的全新长轴距C级车也在上海车展迎来全球首发。从设计到舒适、从智能交互到动力系

全新梅赛德斯-奔驰长轴距C级车:重新定义舒适圈

继今年初全新标准轴距C级车首发亮相后,中国制造、专属中国的全新长轴距C级车也在上海车展迎来全球首发。从设计到舒适、从智能交互到动力系



全新EQS搭载宽1.41米的MBUX超联屏

(数据、图片和信息来源:奔驰) 广告