

订单35028辆 金额60.87亿元 观众90.2万人次

成都国际车展 2024再见

9月3日,第26届成都国际车展落下帷幕。作为中西部车市“风向标”,本届车展共吸引129个国内外汽车品牌参展,展出车辆1600余辆,展会规模超20万平方米,媒体日举办了66场新车发布会,68款新车在西博城与蓉城观众邂逅,包括全球首发新车26款,全国首发新车31款。

新能源依然是最大看点,本届车展共吸引32家新能源品牌亮相,同比增长20%。10号馆、11号馆被自主新能源品牌“包馆”展出,包括蔚来汽车、极狐汽车、飞凡汽车等品牌在这里吸引了大量观众。比亚迪携旗下包括王朝、海洋网车型,以及仰望、方程豹、腾势等强大阵容出征,让3号馆成为展馆另一端的人气王,在仰望和方程豹展台,甚至出现了排长队看车现象。长城汽车旗下哈弗、魏牌、欧拉、坦克、

长城炮等都带来了最新的“绿牌车”。吉利汽车、长安汽车也带来多个新能源品牌和车型与成都观众见面。豪华品牌在新能源方面亦不落东风,奔驰带来3款新能源汽车,宝马携国产创新BMW iX1、全新BMW i5等五款新能源车车型,组成豪华品牌最齐全的新能源方阵。

在年轻用户成为汽车消费主要群体的背景下,成都国际车展组委会在车展期间打造了备受年轻人欢迎的新模式。在西博城外场,城市露营体验、试乘试驾、线上直播、车展奇妙夜等体验活动,从“潮流、出行、文化”三大板块全面发力,让观众一站式畅享多元互动体验,激发年轻群体巨大的消费潜力,让观众感受到车展的满满活力。

成都国际车展作为助力成都建设“国际消

费中心城市”的重要推手,今年再次刷新各项数据:车展期间进入西博城的观众达90.2万人次,共产生整车订单35028辆、成交金额60.87亿元,“最能卖的车展”依然名副其实,成都惊人的汽车消费能力再次显现。

当前,汽车行业迎来全新的消费环境,机遇与挑战并存。成都国际车展充分发挥区位优势 and 品牌效应,多点发力,以创新为引领加快推进行业转型升级,增强汽车产业消费活力,为推动行业高质量发展、助力地方经济增长贡献突出力量。最具活力的成都国际车展,将不断助力中国车市为领跑全球汽车消费、助力自主品牌汽车不断发展提供向上的力量,加速引领出行新未来。

成都日报锦观新闻记者 唐爱



插混双旗舰和明星MPV携全系车型亮相

广汽本田成1号馆“人气王”

车展直击

“今年的成都车展,广汽本田没有新车也没有发布会,但展台的人气如此旺,太出乎意料了。”在第26届成都国际车展闭幕的当天,一位业内人士向记者表示。就在9月3日下午撤展的同时,成都几家广汽本田特约店的多名销售顾问依然在现场与订车用户商谈细节、接待前来咨询的消费者。

本届车展的明星展馆,莫过于3号馆、10号馆、11号馆,它们分别是比亚迪带来的人气和被自主新能源品牌“包场”的高关注度。而长城旗下哈弗、坦克、魏牌,宝马、奔驰所在的展馆也吸引了众多观众前往。在1号馆,广汽本田、广汽丰田、东风日产、悦达起亚、神龙双品牌等合资车企确实少了许多话题。然而,这个展馆的广汽双合资品牌依然吸引了大批忠实粉丝捧场。尤其是广汽本田展台,插电式混合动力双旗舰车型全新雅阁e:PHEV、全新一代皓影e:PHEV首次联袂登陆蓉城,以及国内最早上市的高端家用MPV 2024款奥德赛助阵,让广汽本田成为1号馆人气最高的展台。

今年上半年,广汽本田先后推出全新雅阁和全新一代皓影,e:PHEV插电式混合动力是两款旗舰主推的车型,以满足消费者对绿色出行的需求。全新雅阁e:PHEV、全新一代皓影e:PHEV两款车型搭载了本田引以为傲的第四代i-MMD电驱技术,双电机插混全面领先的强大操控性能,带来领先同级燃油和混动车型的实力,打破了行业“有电一条龙、没电一条虫”的插混车

型定律。第四代i-MMD双电机插混系统E-CVT双电机变速箱与PCU功率密度输出控制单元紧密配合,可迸发出335N·m的最大扭矩,媲美3.0升V6发动机。在本田MMS运动管理以及ADS全时自适应减震系统的加持下,行驶质感和操控性都大幅提升,兼具舒适和运动。

另一款备受成都家庭用户关注的则是MPV车型2024款奥德赛。作为最早进入国内的高端家用MPV车型,奥德赛历经21年5代革新,此次登陆成都车展的2024款车型于今年正式上市,宜家宜商的属性让它在MPV市场持续保持高热度。2024款奥德赛再次对家用MPV进行了全新诠释,它聚焦追求品质生活、重视家庭、独立个性的“品质顾家乐活族”,理性而又追求新鲜感的顾家人士可以在它身上找到所关注的舒适感和高级感,最重要的是新车能为家人提供一个舒适安全的移动空间。

除以上三款车型外,广汽本田展台还有由型格、凌派、飞度、缤智、致在等全系车型组成的参展阵容,全方位满足消费者用车需求。

目前,拥有深厚底蕴的合资车企正在新能源赛道上“快马加鞭”,以期在这一激烈的竞争中不被甩开身位。全新雅阁e:PHEV、全新一代皓影e:PHEV正是电气化快速发展的结晶。同时,广汽本田持续发挥在内燃机和混动方面的技术优势,加快推出极具竞争力的车型来满足不同的消费需求,也让广汽本田成为本届车展1号馆人气最旺的展台。

成都日报锦观新闻记者 唐爱 摄影 李冬

8月淡季不淡

多家车企销量战绩再创新高

8月是汽车市场传统销售淡季,但各大车企抢占市场份额的热情依然高涨,既大力推新又玩价格战,让车市进入热销模式,多家车企销量创造历史新高。这些表现相对较好的品牌,其共同点就是——既有能力打造产品力出色的车型,又能在设计上迎合市场需求。计划在金九银十销售旺季购车的朋友,不妨对这些热销车型多多关注。



长城汽车

长城汽车8月共销售新车114096辆,同比增长29.32%;新能源车型销售26301辆,同比增长119.83%;海外销售30741辆,同比增长99.95%,单月销量创历史新高。1-8月,长城汽车累计销售742413辆,同比增长4.76%。

8月25日,长城汽车五大品牌哈弗、魏牌、欧拉、坦克、长城炮携近30款产品登陆2023成都车展,多款爆款智能新能源车型开启预售,新能源技术底蕴和实力再次彰显,向外界展示了长城智能新能源转型的显著成效。

一汽丰田

虽然自主品牌一直在新能源销量榜上占据优势,但合资品牌突围的意图也愈发明显。9月1日,一汽丰田突然公布旗下bZ系列纯电车型8月的销量,达到6578辆。其中该品牌首款纯电动轿车bZ3占主力,达5836辆,占bZ系列总销量的88.7%。

依托超越期待的产品实力,bZ3夯实了在纯电轿车市场的标杆地位,也助力一汽丰田bZ系列成为了8月合资品牌新能源销量第三名。据悉,即日起至12月31日,购买bZ3即享15000元客户权益,九月内特定级别更可享受颜色免费升级。

蔚来

作为新势力品牌代表,蔚来8月共交付新车19329辆,同比增长81.0%。这意味着,继7月交付突破两万辆创出历史新高后,蔚来销量已站稳两万关口,7月和8月销量合计近4万辆,继续保持在高端纯电市场的引领优势。

值得注意的是,蔚来是在新一轮价格战中,竞争对手大幅降价,但自身保持价格基本稳定的情况下获得的这一成绩,其难度与含金量不言而喻。

广汽丰田

9月1日,广汽丰田公布了8月销量数据:79757辆。其中锋兰达销售19839辆,同比增长116%;汉兰达销售8042辆,同比增长17%;凯美瑞销售19737辆,环比增长12%;赛那SI-ENNA销售6668辆,1-8月同比增长8%。

三大旗舰车型占比8月总销量43%,广汽丰田高端车型消费者认可度持续增长。可以说,广汽丰田全面高端化战略初步得到了市场和消费者的认可。

上汽大众

合资阵营的上汽大众8月新能源车交付量再次破万,这份成绩放在新能源车市场中并不出众,但已经是最出色的合资品牌。上汽大众的新能源车销量主要来自于ID.3,单月交付量是10000+辆。正因为ID.3的热销,截至8月底,上



多款新能源汽车亮相2023成都国际车展

汽大众ID.家族累计销量已超过15万辆,稳居合资新能源阵营首位。

同时,8月份ID.家族的市场售价也进一步下探,价格与自主车型齐平,提升了ID.家族的性价比。

上汽通用

8月,上汽通用新能源汽车单月交付量达8017辆,同比增长55.5%。智电大五座SUV别克E5在8月交付量达3961辆,累计交付已超过12000辆;凯迪拉克LYRIQ锐歌8月交付量达650辆,环比增长30%,连续两个月攀升。8月底,别克纯电轿车微蓝6 430km版全新上市,为国内十万元级纯电动车市场注入全新活力,也将助力上汽通用新能源汽车在“金九银十”继续创造辉煌。

比亚迪

8月份比亚迪共计销售新车274386辆,同比增长56.9%,环比增长4.7%,本年累计销量1792184辆,继续领跑市场,纯电动和插电混动两大板块齐头并进。

尽管比亚迪的业绩已遥遥领先其他车企,但是丝毫没有松懈,推新车的力度非常高,继8月份带来腾势N8、腾势D9新车型和新款唐家族后,又在9月份推出海豹DM-i。此外,比亚迪还表示从今年第四季度开始,王朝系列会进入产品大年,同时豹5也计划在年内交付。

成都日报锦观新闻记者 黄睿 唐爱

新车上市

在新能源领域一骑绝尘的比亚迪,9月6日又带来最新力作——海洋网“新一代主流中型轿车”海豹DM-i正式上市,6款车型售价16.68万-23.68万元。海豹DM-i将为消费者带来前所未有的全新用车体验,重塑主流中型轿车价值标杆。

海豹DM-i基于全新DM-i超级混动中型车平台打造,在尺寸空间、底盘品质、动力驾控等方面优势显著。新车长宽高分别为4980/1890/1495mm,轴距2900mm,已经摸到了C级



轿车“门槛”,全面超越主流中型轿车。作为首款搭载后五连杆独立悬架的超级混动车型,海豹DM-i的全新底盘结构为用户带来更好的操控稳定性、平顺性与舒适性。

在设计方面,海豹DM-i采用了海洋网新一代内饰设计,营造出极具环绕式的流动视觉体验。外观以简洁流畅的线条勾勒出优雅、动感的车身姿态,并推出全新的魅影红和暖色烟茶配色,带来更具个性和高级感的视觉体验。新车采用DM-i超级混动技术,搭载骁云-插混专用1.5L高效发动机/骁云-插混专用涡轮增压1.5Ti高效发动机两款动力单元,提供NEDC工况下121km和200km两种纯电续航里程,可实现最低3.9L/100km的亏电油耗,满油满电综合续航可超1300公里。

新一代主流中型轿车海豹DM-i的上市,将中型轿车用户体验提升至全新高度,重塑主流中型轿车的价值标杆。在刚刚结束的2023成都国际车展上,新能源汽车受到高度关注,尤其是自主品牌不断推出中高端车型,受到越来越多的年轻消费者青睐。以海豹DM-i、长安启源A07等为代表的车型,有望改写主流中型轿车市场由传统燃油车主导的格局。 成都日报锦观新闻记者 唐爱



成都第31届世界大学生夏季运动会已经圆满落幕,这是中国西部地区首次举办的综合性国际体育赛事,受到了全世界的关注。本届成都大运会传递绿色低碳理念,在点燃城市热情的同时,也呼吁人们关注环保、追求可持续发展。

车企一直是世界级体育大赛的积极参与者,特别在碳中和的大市场背景下,电动化、智能化已经成为当代车企聚焦未来的发展方向。在成都大运会中,一汽丰田提供的160辆bZ3作为新能源源官方指定工作用车,在为期12天的盛会中,为工作人员提供了可靠、舒适的出行体验,彰显了一汽丰田bZ3的过硬品质,为中国体育事业贡献了自己的一份力量。与此同时,bZ3以续航、智能、安全等方面的优势,在鼎力支持赛事全面贯彻绿色交通出行理念的同时也全力保障了赛事的高效举办。

圆满完成大运护航使命

一汽丰田bZ3彰显可靠实力

不畏挑战大胆破界

始终致力于为用户“量产幸福”

助力体育事业不仅仅是一次体育赛事的商业合作,更多体现的是一种价值观的互通。青春、热血、逐梦,这些关键词是对成都大运会的最佳诠释,而大运会在推动体育运动、体育教育和体育文化的过程中也发挥着“领头羊”的作用。同样,作为丰田汽车在国内的合资企业,一汽丰田始终致力于为用户“量产幸福”,在产品制造上一直不畏挑战、

大胆破界。此次与大运会牵手,向全世界展示电动化成果,传递出一汽丰田对移动出行的未来思考和对自我价值的认知,进一步拉近了与广大热爱运动、享受生活的消费者之间的距离,与他们共情、共享。

在中国市场的20年,一汽丰田始终怀揣为用户“量产幸福”的初心,在传承与变革并行的基础上,以优质的产品和贴心的服务回馈用户。除拥有非凡的

圆满完成护航使命

纯电时代新名片bZ3彰显可靠实力

丰田在汽车领域深耕80余年,保持了26年电池安全0事故的记录。作为一汽丰田首款纯电轿车,bZ3同样传承了丰田在电动化领域的优势,并通过e-TNGA架构的不断优化,为用户带来更美好的纯电用车体验。电动系统结合丰田多年来通过混合动力技术所积累的经验,根据新车的设计需求,搭载全新设计的电池构造、冷却系统、控制系统和安全监测系统,具有高品质、高效率、高科技、安全安心的独特优势,并实现了更加持久的续航里程与超低的电耗。

在舒适上,bZ3轴距达到了2880mm,前后排乘客间距为967mm,这意味着前后排乘客坐在座

位上不会感到拥挤。四轮四角的设计理念,用电动机代替传统汽车的发动机,缩短了前悬,从而腾出更多的空间。沙发式后排座椅大幅提升乘坐舒适度,为乘客带来最放松的状态,让大运会工作人员以最饱满的状态迎接忙碌的出行。

在安全设计上,一汽丰田bZ3采用了高强度车身结构,配备多个安全气囊以及预碰撞安全系统,车辆周围的雷达和摄像头在发现潜在碰撞风险时,将通过声音和视觉警告提醒驾驶员。此外,一汽丰田bZ3还能在必要时自动刹车,以减轻碰撞带来的影响,车道偏离预警系统和盲区监测系统进一步有效避免事故的发生。这一系列有效的

客户满意度之外,更强的车型产品以及更先进的技术,也是一汽丰田一直以来的追求。在新能源市场竞争越来越激烈的当下,一汽丰田双线并举,继续保持传统领域领先优势的同时,着力推动新能源汽车的快速发展,以满足更多用户的多元化需求。

首款纯电动轿车bZ3的上市,不仅填补了品牌在纯电轿车市场的空白,也开启了一汽丰田在纯电轿车领域的纪新纪元。自上市以来,bZ3关注度持续走高,8月份销量5836辆,堪称合资品牌新能源翘楚。

主被动科技配置,能确保大运会工作人员的每次出行都放心而行安全而归。

在续航上,bZ3在CLTC工况下新车可实现最大616km的续航里程与27min的高效快充,以及11kWh/100km的超低电耗,为大运工作人员的每一次出行任务提供安心保障。

在智能化上,12.8英寸竖置大屏,以及车机搭载的成成长型AI智能伙伴,满足有效人机交互,支持普通话、粤语、四川话以及中英混合语言识别和处理,能够与成都大运会的工作人员高效协作。此外,bZ3采用具备卓越安全性的磷酸铁锂电池,加以多重电池安全监测防护的保障,以及Toyota Safety Sense智行安全(丰田规避碰撞辅助套装),为成都大运会的顺利举行提供更坚实的保障。

小结

汽车与体育共享相似的DNA,这也让速度与激情的跨界从未中断。在中国这样一个全球竞争最激烈、增长最迅速的市场上,车企要以核心技术实力为根基,用营销手段提升品牌价值,强化消费者互动,以建立差异化的核心优势,进而形成消费层面的品牌信任度。

作为一贯支持体育赛事和关注全民运动的企业,一汽丰田曾赞助多项马拉松赛事,并为第十四届全运会提供用车保障,凭借过硬的产品力与高规格的服务获得了高度好评。此次与成都携手当好大运会东道主,不仅为全世界年轻人的青春打造出了更好的舞台,还让bZ3这张一汽丰田纯电时代的“新名片”,向世界传递出了别样惊喜。