

马自达销量飙升 CX-4 给力

青年报 孙臣

11月17日,在广州车展来临之际,马自达按照惯例的安排,了总部高层与媒体的见面会,笔者也是第三年专访渡部彦,作为马自达(中国)企业管理有限公司董事长、马自达汽车株式会社执行董事的他更像一位可爱的老爷爷,总会和蔼可亲地回答本人问的每个问题。

从销量数据来看,今年马自达截至广州车展前夕在华累计销量23.6万台,距离24万台的年度目标触手可及,基本11月底就能完成任务。

谈到马自达两个合资公司的销量情况时,渡部彦喜笑颜开:“今年6月份我们在一汽马自达投放CX-4之后,一汽马自达实现快速的回升,在6月份同步推出大改款Mazda6 AtENZA阿特兹,这两款新产品大大提升了一汽马自达的销售业绩。1-10月份,一汽马自达销量是6.8万台,长安马自达是15.2万台。”

一汽马自达目前是强势回归,新产品的投放让他们有了新的活力,而长安马自达虽然销量依然走俏,但产品线却显得有些低调,靠着CX-5还有Axela昂克赛拉两款车型还能撑多久是个疑问。

渡部彦则认为:“长安马自达目前状态非常良好,这几年受到购置税减半政策利好的影响,1-10月份长安马自达销量和上一年度同期相比增长27%。当然,新产品的导入也在计划中,但可能不会急着纳入长安马自达阵营,我们需要做更多的调研来确定消费者的喜好后再做决定!”

笔者也特意关注了在广州车展前的洛杉矶车展,马自达发布了全新的CX-5,整体风格更动感,与CX-4和全新阿特兹形成了家族式风格,内饰也相对做出较大改动,镀铬饰条运动的更多了,档次感显著,如果它在明年进入国内市场,价位合适的话可能又将带动长安马自达一波



强势增长!

马自达还有一款车型是笔者一直关注的,就是Mazda CX-9,从去年亮相还一直未透露何时会国产,因为二胎政策的放开,有更多的家庭希望购买多人座的SUV,加上SUV在中国的畅销,所以七座的SUV会有很大的潜力。

但马自达似乎并不急于投放这款很有潜力的车型进入国内,考虑到大型SUV市场竞争非常激烈,前有ABB,后有丰田、福特等老牌劲旅,但笔者认为CX-9有着错位竞争的优势,而且这款车型非常受到消费者的关注,希望马自达方面能尽快的给出回应,别让中国市场等太久。

马自达近几年在华一直在进行核心品牌推广活动。从4年前开始,马自达让更多的中国消费者理解和了解“创驰蓝天”技术和“魂动”设计,针对这两个亮点对中国的消费者进行宣

传。从效果来看,消费者对于“创驰蓝天”技术和“魂动”设计接受度很高,尤其是颜值控又追求经济实用的人。

马自达一直坚持自然吸气,研发的“创驰蓝天”也成了他们的代表,而随着国家排放标准的不断严格,马自达也开始研发第二代创驰蓝天技术,但会运用到什么车型上还没有透露。

渡部彦表示:“关于明年的新产品的计划,我们想在明年向大家汇报2017年销售目标的时候,向大家介绍明年导入中国市场的新产品计划。”

届时,应该就是第二代创驰蓝天技术亮相之时,虽然日本人做事一贯的谨慎,但笔者去年猜测CX-4在一马国产,CX-9亮相等消息都一一实现,明年马自达给消费者的惊喜应该不会少,至少新产品投放少不了,产品线将更加丰富的马自达会有什么表现,值得期待!

■ 资讯

CTCC中国房车锦标赛落下帷幕 广汽丰田致炫车队获季军

青年报 程元辉

11月6日,全年八站的CTCC中国房车锦标赛在天马赛车场落下帷幕。在周日上午的中国杯首回合比赛中,广汽丰田YARiS L致炫车队仅19岁的年轻车手叶俊辉延续排位优势,在异常激烈的组别争斗中,最终为车队带回季军。

在赛后的新闻发布会上,叶俊辉回忆比赛道:“今天我的起步比较顺利,到第一弯跟邓保维有些小碰撞掉了一个位置,来到第三就一直守着位置,找到自己的节奏,顺利把第三带回。”同时,叶俊辉表达了对广汽丰田YARiS L致炫车队的感谢,“车队给予了我很大的支



持,也给了我一台可以冲击颁奖台的赛车。”然而CTCC中国杯比赛中的碰撞现象,对于年仅19岁的小将叶俊辉来说,和他之前所参与的方程式比赛有很大不同,对此他表示:“今年我觉得自己每一站都有进步,车队也帮助我慢慢的提升。

东南汽车“兄弟阵容”登场

青年报 车键

11月18日,东南(福建)汽车工业有限公司(以下简称:东南汽车)以“跃见精彩”为主题,由DX系兄弟车型DX3、DX7领衔的全明星阵容以及意大利宾尼法利纳设计总监的联袂登场,全面展现产品3.0战略下的发展成果,展示了一个在品牌、市场迎来飞跃发展的精彩东南。

在此次车展上,东南汽车利用先进的人屏互动技术,通过精彩的魔盒表演,以更具活力、创新的形式,全方位展现DX3和DX7,为现场观众带来了一场科技感十足的表现。这是DX3在上市后与兄弟车型新一代DX7首次同台亮相。DX3推出之后,将与DX7两者联袂

占位、互补助力,进一步提升DX系家族在SUV市场的实力和影响力。

DX3从11月1日上市至今,订单量就已破万,为东南汽车进军小型SUV市场赢得完美开局,并在全国掀起了一场“颜实力”浪潮。DX3首战告捷,兄弟车型DX7则继续保持出色的市场表现,9月和10月连续两个月订单破万辆,延续辉煌战绩。如今,DX7已成功跻身紧凑型SUV市场主流队列,并有效带动东南汽车整体体系力以及品牌力的提升,展现了东南汽车的改变和逐步崛起。

除了在SUV车型上吸睛无数,东南汽车旗下三菱新翼神、东南V5 plus、新能源车的惊喜亮相,展现了出众的产品魅力。

新自主品牌比速汽车发布 未来三年将推出4款SUV产品

青年报 程元辉

11月8日,中国自主品牌新势力——比速汽车在重庆正式发布。比速汽车旗下两款新车型——首款SUV比速T3和首款MPV比速M3也惊喜亮相,并正式宣布了其预售价。其中比速T3预售价7.49-8.69万元,而比速M3预售价6.19-8.39万元。

比速汽车坚持精工品质追求,以“精工造好车”打造高端自主品牌领军者的品牌主张,成为本次活动上比速对外释放的强烈信号,未来比速汽车的发展之路将围绕“三高战略”而展开,即“高端制造”、“高端产品”、“高端服务”。为了追求精益求精的产品品质,打造媲美合资的自主品牌,比速汽车在研发、生产及制造等环节完全依照“国际标准”。比速汽车投入研发费用超5

亿元,引进国际先进整车性能/材质分析实验设备,保证技术创新和产品研发质量。比速汽车设有造型开发所、CAE仿真模拟分析实验所等完善的研发体系,具有大规模整车研发能力。同时,研发中心还汇聚了来自瑞典、英国、澳大利亚、欧洲、国内大型汽车企业的专业设计和技术开发人才组成强大的燃油汽车和新能源汽车研发团队。其中国外专家40余人、博士60余人,为比速汽车的研发提供强大的智力资源支持。

而为了确保产品品质,比速汽车前期投资50亿人民币,全方面引进国际生产设备,工艺装备集智能化、信息化和柔性化为一体,达到国内合资整

企业的工艺工装先进水平。比速汽车焊装工厂全线自动化率达95%,大大提高了产品质量一致性和生产效率。

据了解,比速汽车主力产品涵盖MPV、SUV、轿车、新能源多个细分领域。未来三年产品规划包括4款SUV、1款7座MPV。后续,比速汽车还将推出3款轿车车型,进军轿车领域。



上汽MG名爵ZS全球首发

青年报 程元辉

11月18日,第十四届广州车展上,“年轻人标配的首台互联网SUV”名爵ZS全球首发,并将于明年年初上市。

名爵ZS作为年轻人标配的首台互联网SUV,纵使不谈其“网车”的绝对性优势,仅就其产品力本身而言,仍可在年轻人的购车序列里加精置顶。百年来始终强调速度和运动的MG名爵品牌,与时俱进地推出了全新的设计理念——“感性力设计”:融汇国际主流造车理念,兼容核心时尚和流行要素,为名爵ZS塑造了年轻人心目中的国际范儿形象。

名爵ZS整车比例致敬欧洲经典比例美学,整体轮廓动而藏雅。车身扁宽有张力,从尾部看去,姿态稳健扎实,充满力量。后坠的肩线、收紧的腰身、向后牵拉的侧窗形态,传递出“蓄势



待发”的动感,这也将是新一代MG名爵品牌设计的核心比例特点。在车身局部设计上,其国际范儿形象更为突出。

名爵ZS的惊艳之处还在于其傲视同级的超大全景天窗。该天窗尺寸为1365mm*870mm,开口面积达到0.83㎡,其中天窗玻璃开启距离达到695mm,全面越级的同时,更进一步拓宽了车内空间的外延触感,为崇尚自由的年轻消费者创造出开放性的驾驶空间。