

广汽传祺新车试驾品鉴会圆满成功



□记者 杨运栋 文/图

4月10日,2021广汽传祺GA4 PLUS/GS3 POWER上市发布会暨劲·省双车挑战赛——周口站落幕。此次双车上市,周口十多家主流媒体

莅临到场,亲身试驾了传祺新款车型,给出一致好评。

传祺GA4 PLUS焕新上市,超帅外观、超大空间、超强动力、超低油耗、发动机终身质保“四强一保”硬核实力,仅7.58万起售的价格,让用户

惊喜解锁“超省国民家轿”。GS3 POWER入门版联袂上市,推出7万级235T手动劲取版及8万级270T自动劲爽版,带来更具性价比的选择。

产品超值政策给力,解锁多重惊喜GA4 PLUS及GS3 POWER入门版的推出,吹响了广汽传祺“轿车振兴”及深耕SUV领域的冲锋号角,也为广汽传祺深度践行金三角战略再添实例。

自发布“金三角战略”以来,广汽传祺坚持以顾客体验为中心,为消费者增“值”、为经销商增“益”、为主机厂赋“能”,旨在为消费者带来买得值、用得值、还保值的产品。GA4 PLUS及GS3 POWER正是广汽传祺快速响应市场需求而推出的超值产品,让更多用户能以更低门槛享受传祺高品质用车。

在上市会中,现场还启动了由GA4 PLUS和GS3 POWER联合登场的场地计时赛,让在场嘉宾验证GA4 PLUS及GS3 POWER的实力。

GA4 PLUS有4735*1805*1500mm的越级车身尺寸,配合2660mm的轴

距,空间表现超越同级。新车采用最大乘员舱设计理念,前排空间达到1060mm、加上950mm头部空间以及850mm腿部空间,车内空间领先同级。

动力方面,GA4 PLUS搭载传祺第三代235T发动机与7速湿式双离合变速器组合,最大功率120kW,峰值扭矩235N·m,百公里综合油耗低至5.3L,高效动力和超低油耗兼得。此外,GA4 PLUS提供了首任车主发动机终身质保和整车3年10万公里的质保政策,消费者用车更有保障。

GS3 POWER实力同样能打。7万级区间,GS3POWER搭载传祺第三代235T发动机,百公里油耗仅5.9L。此外,GS3 POWER还是8万级黄金动力SUV,拥有265N·m扭矩、124kW高功率,带来越级驾控体验。

GA4 PLUS与GS3 POWER上市,进一步加强了广汽传祺的轿车和SUV阵容实力,为广汽传祺赢战2021增加砝码。

变革与融合之下 智能座舱谁主沉浮?

随着智能化技术在汽车领域的应用日渐广泛,“智能座舱”这一概念迅速走红,频繁出现在各大车企及座椅厂商的新车发布会及宣传活动中。在汽车内部,变化无声无息却又翻天覆地,机械仪表盘变成了液晶屏幕,实体按键越来越少,语音指令日益进化。这一变化并不是一蹴而就的,而是经过几个阶段的演进才走到了今天。

很长一段时间内,市面上的汽车座舱大部分是由博世、大陆、伟世通等Tier 1提供,但智能化时代的到来,使得华为、百度、谷歌等科技巨头及互联网公司也纷纷“杀入”这一赛道,期望分得一杯羹,而主机厂也将智能座舱视为差异化竞争的关键。

从机械化到高度智能

自1886年卡尔·奔驰发明第一辆汽车后,很长一段时间内,汽车座舱是以机械按钮为主。1924年,雪佛兰推出第一辆配置收音机的汽车,虽然刚开始看起来非常另类,但给人们增加了不少休闲娱乐,驾驶员可以藉此打发开车时的无聊时光,1930年摩托罗拉生产的首款商用车载收音机正式应用起来,之后这一配置迅速普及。

1965年,摩托罗拉和福特联合开发了安装在中控台上的磁带播放器,人们可以在车内播放自己喜欢

的音乐。索尼在1984年推出了首款车载CD播放器,最早作为一种高端配置出现,而到了20世纪90年代,内置式CD播放器越来越多地出现在汽车里。这一时期,车载嵌入式电子产品种类爆发,平台化、模块化开发的需求明显增多,车载操作系统得以被应用。

可以说,2000年以前是座舱产品的机械时代,主要包括机械式仪表盘、音频播放设备等,以按键、旋钮为主,可以显示车速、发动机转速、水温、油耗等基本信息,功能比较分散,智能化程度接近于零。

2000年以后,随着GPS民用化和液晶显示屏技术的成熟,驾驶员也开始逐渐摆脱密密麻麻的按键操作,中控屏开始集成倒车影像、导航功能、影音娱乐等服务,座舱步入电子时代。例如,2012年在美国上市的特斯拉Model S搭载了17寸嵌入式中控屏幕,基本取消了物理按键。此外,很多新的显示方案也开始在座舱中普及,如抬头显示(HUD)、增强现实(AR-HUD)等。

近年来,在5G、人工智能等技术的进一步助推下,包含了全液晶仪表、语音识别、手势识别、高级辅助驾驶系统、AR-HUD、全息投影、车机互联等技术的智能化座舱开始初现雏形。由于车上装备了大量的传感器,汽车具备了一定的感知能力,

这也对汽车数据、信息收集和处理的能力提出了更高要求,而自动驾驶与人机交互成为热点。另外,未来智能座舱发展的一个重要方向是个性化和情感化,围绕乘坐体验打造智能化移动生活空间。

智能化催生多样化玩家

在座舱产品的演进过程中,哪些玩家拥有主导权?首先是座舱产品的机械时代,座舱产业链主要由主机厂主导,传统Tier 1供应商向主机厂直接提供座舱产品,而主要原材料来自于更上游的Tier 2、Tier 3等供应商。

在这一阶段,博世、大陆、伟世通、佛吉亚等Tier 1供应商占据了座舱的大部分份额。当然,具体到座舱的一些部件,又有专业的供应商提供。例如说到安全气囊,人们自然会想起高田(已被均胜电子收购)、天合(已被ZF收购)、奥托立夫等。

进入2000年后,汽车电子技术的发展,使得座舱产品进入电子时代。虽然大型Tier 1厂商依然把持着主要市场,但供应链中的电子公司重要性越发凸显,例如哈曼国际、松下、先锋电子、阿尔派JVC建伍、歌乐等。与此同时,传统Tier 1供应商也通过研发或收购等手段在座舱电子领域拓展市场。例如,大陆集团曾先后收购了摩托罗拉的汽车电子部门、西门子的威迪欧汽车部门、麦格纳电

子雷达工程业务等。

近年来,汽车智能化浪潮的推进,使得智能座舱的热度越来越高。5G、人工智能等技术应用越发广泛,互联网科技公司凸显出来,从而形成了主机厂、传统Tier 1供应商、互联网科技公司互相融合、跨界的局面。

在智能座舱的硬件上,传统零部件厂商具有明显优势,例如,智能座舱中的车载信息娱乐系统、仪表盘等配件供应大多由大陆、博世、电装、哈曼国际、阿尔派等把持,至于激光雷达、毫米波雷达、摄像头等ADAS和自动驾驶所需的外部传感器,则不止是Tier 1的主攻方向之一,同时催生了一大批科技初创公司。

另外,“软件定义汽车”已经成为行业的共识,除了专门的软件及科技公司外,主机厂也纷纷成立了自家的软件部门或软件公司。至于谷歌、百度、华为、英伟达、高通等有实力的科技、人工智能及芯片公司更是“杀入”汽车领域,想要在智能座舱市场分一杯羹。

智能座舱是赋予传统汽车智能化、网联化的关键,吸引了大量新玩家跨界入局,同时也使得现有的玩家不断创新。未来,谁能掌握智能座舱的主导权?主机厂、传统零部件厂商、互联网科技公司等都在拼尽全力。

(据新华网)