

销量微增长、新能源汽车、互联网汽车……

这些关键词见证了2017年汽车圈

生活报记者 王艳

对于汽车圈来说,2017年可谓是多事之秋:趋于饱和的市场状态,消费需求的不断升级,补贴政策的不断缩水等因素,使得国内乘用车市场呈现小幅微增的趋势。伴随着这种趋势也出现了一些让人意想不到的事件,例如,贾跃亭的汽车梦破碎,韩系车风波。当然,也有新能源车遍地开花、互联网汽车应运而生……无论是好是坏,这些代表性事件记录着2017年中国车市的足迹。

关键词1:销量微增长

还有短短十天,2017年将画上句号。近日,中国汽车工业协会针对2017年车市产销量进行了预测——全年将以2900万辆的规模,连续九年领跑全球,今明两年车市的微增长或已成定局。中汽协的数据显示,今年1月至11月,汽车生产2599.88万辆,销售2584.49万辆,同比增长3.88%和3.59%。中国汽车工业协会秘书长助理许海东称,2017年汽车产销应该在2900万辆左右,增幅可能只有3.5%,2018年增速应该只有3%左右。中汽协指出,未来我国车市将保持微弱的正增长,传统的轿车、商用车或将出现负增长,SUV、新能源汽车将会有较大幅增长。在我国经济向高质量发展大背景下,汽车行业也不例外,尤其在一、二线城市,消费升级趋势明显,新购车辆向中高端产品集中。

关键词2:互联网汽车

互联网和汽车曾经是两个没有交集的行业,但在2017年像化学反应一般奇妙地融合在了一起。上半年互联网造车领域中,最具话题性的非贾跃亭莫属了。乐视由于造车资金吃紧,从而带来整个乐视生态产业的破产,资金链断裂后贾跃亭远走美国寻找融资,但依然没有扭转局面。原本以为2017年的互联网造车就这样结束了,没想到12月份国内互联网造车再度升温——12月11日,威马汽车发布全球首款SUV EX5;12月15日,小鹏汽车宣布结束3轮融资,并在明年初宣布B轮融资;12月16日,蔚来汽车发布首款纯电动车ES8,预计明年3月量产。至此,互联网三大巨头百度入股威马/蔚来,阿里巴巴入股小鹏,腾讯入股蔚来均已在新能源汽车行业布局完成。面对互联网巨头强势进军车市,且不论未来成绩如何,传统车企如何守住自己的阵地或许将成为明年车市的关注点。

关键词3:新能源汽车

今年新能源汽车迎来了大发展,不仅有互联网进军新能源车领域,传统车企也想联手在新能源车领域分一杯羹。今年6月江淮、大众宣布在新能源汽车领域合作,计划在明年投产首款电动汽车;今年11月众泰和福特也签署合资合同,计划在中国浙江省成立一家纯电动乘用车企业;北汽和奔驰也宣布联手打造新能源汽车。除了战略性的联姻,众多车企也将新能源车推向市场。其中,比亚迪上半年向市场投入唐100、秦100、宋DM、宋EV、2017款唐6款车型,同时推出秦EV和e5的改款升级版;比亚迪在电动汽车领域已经布局全球;北汽新能源推出了EU400、EU260、EC 180、EX 260、EH 300等几款车型;上汽推出荣威eRX5、ERX5、e16、e950、E50、e550,以及大通FCV80燃料电池轻客多款新能源产品,明年还将推出续航里程超过500公里的荣威“光之翼”。

华晨 以潮流之名定义未来
中华 V6荣膺年度最值得期待SUV

能语音专家科大讯飞为华晨中华V6专属定制的语音控制系统3.0版本,将人机交互做到了极致,不仅能准确识别20种方言,更实现了语音助手昵称重置功能。一呼即应的语音系统让操控空调、在线娱乐、通话、查询天气、在线翻译等功能变得随心而动!

当科技赋予人们更多便捷感受,又怎能令空间成为限制想象的壁垒?作为创意时代的解读者,华晨中华V6将为向往科技生活与驾驶乐趣相融合的潮流一族提供最大化的智享体验。通过装载APP就能轻松实现远程控制,无论你身在何处,启闭发动机、启闭空调、启闭门锁、远程寻车这些功能均可一键操作。与此同时,华晨中华V6三屏智能互联不仅实现了个性分屏操作,且相互之间无干扰,以领先同级的潮流科技创新重新定义时间规则。

东风日产SUV家族冰雪试驾会举行



股东方合作已超越了资本或技术等层面,进入了技术+品牌层面的合作。

2018年,广汽三菱将以新能源、车联网为技术突破点,践行“三个一工程”计划:即建设一个世界级水准的发动机工厂,导入至少一款全新车型,新增100家销售网点。同时,广汽三菱还将加快本土化研发的速度,早日成为一家真正具备研发、制造、销售及售后服务等全产业链综合能力的现代化整车企业。

据介绍,三菱汽车加入雷诺-日产联盟后,在中期计划中提出将在3年内增加374000辆的销量,而1/3的增幅将由中国市场实现。合资插电式混动SUV——祺智PHEV将在长沙下线及上市,它的导入意味着广汽三菱的

广汽三菱全系产品亮相长沙车展

生活报讯 (记者李可意)近日,广汽三菱以“菱动潇湘,赋能未来”为主题,携欧蓝德、劲炫、帕杰罗、插电式混动SUV祺智全系产品亮相第十三届中国(长沙)国际汽车博览会。

今年广汽三菱销量屡次刷新企业纪录。其中,11月以15030辆的销售成绩创历史新高单月销量纪录;1~11月累计销量106081辆,同比增长116%,提前1.5个月完成全年10万辆销售目标,成为广汽集团内部增长最快的投资企业。

据介绍,三菱汽车加入雷诺-日产联盟后,在中期计划中提出将在3年内增加374000辆的销量,而1/3的增幅将由中国市场实现。合资插电式混动SUV——祺智PHEV将在长沙下线及上市,它的导入意味着广汽三菱的

东风日产SUV家族冰雪试驾会举行



驶系统的辅助下调整车身避免失控;长途驾驶时,日产的Multi-Layer人体工学运动座椅,使驾驶者如同坐在沙发上一样,再加上东风日产特殊调教的多连杆独立后悬架,基本过滤掉各种细碎路感,让驾驶者一路很舒服。

另悉,东风日产近日产生了今年第100万个车主,同时全国累计销量突破900万台。其中,以奇骏为代表的SUV家族实现全系增长,市场表现稳健。

分类广告

中缝声明

企业招聘

广告刊登热线:
0451-84681180
15504651777
13936603788
QQ/微信:80451

广告信息

2017年度哈尔滨市
“全民上冰雪”百日系列活动启动

冰城69块公益性冰场
免费滑哟

生活报讯 (记者杨镭)20日,由哈尔滨市体育局主办的2017年度哈尔滨市“赏冰乐雪”体育活动暨“全民上冰雪”百日系列活动启动仪式在南岗区青年广场举行。

公益冰场可免费借冰刀

本次系列活动时间为2017年12月15日至2018年4月30日,活动期间,哈尔滨市将在全市范围内共建设公益性冰场69块,其中市区45块,县(市)24块。与此同时,还将开展不同规模、不同层次的比赛和活动164项。

在哈尔滨市南岗区青年广场公益冰场的休息室,生活报记者看到,架子上有许多崭新的冰刀。当生活



冰雪赛事跨国大比拼

除了建设公益性冰场,为群众参与冬季户外活动提供方便,本年度哈尔滨市“赏冰乐雪”体育活动暨“全民上冰雪”百日系列活动将开展164项比赛和活动,也不乏亮点。从哈尔滨市体育局提供的活动安排表中,生活报记者看到,其中既

“冰雪”活动经验基础上,每年集中开展“全民上冰雪”系列活动,组织形式多样的冰雪体育活动和比赛。这个冬天,哈尔滨市将继续开展“赏冰乐雪”体育活动暨“全民上冰雪”百日系列活动,打造冰城冬季“全民上冰雪”活动品牌。

罗西基宣布退役

生活报讯 (原子)20日,37岁的捷克名将、曾效力于阿森纳和多特的托马斯·罗西基召开发布会,正式宣布退役。

罗西基在去年夏天离开阿森纳,回到自己的老东家布拉格斯巴达,这里也是他职业生涯开始的地方。在发布会上,罗西基宣布了退役的决定:“我知道这一刻要到了,现在我准备比赛感觉越来越难了,我的内心还想踢比赛,但是身体拒绝了。”

2001年1月,罗西基以800万英镑的转会费加盟多特,2001至2002赛季,罗西基和扬科勒组成的攻击线帮助多特夺得德甲冠军。2006年5月,阿森纳从多特签下了罗西基,罗西基在阿森纳效力了长达10年时间,总共出场247次打进28球,随阿森纳两次夺得足总杯冠军。



20日,曼城客场点球大战5比4战胜莱斯特城,新援贝纳尔多进球,瓦尔迪第97分钟点球扳平。瓦尔迪和马赫雷斯点球大战中射失,曼城险胜晋级联赛杯四强。图为热苏斯(左)拼抢。

蒙牛携手FIFA

世界杯迎来第一杯奶



国际足联向蒙牛赠送象征2018世界杯的18号球衣

将于明年6月14日到7月15日在俄罗斯举办的世界杯足球赛,是2018年全球最具影响力的体育赛事。这届世界杯将有32支顶级球队参赛,梅西、C罗、内马尔等国际巨星携手亮相,200多个国家和地区、超过30亿观众将通过各种渠道观看比赛。成为世界杯全球官方赞助商后,蒙牛将通过这一舞台向全球消费者介绍天然、营养、美味的蒙牛产品。

商业机遇,更是向全球展现中国乳业的重要机会。所以这不但是蒙牛的骄傲,也是整个中国乳业的骄傲。”在发布会上,蒙牛集团CEO卢敏放这样表示。作为国内在出海道路上走得最快、走得最近,拥有最多海外消费者的乳企之一,蒙牛近年来与“一带一路”沿线许多国家、地区开展了奶源、研发、生产等方面的合作,产品销售到了6个海外市场。

借助世界杯澎湃能量,蒙牛的国际化引擎将2018年继续加速,在“一带一路”沿线更多国家开展产业链布局,让全球更多消费者品尝到天然、营养、健康的蒙牛产品。

“牛奶与足球一样,能够为大家带来健康与快乐。成为国际足联世界杯全球赞助商,是国际足联对蒙牛品牌及产品品质的高度认可。对于蒙牛来说,这是一次走向世界的

蒙牛成为FIFA世界杯官方赞助商

“参与2018年世界杯,为蒙牛带来的绝不仅是巨大商业机遇,更是蒙牛积极参与国家战略的重要依托。”卢敏放表示,党和国家领导人多次在重要场合强调,建设体育大国和体育强国,是实现“两个一百年”奋斗目标的重要组成部分,提升足

蒙牛CEO卢敏放称蒙牛将努力推动中国足球事业发展

发布会上,国际足联首席商务官菲利普(Philippe le Floc'h)表示,蒙牛是世界顶级乳企之一,也是中国乳业领先品牌。国际足联致力于在世界范围内推广和发展足球运动,中国是我们工作的重点区域,很高兴今天在这里又牵手了一家实力雄厚的官方赞助商。菲利普同时表示,国际足联希望能够借助蒙牛在儿童与青少年群体中

的影响力,获得一个培养新一代球迷并与其开展互动交流的平台。据了解,作为全球官方赞助商的蒙牛,4大品类27个产品品牌都将共享世界杯权益,蒙牛的品牌及产品将在俄罗斯世界杯现场让来自全世界的消费者品尝,中国的蒙牛将成为世界的蒙牛。同时,世界杯期间,蒙牛将邀请幸运消费者亲赴比赛现场,共享俄罗斯之夏的激情与欢笑。