

全新别克君越周口上市

现接受预订

□记者 乔乔

本报讯 7月6日,周口新未来全新别克君越在展厅举行了上市发布会。作为别克高档旗舰轿车,全新君越以引领潮流的造型设计、前瞻性主动安全科技、汇集先进科技的底盘系统与全明星发动机阵容,以及媲美豪华车的高档配置,树立了中高级车的全新标杆。此次发布的全新君越,拥有3.0L SIDI V6、2.0T SIDI、2.4L SIDI以及2.4L eAssist智能油电混合动力四款动力组合共6款车型,目前已全部接受订购。

全新君越采用别克新一代家族设计语言,保持了别克一贯大气流畅的线条和富于雕塑感

的型面,更进一步完善了和谐统一的视觉效果。前端设计从别克三色盾牌和直瀑式格栅向后展开,配合全新展翼型大灯和一体化下进气格栅,塑造出精工有力的前脸造型。LED日间行车灯与LED雾灯于优雅含蓄中透出锋芒和犀利。车侧设计延续了“弧光曲棱”车身特征线和高腰线设计,快背式C柱设计将后挡风玻璃与动感尾翼完美衔接,增添了车身的时尚个性与运动感。全新展翼型LED尾灯与贯穿式尾部镀铬饰条结合,在视觉上提升了车尾的横向延伸效果。后LED雾灯与排气管采用了一体化设计,增加整体感的同时与前脸造型和谐呼应。

内舱拥有经典的360度环抱一体式设计风

格、悬浮式内饰布局和宽敞的车内空间,营造出经典的欧式豪华尊贵氛围,在体感与美感间取得了极佳的平衡,为驾乘者提供非凡的尊享体验。四辐式真皮多功能方向盘、细腻的真皮座椅豪华感十足;中控台独特的金属饰条,通过优雅流畅的线条将显示区域完美地分割出来,加上大按键的使用,对称式的键面排布等,形成了舒适的人机交互平台,时尚感与科技感跃然而出。

全新君越将以高品质的豪华驾乘体验和丰富的产品型谱,实现对中高级车和入门级豪华车两大主流市场的覆盖,并为品牌“欧美科技,创新体验”提供有力注脚。

颠覆感官 坐享思锐视听盛宴

在一般用户眼中,多媒体配置是汽车的附加品,并不太重要,但接触过豪华车型的车主就会有不一样的感觉——只要拥有足够的技术基底,这些配置也能做出精彩。刚刚上市的比亚迪思锐就是这样一款让人怦然心动的B级车。

视听盛宴 汽车就是影院

首先,思锐拥有一块令人难以忽视的超大中控屏幕,达到10.2英寸的面积,超越苹果Ipad,在车市中鲜有敌手。这样的“奢侈”设计遵从“从用户需求出发”的原则,不仅带来更佳的视觉效果,还可分屏显示导航和多媒体信息,带来更便利的用车体验。值得一提的是这块屏幕

的分辨率为1024*600,达到了17寸高清液晶屏的显示效果。再加上媲美IPAD的界面设计,流畅的触屏操作,能让熟悉智能机的车主倍感亲切,很快就熟悉各种操作。

视听不分家,思锐最高配备了14扬声器,结合DTS 5.1声道环绕立体声技术,打造出悦耳、触动心灵的听觉效果。DTS是全球最顶级的高清音频技术公司,是“全球顶级音效”的代名词,也是好莱坞电影的首选。

顶级视听还需顶级“坐享”

通常座椅的舒适性是整车品质的一项基础,而对于思锐出众的多媒体视听系统而言,豪

华座椅不仅能带给用户舒适的驾乘感受,更能让驾乘者坐享天籁之音。首先思锐带有主驾座椅8向电动调节和电动腰靠调节,同时副驾驶席也具备4向电动调节功能,并采用深U型设计,其符合人体工程学设计对常年开车的用户骨骼健康大有裨益。

为了提升用户驾乘时的舒适性,思锐的前后排座椅都带有加热功能。值得一提的是,思锐的第二排座椅更设置了后排多媒体控制系统,通过按键即能控制空调、座椅加热、多媒体等配置,后排乘坐者也能根据自己的喜好调节视频、音效、温度,尽享剧场级视听盛宴。(思锐)

技术、市场条件均已具备

混合动力车爆发只欠政策东风

日前,工信部部长苗圩称,“发展非插电式汽车比较符合我国现实”。上个月,本田和日产两大日系车企均公开表示,将加速新能源车在华布局。面对政府对混合动力车补贴松绑,以及各大全球汽车巨头在华的本土化生产,业内专家普遍认为,只需稍微加强政策扶持,混合动力车型的推广指日可待。

政策推动力增强

事实上,促进节能及新能源汽车规划相关的政策呼声一直没有停过。早在去年7月,国务院发布了《节能与新能源汽车产业发展规划(2012—2020年)》(以下简称《规划》),进一步明确了中国新能源汽车的技术路线,即当前重点推进纯电动汽车和插电式混合动力汽车产业化,推广普及非插电式混合动力汽车、节能内燃机汽车,提升我国汽车产业整体技术水平。

今年以来,对于推广补贴混合动力的呼声进一步加大,政府相关负责人也透露,混合动力补贴政策有望在近期出台。

对此,业内分析人士认为,虽然节能与新能源规划中的长期发展方向是发展纯电动驱动车型,但由于纯电动驱动还有技术上的难点尚未解决,最终产业化比例最高的将是混合动力汽车。中国能源危机的潜在压力,迫使产业化政策方面也开始向发展混合动力技术转向。

盖世汽车网调查显示,有49%的人认为,由于市场上已有成熟车型,只要辅以政策刺激,混合动力市场将迅速打开局面;而持反对观点的投票占比为30%,这部分人群认为,混合动力是新事物,消费者短期内仍难以接受;另有高达21%的人士认为,混合动力是否会因为政策鼓励而迅速发展目前还较难判断。

结合成熟市场混合动力汽车的渗透曲线,盖世汽车网总裁陈文凯预测,如果相关政策补贴落实,未来5年中国混合动力汽车的产销量将达到百万辆的规模,中国或迎来混合动力的第一轮爆发。

厂商热度升温

面对混合动力汽车的推广阻碍,厂家已意识到了问题所在,包括丰田、本田在内的各大汽车巨头正在积极推动混合动力车型普及,加

速研发,力争更短的时间内降低车型成本。中国市场以混合动力为原点的“抢跑”已经展开。

混合动力车型国产已被多家车企排在了日程上。本田高层在接受记者采访时明确表示,将用3年左右的时间在中国投产搭载i-DCD和i-MMD混合动力系统的新车型。本田技研工业(中国)投资有限公司副总经理八乡隆弘表示,虽然现阶段很多中国消费者可能还认为混合动力是属于未来的先进技术,但相信不久后中国必将成为全球最大的混合动力车型市场。

不过,八乡隆弘同时强调,混合动力真正普及的关键在于实现更亲民的价格。他认为,国产化程度将直接决定车辆销售价格,而这也是最直接竞争力的体现。

实际上,混合动力国产化意味着主要的配件都要在国内采购。作为混合动力技术的提倡者与领军人物,丰田汽车去年发布“云动计划”之后,本土化研发也在积极推进,混合动力技术总成本本土化即将进入发力的阶段。

“如果不出意外,今年秋季丰田常熟研发中心将正式运营,丰田的混合动力技术也将迎来加速期。”丰田中国企业公关室室长牛煜告诉记者,尽管常熟的研发中心目前尚未正式投入使用,但进行混合动力核心零部件国产化的前期研发准备一直没有停顿,预计3个月后将,丰田云动计划的最新成果将会向社会公布。

据透露,丰田在常熟的研发中心设计混合动力关键组件,以保证针对中国市场的混合动力汽车价格更符合当地消费水平。而未来研发中心设计的混合动力总成,将装配在一汽丰田和广汽丰田即将国产的混合动力车型上。

按照丰田的规划,2015年在华销量达到160万~180万辆的同时,将加大对新能源投入力度,实现节能新能源车型在丰田整体销售中占据20%的份额。

除日系车企外,通用、大众以及PSA等汽车制造商也已经开始筹备新能源战略。“2011年的时候,PSA成为全世界第一家首先推出柴油混合动力汽车的汽车制造商。”PSA亚洲运营部公共事务及企业传讯总监华晓燕在接受记

者采访时透露,虽然因为中国市场接受度有限,没有将柴油混合动力车型引入,但PSA在此基础上积累的技术已运用到了汽油混合动力发动机上,且以目前的进程预测,不久后就可以进入商业化生产。

市场反馈趋热

通过采访,记者了解到,对混合动力车型感兴趣的消费者已经很多,但是,由于对使用成本可能过高的担心,和混合动力车型相对于汽油车偏高的车价,让很多人在购买时犹豫不定。

“看中普锐斯的消费者中,仅有不足三成最后真正完成了购买。”一家一汽丰田4S店的销售人员告诉记者,偏高的车价让很多消费者最终决定放弃。

据调查,价格是掣肘混合动力车型推广的一大重要因素。记者走访车市发现,与汽油车价格相差较小的混合动力版凯美瑞,销售情况就要好很多。“对比下来,混合动力版凯美瑞比汽油版车型市场价仅相差3万多元,油价持续走高,其节油性对消费者很有吸引力。”据一家广汽丰田4S店的市场部经理透露,在换代降价后,混合动力版凯美瑞销量一路走高,“老款混合动力凯美瑞卖得不好,最直接的原因就是价格偏高。”该销售经理说。

雷克萨斯中国相关负责人也表示,眼下混合动力车型销量已经占到整体销量的30%。目前雷克萨斯已有5款混合动力车型引入中国市场,销量占据了豪华汽车品牌油电混合动力汽车市场八成的份额。

相关调查显示,相对较高的购买与使用维修成本,以及可供选择的车型偏少,被业内认为是目前阻碍混合动力车型发展的主要因素。这些问题何时可以解决,决定了混合动力汽车爆发的时间。

业内专家认为,在市场起步阶段,政府的扶持鼓励无疑可以带动生产与消费,但成本的降低最终还要依靠企业的批量化生产以及市场竞争来实现。随着更多混合动力汽车在中国销售生产,可以预见,这些车型的价格将出现一定幅度的下滑,而混合动力技术也将逐渐被消费者接受,实现真正的市场化。(据《北京商报》)

北汽成立国际公司 整合出口业务

本报综合消息 近日,“北汽国际化战略发布暨北汽国际启动仪式”在北京汽车产业研发基地启动,并宣布成立“北京汽车国际发展有限公司”。记者了解到,作为北汽全资子公司的北汽国际公司,今后将成为北汽出口的整合平台,负责全面推进包括福田和未来奔驰在内的海外出口业务。

新公司五大核心业务

根据安排,新成立的北京汽车国际发展有限公司由董海洋出任总裁兼党委书记。董海洋告诉记者,这个新公司拥有五大核心业务,包括自主品牌整车和零部件产品的出口,技术、设备、整车的进口,此外还有产品改装,境外投资以及国际合作。北汽表示,根据规划,2015年北汽国际要实现销量7.7万辆。到2020年要实现销量40万辆,其中70%以上为海外生产。

划分战略和利润市场

北汽集团董事长徐和谊表示,在整车出口方面,北汽国际前期主要以北汽自主品牌为主,后续还将包括北京奔驰和福田的出口业务。“北京奔驰明年先出口发动机,然后是整车。”徐和谊称,关于福田的出口北汽国际主要是负责统筹规划,而具体品牌、标志及渠道保持不变。董海洋表示,北汽国际近两年的发展方向已非常明确,2013年定位为“构筑基础,有所作为”,通过建设国外战略性渠道或战略性进驻部分市场的长线发展思路,进行投入产出,实现销量2万辆;同时建设利润性渠道。

北汽国际在市场开发方面按照战略市场和利润市场来区分,战略市场主要是指巴西、墨西哥、南非、俄罗斯等国家;在利润市场方面,主要整车进口大国为契机,如北非、中南美及周边国家等。

(魏学珍)

进口车购置税申报 需提交二维码信息

本报综合消息 根据国税总局的有关规定,自2013年7月1日起,对于2013年4月1日之后报关的进口机动车,办理车辆购置税纳税申报时,纳税人应同时提交含有二维码信息的《车辆购置税征管系统专用进口车辆电子信息》(以下简称二维码信息)。

二维码信息由进口机动车生产企业驻我国办事机构或总授权代理机构(以下简称总代)随车配发。对于不通过总代进口的车辆,车辆进口单位(或纳税人)应先通过中机车辆技术服务中心网站(www.vide.info)填报、上传车辆电子信息,并打印二维码信息,纳税人在完成上述事项的3个工作日内可向车辆购置税征收所办理纳税申报手续。(任民)