



奥迪即将撞线 700 万辆 豪华车市透露行业多重变化

中青报 中青网记者 许亚杰

自从130多年前诞生以来,汽车行业几乎是每一次科技变革最大的场景应用者。而作为汽车行业的品牌高地和技术风向标,豪华车品牌则被视为引领行业变革的领头羊。

众所周知,中国是全球最大的乘用车市场。而在未来的十年内,我们预计中国也将成为全球最大的豪华车市场。站在2021上海国际车展现场,奥迪中国总裁安世豪对未来10年有着清晰的规划,通过种种举措,我们会让奥迪品牌重回豪华车市场第一的位置。

一方面,得益于国内新冠肺炎疫情防控和经济社会的稳步发展,中国已被视为全球汽车市场复苏的最大引擎。另一方面,率先取得销量反弹的豪华车市场则带动了中车市整体回暖。

全国乘用车市场信息联席会公布的数据显示,今年3月豪华车零售27万辆,同比增长86%,环比2月增长60%。而奥迪品牌今年一季度完成销量207196辆,同比大涨83.3%,史上首次季度销量破20万辆。

除了销量传出捷报,更容易让人产生划时代感觉的一幕,是中国一汽与上汽集团的领导首次同时现身奥迪展台。这意味着经过长达数年、过程曲折的探索,奥迪似乎终于找到了在中国市场上与南北两大合作伙伴实现共赢的方式。

通过很长一段时间的紧密沟通,我们共同找到了一个对于奥迪未来业务发展最好的解决方案。安世豪用难以掩饰的兴奋语气说,奥迪携手中国一汽与上汽集团,将建立中国高端汽车领域最强大的组合,甚至可以说是共同谱写了中国汽车产业的新篇章。

双线领跑,奥迪加速转身

在业内专家看来,对奥迪在华领先优势最贴切的描述就是:如果不出意外,到今年下半年,奥迪品牌在华累计销量将突破700万辆大关,成为率先达成这一里程碑的豪华车品牌。

即将撞线700万辆之际,安世豪却丝毫没有放松对市场复杂性的认知。

他告诉记者,鉴于中国市场的规模之大、细分市场之复杂,以及市场变化之快,奥迪不仅要与中国合作伙伴在产品战略、技术发展上的紧密协作,还要重新梳理奥迪德国总部与奥迪中国之间的业务关系。



此次上海车展期间,奥迪携手两大伙伴中国一汽、上汽集团,带来了约30款重磅车型,其中包括4款全球首发车型。这样的产品展示密集程度,在大众汽车集团乃至全球车展历史中也并不多见。

作为奥迪在全球最重要的市场,中国市场的销量已经大约占全球销量的40%以上。据他透露,除了将在华业务的汇报对象由财务总监调整为全球CEO杜思曼本人,并由杜思曼亲自担任两家合资公司的董事会成员外,奥迪中国的业务模块还完全复制了奥迪德国总部的架构。

奥迪在华业务非常全面,已经覆盖所有业务板块。我们正在不断强化我们的研发实力,包括设有专门的业务部门负责奥迪在华的产品战略。安世豪直言,如今的奥迪中国拥有经验丰富且多元化的业务团队,所以我们可以很好地管理奥迪业务在华的运营。

他说,奥迪的产品战略和技术发展都离不开与合作伙伴的紧密协作。而从母公司大众汽车集团的德国总部高管到中国区负责人,均保持着非常紧密的交流。我们都认同的一点是,当所有利益相关方能够达成一致时,各项业务就会推进得非常顺利。

以此次上海车展为例,奥迪携手两大伙伴带来了约30款重磅车型,其中包括4款全球首发车型。这样的产品展示密集程度,在大众汽车集团乃至全球车展历史中也并不多见。

正如大众汽车集团(中国)CEO冯思翰所总结的那样:中国一汽与上汽集团是大众集团在华重要的长期合作伙伴。今天

各方携手上海车展,这对于奥迪未来在华战略发展意义非凡。

安世豪则表示,奥迪、中国一汽与上汽集团作为三大汽车行业引领者,携手建立了中国高端汽车领域最强大的组合。我们三方拥有共同的目标,那就是为中国客户奉献最好的高端汽车产品及高端服务体验。

事实上,自2016年南北奥迪计划被首次曝光以来,坊间关于“三角恋”能否修成正果,奥迪与两位合作伙伴能否避免三个和尚没水喝的尴尬等问题议论纷纷。

直到此次上海车展,安世豪、冯思翰与中国一汽总经理邱现东、上汽集团总裁王晓秋在奥迪展台携手合影,这历史性的时刻还不禁让业内人士感慨:这背后的故事,各方付出的努力,恐怕不胜枚举。

我们需要打造一个全新而又统一的奥迪品牌形象,那就是无论在传统燃油车还是在电动车市场,奥迪就是奥迪。安世豪坦言,在当前汽车消费、技术产业双升级的背景下,奥迪中国需要与一汽、上汽集团的营销团队加强合作,从而赢得消费者的青睐。

现在,奥迪正身处一个巨大的变革之中。他说,我们希望未来提到奥迪品牌时,消费者会自动联想到奥迪所代表的豪华感、生活方式,以及产品质量、高性能等等。在他看来,要想实现在传统燃油车赛道与新能源车赛道的双线领跑,就离不开在长春、上海的周密布局。

新能源汽车有望进入技术红利期

以奥迪定义为战略聚焦点的电动化为例,从在长春建设的全新电动汽车制造基地,到与第二个合作伙伴上汽集团的携手,都被奥迪中国视为未来战略的重要支柱。

一方面,继奥迪与一汽宣布成立新能源汽车合资公司后,专门用于生产全新PPE技术平台上的下一代电动车型的新工厂将在长春拔地而起。该系列的首批国产车型将于2024年下线。

另一方面,上汽奥迪的首批产品今年将在上汽大众安亭工厂投产。除了定于今年年内投产的全新奥迪A7L轿车,另一款仍处于伪装形态的纯电动SUV也将在今年下半年发布量产版本。

中国一汽与奥迪携手33年来,共同成就了中国汽车历史上无数个“第一”和“创举”。中国第一汽车集团有限公司党委副书记、董事、总经理邱现东表示,中国一汽与奥迪开启面向未来的全新战略合作,继续与奥迪携手并进,共创“奥迪黄金十年”。

奥迪已成为中国高端汽车市场的成功标杆。上汽集团总裁王晓秋表示,随着上汽奥迪业务的全面启动,奥迪品牌一

定能在中国开创出新的、更大的辉煌。

奥迪汽车股份公司管理董事会主席杜思曼则在视频致辞中表示:我们正在中国积极推进向可持续化移动出行的转型。凭借全新部署,我们奠定了强大的基础,并开辟了奥迪在华业务的全新战略方向。

有分析认为,作为跨国车企开垦中国市场以及中外企业合作的典范,奥迪进入中国豪华车市场30多年来,创下了多个纪录,也培养了十分成熟的网络渠道,这也是奥迪品牌在中国最重要的战略资源。

作为大众汽车集团旗下的一员,规模效应一直是奥迪的一大优势。安世豪分析说,随着规模化效应的逐步显现,新能源汽车有望进入“技术红利期”。今后,消费者购买电动车的价格甚至会低于传统燃油车。

从此次上海车展期间全球首发的奥迪A6 e-tron概念车,人们不难看出奥迪未来的发展理念。作为一款4.96米长的Sportback车型,奥迪A6 e-tron概念车首次展示了基于PPE纯电动平台的车型蓝图。

据介绍,该车容量达100千瓦时的电池可提供超过700公里的续航里程(WLTP工况)。同时,该车配备800伏充电技术,充电10分钟即可获得300公里续航里程。该系列车型计划面向全球市场,将在欧洲及中国生产。

按照计划,奥迪要在2023年将中国销

量提升至100万辆。在安世豪看来,一方面,中国高端新能源汽车市场增长迅速,电池续航里程等车辆配置迅速提升;另一方面,数字化进程正推动着生产方式、产品形态、消费习惯和商业模式的深刻变革,而中国又是发展数字经济的重要驱动力。

我们组建了全新的技术团队,围绕e-tron电动车产品打造全新的、独一无二的生态系统。他表示,这一生态系统除了优化数字化交互、完善充电网络,最重要的还是不断提升新能源汽车的产品力。我们希望通过全方位的努力,将奥迪品牌打造成新能源领域的领先者。

豪华车继续保持强势增长特征,体现消费升级的高端焕新需求仍旺盛。全国乘用车秘书长崔东树认为,得中国市场者得天下,的规律在今天的全球豪华车市场中更为明显,而现在正是各大豪华车品牌抢占“空间”的关键时刻。

事实上,由于中国经济率先复苏,中国汽车市场被认为是推动全球经济复苏的强劲引擎。尤其是在逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局中,推进汽车行业高质量发展被放在了核心位置。

毫无疑问,这显著激发了包括豪华车品牌在内的全球汽车领军企业,以更大的热情加码中国市场。



众所周知,中国是全球最大的乘用车市场。而在未来的十年内,我们预计中国也将成为全球最大的豪华车市场。通过种种举措,我们会让奥迪品牌重回豪华车市场第一的位置。即将撞线700万辆之际,奥迪中国总裁安世豪丝毫没有放松对市场复杂性的认知。

全领域电动化家族亮相上海车展

东风Honda用强大产品矩阵建起护城河

《孙子兵法》有云:胜兵先胜而后求战,败兵先战而后求胜。新能源车产品布局被视为车企决胜未来市场的主要战场。在以“拥抱变化”为主题的2021上海国际车展东风Honda展台上,这一点被体现得尤为突出。

2021年是东风Honda面向电动化、智能化转型的关键之年。在今年2月推出的CR-V锐混动e+的带动下,东风Honda不仅为用户出行提供更加多样化的选择,也更进一步丰富电动化家族矩阵,夯实其在技术创新领域的领先地位。

未来,CR-V将继续以All in one的理念,不断蜕变和进化,为更多消费者提供安全、安心、充满乐趣的出行生活,成为更多客户的人生挚友。正如东风Honda相关负责人所说,在过去17年赢得220多万名中国用户信赖,成功开拓、引领中国城市SUV市场,并仍在持续升级的东风Honda CR-V家族,在电动化、智能化的新路上仍将续写传奇。

CR-V锐混动e+演绎不断提升自我的品牌精神

作为Honda在中国市场投放的首款插电式混合动力车型,CR-V锐混动



e+搭载了Honda的招牌混动技术SPORT HYBRID e+系统,基于i-MMD混动系统开发,以全新的高容量、高输出IPU智能动力单元,实现更长里程的纯电动续航里程,为用户带来无限接近纯电动车的驾驶体验。

对于插电式混合动力车型而言,影响用车成本和使用体验的最大因素始终是混动系统。CR-V锐混动e+搭载的SPORT HYBRID e+系统由高效率的2.0L阿特金森循环发动机、E-CVT双电机变速箱和PCU动力控制单元组成。该车具备EV模式(EV)、混合动

力模式(HEV)和发动机直连模式(ENG)三种动力驱动模式。并实现高达85km的纯电续航里程,百公里综合油耗低至1.3L,带来更节能的日常出行体验。

此外,作为CR-V家族的旗舰车型,CR-V锐混动e+在整体设计、

舒适性及品质感上进行多项升级。例如,新车外观设计更大胆,提供了专属PHEV标识,还配有星耀蓝、彩晶黑、晶耀白、雅韵金四个车身颜色,其中新增的星耀蓝为CR-V插电式混合动力版的专用色。内饰座椅则新增了具有新能源车高科技感的灰白色,主驾驶及前排座椅采用多段式角度调整。其中,睿雅版主驾驶配备记忆功能座椅,后排座椅配备加热功能,具备上佳的乘坐舒适性。

在东风Honda最引以为傲的安全配置方面,CR-V锐混动e+搭载的Honda SENSING安全超感系统包含ACC主动巡航控制系统、FCW预碰撞预警系统等丰富科技配置,可帮助驾驶员超视距观察前路路况,在事故发生前防患于未然。

此外,东风Honda Link手机App可以让CR-V锐混动e+用户实时查看车辆状态,远程启动空调,并智能找桩和预约充电功能,体验高效便捷的绿色智能出行。

作为中国市场较早出现的城市SUV,CR-V不仅开创了细分市场,也始终保持了在细分市场的标杆地位。即便在合资品牌、自主品牌SUV群雄割据的时代,CR-V在外观设计、科技配置、驾驶乐趣、经济节能等多个方面也难有对手。

加速布局打造电动化转型样本

随着CR-V锐混动e+的上市,CR-V

家族成为一款涵盖燃油、混动、插电三种动力系统的城市SUV。这既能进一步夯实CR-V的市场标杆地位,同时也助推东风Honda进入油电混动和插电混动并举的混动2.0时代。

此次上海车展期间,东风Honda携纯电车型M-NV、插电车型CR-V锐混动e+,以及混合动力车型INSPIRE锐混动、享域锐混动、CR-V锐混动、艾力绅锐混动等组成的全领域电动化家族矩阵集体亮相,充分展现东风Honda在电动化战略新时代跑出“加速度”的决心。

东风Honda早已责无旁贷的加速电动化布局,计划在2023年前投放10款以上的电动化车型,2025年前,电动化车型的销售份额占50%以上,持续为用户创造更多惊喜。东风本田汽车有限公司副总经理潘建新强调,东风Honda的电动化转型是一往无前的强势加速,更是深思熟虑的毅然前行。

最新销量数据显示,东风Honda 2021年第一季度终端销售210121辆,创历史新高,其中电动化产品贡献突出,销售占比达到14.65%,相比2019年7.7%占比实现了翻倍增长。

除了发布电动化战略和打造CR-V家族,东风Honda的成功是由多方面因素组成。以独一无二的产品哲学和品牌形象,踩准中国汽车市场演变节奏,无疑是其中不可忽视的一环。

从开拓城市SUV细分市场和17年的坚持创新,到多元动力系统覆盖,东风Honda CR-V家族累计超过220万辆的销量背后,正是中国汽车市场消费升级的题中之义。

