

回首三十载，奥迪开启“新元年”

1月31日在北京，围绕“新时代元年”主题，一汽-大众奥迪“2018 奥迪品牌主题年会”带来了一场关于时代、科技、文化和未来汽车生活的知识盛宴。冯仑、杨澜、马未都等不同业界人士，从不同层面、不同领域分享了对新时代的洞察。针对新时代汽车行业新趋势，一汽-大众奥迪向大家分享了格局宏大的前瞻视野和深入精准的行业洞察，并向用户做出五项承诺，以领创未来的气魄开启新时代的新航程。

青年报 孙臣



新时代的新趋势

“文明需要创造，思想改变未来。”御风资本董事长冯仑从政治、经济、社会、文化各层面，论述了新时代带来的思想变革，生活方式和用户场景的变革，号召以前瞻的勇气去创造新时代文明。

阳光媒体集团主席杨澜带来了一场关于人工智能的演讲。她带领团队走访了中国、美国、德国、英国和日本等5个国家，20多座城市，30多个顶尖实验室及研究机构，采访了80多位专家学者，从人文的角度解析人工智能的发展历史和未来趋势，关注科技背后的人，以及科技在人的生活中的运用。

观复博物馆馆长、文化学者马未都围绕新时代的文化这一主题，深入浅出地论述了“人类每次迈入一个新时代，都离不开文化的推动”。演讲以文化强国的视角切入，阐述了理想的新时代文化特点，构想出一幅新时代文化蓝图：在热闹的外部环境中能够保持理性的文化氛围，脑洞大开的新文化、新技术带来愉快生活体验，文化平台与产品能提供更多互动乐趣。

领创汽车产业新业态

2018年是中国一汽和奥迪合作的三十周年。三十年来，一

汽-大众奥迪与中国经济腾飞同行，与中国汽车工业发展同行。在新时代元年，持续三十年引领中国高档车市场的一汽-大众奥迪，正面向未来展开新的航程。

一汽-大众汽车有限公司董事、总经理刘亦功表示：“回顾过去走过的道路，一汽-大众一直敢为人先、开拓进取，树立了合资企业典范。在新时代元年，一汽-大众有信心、有实力应对新时代挑战，有责任实现行业引领。”

一汽-大众将从公司层面为一汽-大众奥迪的全新航程提供不竭的动力和强大的体系支撑。应对行业变革，一汽-大众推出四项创新举措，领创行业新业态：一汽-大众将以产业融合为方向进行制造升级，推动互联网、大数据、人工智能融合到生产之中；以绿色经济为导向进行产业链构建，开展新能源产品的开发；同时，一汽-大众将以全球化为核心进行研发提升，全程参与到所有奥迪车型的前期开发流程中，把中国用户的市场需求融入到奥迪的产品研发中；一汽-大众还将以创新驱动新业务拓展，致力于为用户提供更多元、更智能的高端出行解决方案。

敢于向用户做出承诺

“在大调整、大变革、大发展的时代，最大化地为用户创造价值，需要打破惯性、颠覆常规，去

创造和引领用户需求。”一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理荆青春说道。

2018年是奥迪品牌的产品大年，将推出16款重磅车型，其中包括智能高端旗舰——全新奥迪A8L；拥有同级别最大的驾乘空间的全新奥迪Q5L；以及开拓一个全新的细分市场，创造入门车型高档驾控需求的全新奥迪Q2L。

在新能源方面，一汽-大众奥迪正在积极打造“正向循环”的绿色出行解决方案。奥迪品牌现阶段已经形成奥迪A3 Sportback e-tron、奥迪A6L e-tron、奥迪Q7 e-tron的家族布局。到2020年，一汽-大众奥迪将发布7款新能源车型，其中就包括了续航里程达到500公里的奥迪首款国产高档电动SUV——C-BEV。一汽-大众奥迪还将持续推进基于MEB平台的新能源产品布局、新能源全网络授权，以及“360度充电”战略，让“正向循环”全面发生，带动整个产业链的发展和壮大。

一汽-大众奥迪销售事业部总经理任思明描述了奥迪所致力提供的美好未来：“我们正在用创新科技为用户打造更为便捷的未来生活。对于奥迪来说，突破不仅意味着做一个先锋，更意味着为用户提供更多超乎预期的未来出行体验和个人自由。”

资讯

东风日产开启智能出行新时代



青年报 车键

东风日产继2017年取得终端销售112.2万，同比增长10.6%的优异业绩成绩之后，于2018年新春之际正式发布“智爱生活·智享新春”计划。该计划在回家、团聚与开年三大节点，通过场景化、体验化、智能化的创新形式，让更多消费者感受到日产智行科技的创新魅力。

2月6日至2月10日，东风日产“感心公路”项目将再度出击，设立重庆、清远、漳州、杭州、衡阳五个城市的五个标杆店，萍乡、昆明、佛山、惠州、衢州的五个标准店，将为春运路上的车主带去温暖贴心的服务。

自2009年起，东风日产行业首创的“感心公路”服务已经进入第10个年头，依托遍布全国的销售网点，其已经形成覆盖全国主要高速公路的服务网络，累计开展1918站活动，为超过7.6万车主提供车辆检测救援等相关服务。

除此之外，东风日产还搭建了NIM高铁移动馆与线上NIM体

验馆，加之即将落地的机场智行生活馆，未来东风日产将努力在航空、高铁、公路、网络四大阵地一齐发力，向智能化更进一步。

据悉，东风日产将在全国重点打造200家专属智能4S店，通过日产智行助手、实车智能驾驶动态模拟平台，与银河战舰三大日产智行科技体验设备，以及包括数字营销、电商平台、智能工具应用等一系列售前售后智能化措施，为消费者提供不一样的智能购车体验。

其中值得一提的是，作为全国首个机器人汽车销售员，日产智行助手可以通过语音识别、人脸识别、感情识别，与消费者进行舞蹈与拍照等娱乐化人机互动；通过客户信息录入、收集、整理，以及云数据共享进行云端数据分析和处理，从而轻松完成车型介绍、身份识别、推介车型、销售政策导入、销售礼包领取等车型推介及销售促进等工作，以智能交互、智能销售、智能数据三大手段为消费者提供的智能化汽车服务体验、感受简而不凡的未来汽车生活。

60亿欧元 保时捷投资电动化领域



青年报 孙臣

保时捷计划，到2022年，将投资60亿欧元在电动汽车领域，专注于插电式混合动力车型和纯电动车型的開發。该决策是保时捷全球监事会在最近的一次会议上提出的。保时捷全球执行董事会主席奥博穆博士表示：“我们将在电动化方面加倍投资，由原来约30亿欧元增加到超过60亿欧元。除了开发内燃机车型之外，通过这一决策，我们还制定了一条重要的未来电气化发展路线。”

在增加的30亿欧元中，大约5亿欧元用于Mission E变型和衍生车型的開發，约10亿欧元用于现有产品系列的电动车型和混合动力车型的開發，数亿欧元将被用于扩建工厂，余下的约7亿欧元将用在新技术、充电基础设施和智能移动出行的開發。

纯电动Mission E跑车的功率达到600hp，百公里加速在3.5秒以内；并且，该车型还能在不损失任何性能的情况下反复加

速和制动，在“新欧洲驾驶循环(NEDC)”续航测试中的续航里程达500km。而在800V系统电压下，只需充电15分钟，即可满足行驶400km的需求。

保时捷第三代混合动力车型随着全新Panamera的发布与公众见面，并同时提供两个版本的车型，其纯电动续航里程均达到了50 km。作为该车型的旗舰车型，Panamera Turbo SE-Hybrid搭载一台4.0升V8发动机和一台电动机，系统输出功率高达680 hp，将操控性与高效性完美结合。并且，通过搭载混合动力系统，该车型堪称豪华车细分市场中最具运动力的车型。

目前，消费者对混合动力车型表现出了很高的热情：自上市以来，在欧洲交付的该车型所有车辆中，约60%的客户选择了混合动力车型。而在有些国家新接收的订单中，这一比例也在持续上升，所以保时捷将未来计划重点放在混合动力以及纯电动领域是一条必经之路。

吉利1月销量15.5万辆 博越同比增长51%

青年报 孙臣

2月6日，吉利汽车公布其2018年1月销量数据。数据显示，吉利1月共销售新车155089辆，同比增长51%，接近完成其2018年全年销量目标158万辆的10%。另外，吉利1月汽车出口量同比增长6%至1054辆。因此扣除出口部分，吉利1月在中国市场总销量为154035辆，较去年同期增长约52%。

轿车方面，主力车型新帝豪持续着良好的态势，月销量达到

26122辆，同比虽呈现轻微下滑，但环比上月则增长了4.2%；而全新远景不负吉利所望，1月销量突破2万辆，达到20055辆，同比增长36.3%；在所公布轿车车型中，高质感中级车帝豪GL增幅最高，1月销量达到15163辆，相较去年同期多卖出近5000辆新车；不过，吉利新博瑞本月情况似乎不太乐观，自2017年10月重新突破4000辆之后，今年1月又跌回3293辆。

SUV方面，热销车型博越表现依旧强势，1月销量达到

30381辆，同比增长51%。城市跨界SUV帝豪GS进入2018年表现依旧十分抢眼，1月销量达到20087辆，创历史新高；吉利远景SUV该月共销售新车10004辆，虽然仍处于1万辆以上，但环比均出现下跌；此外，远景X3及远景S1该月销量均过万，分别达到10457辆、10303辆。

值得一提的是，吉利旗下高端个性品牌领克(LYNK&CO)的首款车型领克01，根据此次公告数据，这款车型在1月份销量达到6173辆。