

### 品牌全新战略规划发布，广汽集团品牌升级行动启动

广汽集团发布品牌的全新战略规划，公布品牌口号“匠于心•品于行”，并在国内首发插电式混合动力概念车EnSpirit。2017年是广汽成立20周年，也是广汽集团全面落实“十三五”的关键之年和“品牌升级年”。广汽集团将

通过技术升级、产品升级、产业升级的全方位品牌升级行动，加强品牌建设，提升核心竞争力，确保“十三五”目标顺利达成。

“十三五”期间，广汽集团明确了“电动化、国际化、网联化”的三大

突破方向。本届上海车展，广汽集团国内首发概念车，正是其“电动化、网联化”领域最新创新成果，也是其“匠于心•品于行”品牌口号的直观诠释。随着全球汽车产业“电动化、网联化、智能化”变革趋势的不断显现，广汽集团

“十三五”规划提出，实现电动化、国际化、网联化三个方面的重大突破，全方位提升核心竞争力。4月底，广汽将发布在智能网联新能源事业上的重要举措，将打造以智能网联新能源汽车整车制造共享平台的开放生态体系。

海马S5也在上海车展首次揭晓，标志着全新动力总成战略成果已实现整车的开发落地。此外，海马S5 Young、福美来轿车、新款福美来七座多功能轿车等参展车型未来也将陆续实现全球领先动力总成的搭载。

考验瑞风S7的产品性能，力求将最完美的产品交付给客户。并在此过程中邀请媒体、用户代表一同参与，充分展现出江淮对这次实测行动的决心，以及对瑞风S7的十足信心。

的价值优势，瑞风S7已经给了消费者充分的购买理由。但江淮似乎并不满足于此，在上海车展上，江淮汽车宣布瑞风S7启动难度最高的进藏极限长途实测。通过三线人藏的实测行动，高强度

强势的一次整体亮相。此外，GS8/GS4/GA6/GA3S等明星车型登场助阵，展现传祺品牌高端智造实力与持续向上的信心。与此同时，广汽传祺新能源品牌正式发布，口号为“传祺新能源 能所不能”，并集中发布四款新品。通过多年努力，

Concept首次亮相国际车展，展现未来黑科技之车的极智风采；“全球首款互联网插电混动高级轿车”荣威e950首次面世，互联网汽车再添新成员；爆款SUV荣威RX5、“插电混动销量王”

建立海马汽车欧洲技术中心；整合全球优质供应商资源，持续进行投入。共享经济下，海马汽车以开放姿态部署全新动力总成战略，与全球顶尖的汽车研发机构共舞，在发动机、自动变速器、PHEV/HEV、热管理、NVH等

### 锁定消费升级市场 江淮瑞风 S7 启动预售

淮汽车在紧凑型SUV市场中寻求突破。具备大、智、慧、行四大价值优势的瑞风S7将成为紧凑型SUV市场消费升级人群的全新解决方案。无论是“大、智、慧、行”的产品亮点，还是“三高一低”

### 广汽传祺高端 / 新能源齐发力 六款重磅新车闪耀车展

广汽传祺以“不忘初心 追求卓越”为主题，派出品牌史上最强参展阵容，六款重磅新车闪耀亮相。“都市大5座SUV”GS7国内首发亮相，公布预售价格:15.58-22.98万元；传祺GA8 2017款以“敢享 敢超越”的姿态发布，售价区间为

14.98-25.98万元，计划5月20日全国上市。同期，广汽传祺新能源纯电平台车型GE3、插电式混合动力跨界概念车EnSpirit与GS4 PHEV国内首发亮相，GA3S PHEV公布价格，售价12.88万元起，使上海车展成为传祺品牌新能源产品最密集、最

### “跑分王” 荣威 i6 16T、荣威 ei6 上市 概念车荣威 Vision-E Concept 上海车展亮相

荣威i6 16T和“全球首款互联网新能源汽车”荣威ei6同合上市。同时，荣威i6 16T还以2.99L的百公里极限油耗，获得吉尼斯世界纪录认证；“纯电动超级轿跑SUV”荣威“光之翼”Vision-E

### 上汽大通品牌战略暨首款互联网定制 SUV D90 全球首发

上汽大通在上海国际车展的舞台上，以“未来已来，畅行天下”为主题，推出了践行C2B业务模式的首款大规模智能定制SUV D90的量产车型。同时亮相的车型还有D90四驱AT旗

舰版、D90两驱AT豪华版、D90四驱AT越野版、T60皮卡小双排四驱高底盘国V-AT旗舰版、T60皮卡越野版、宽体轻客FCV80燃料电池汽车14座商杰版、宽体轻客V80商杰版、宽体轻

客V80商旅版、纯电动MPV EG10旗舰版、RV80 C型房车5座6AMT。

D90是此次车展中，上汽大通重点展示的产品，不仅仅在于它是上汽大通切入中高端SUV细分市场的代表之

作，更因为它的18个产品实力点，都来源于用户的参与，都是用户和设计师、工程师在C2B的理念框架之下，脑力激荡的结果，是“集体智慧”的结晶。

间SUV——五菱宏光S3也在本届车展正式亮相。它将为追求性价比和实用性的消费者提供更大的购车选择空间，也将为上汽通用五菱的SUV阵营再添一员悍将。

### 蓄势待发 东风启辰携最强阵容首秀

东风启辰携旗下最强明星阵容，以“新启辰，致未来”主题强势参展。其中既有启辰T90、启辰全新70系、启辰50家族等广受好评的热销车型，还有晨风电动车，以及备受关注的启辰M50V等产品，为大家带来了一场精彩的汽车文化盛宴。

作为东风启辰成立元年所推出的首款产品，启辰M50V以超越同级的产品力，倡导的“7㎡大享受”理念，兼具6.58万元-8.49万元亲民的价格，一经上市便成为MPV市场的“宠儿”。车展现场，

启辰M50V专为享受优质、高效、体面生活的轻松舒享族而来，给大家带来高品质全新感受。

在“互联网+”热潮高涨、主流消费群体加速年轻化的大背景下，东风启辰准确把握市场脉搏，顺势推出惊艳智领SUV——启辰T90，作为启辰品牌的旗舰车型闪耀全场。而启辰另一款匠心之作——启辰全新70系，其所拥有的平顺高效动力、源自日产的先进底盘技术、安心可靠的安全防护系统，继续巩固“10万元SUV质价比之王”地位。

### 江铃驭胜全明星阵容闪耀申城

江铃驭胜携旗下驭胜S330、驭胜S350及全新驭胜7座跨界概念车、两款新能源车以及“江铃智行”车联网系统，亮相车展。驭胜以新能源及“江铃智行”车联网技术诠释“未来，无所不至”的主题。

本次车展，江铃驭胜不仅首次携全明星产品阵容独立参展，还呈现了江铃驭胜新能源技术和智能互联技术等核心技术实力。

江铃驭胜首次展出7座跨界概念车。该款车型是由前博通公司著名设计师

Carlos领衔的国际团队又一力作，展示了家族鲸口式“大嘴”设计，车身侧面和尾部线条犀利，车尾造型采用一体式溜背设计，有着浓郁的跨界运动跑车风格。此外大尺寸的全景天窗，拥有较高的离地间隙，保留了SUV高通过性等特点，体现了“跨界SUV”价值。

江铃股份总裁范析表示：“驭胜品牌作为江铃股份战略转型的关键，将打造成一个有品质”、“有品位”、“年轻时尚”、“别具一格”的SUV品牌。”

### 正道集团打造清洁能源车型矩阵

正道集团联合世界顶级汽车设计公司——宾尼法利纳公司，共同打造的由三款生态可持续型电驱动力概念车——豪华轿车正道H600、五座SUV正道K550、七座SUV正道K750——组成的“清洁能源车型矩阵”。

继正道H600在3月份日内瓦车展全球首发之后，此次正道集团再携两款SUV电驱动力概念车而来，彰显了正道集团坚持环保、推动清洁能源汽车发展的诚意之心与强劲实力。正道集团三款清洁能源车型均搭载最新“微型涡轮发电

机增程器+超级电池”黄金动力组合，大大提升了续航里程并减少排放。同时结合其高效、节能、环保的电驱动力系统，基本实现了城市使用“零排放”。

据宾法首席执行官Silvio PietroAngori先生介绍，宾法致力于为正道集团提供高价值的美学设计和在可持续交通领域积累的整套技术，协助正道集团打造鲜明的品牌辨识度。双方正在2017年2月签署长达46个月的协议，合作开发、设计、制作一系列正道电驱动力概念车。

### 新产品 新主张 汉腾汽车携两款首发车亮相

首次登陆上海车展，汉腾汽车带来两款首发车型——汉腾X7S和汉腾EV，与备受好评的汉腾X7、汉腾X7三擎混动版、汉腾X7双模混动版、汉腾X5、汉腾X5EV等车型组成参展阵容，多维度诠释“新梦想 新座驾”的独特品牌魅力与卓越产品实力。本次车展上，汉腾汽车还正式发布了全新品牌主张“车·风景”，并与中国长城学会签约战略合作，开启了品牌发展新篇章。

汉腾X7S是汉腾X7的新增版本，同样定位于“欧派大SUV”。不同于汉

腾X7的大气稳重，汉腾X7S更豪气、更运动，并新增了不少科技和舒适配置，驾乘体验更丰富。

汉腾X7S延续了汉腾X7大空间的特点。同级领先的车身尺寸、2.81米超长轴距，1.9米宽体车身，营造了大气从容的乘坐空间；344L超大后备箱储物空间，更是完美满足国人对SUV功能的实际需求。另一款首发新车汉腾EV是汉腾汽车基于“享受狂野与不断进发的力量 and 潜能，也享受人与自然和谐相处的之道”这一核心理念打造的一款概念车。

### 牵一发而动全身？那就直接动全身吧

为了“制造更好的汽车”，丰田将公司结构、管理体制、供应商体系、研发、生产等全产业链环节进行了一场变革，最终就是要全面提升产品性能，这就是TNGA架构与目前传统意义上为了节省生产成本的各大生产平台的区别。

从2016年开始，TNGA架构下的组织形态正转变为按汽车种类划分：小型车、中型车、商用车以及高端车，各产品各自负责组织、开发、生产和销售，从而致力于增强灵活性、执行力和竞争力。

丰田开始将主要精力，聚焦于汽车和产品力的彻底飞跃。同时，它通过最大

### 就当作，要制造世界上第一辆汽车

TNGA架构下的汽车研发，不是基于现存的任何一种方式，而是围绕驾驶人，以驾驶舱为起点，从无到有重新塑造汽车的基本性能和根本架构。思考的出发点只有一个：怎样的设计才是对车内人员最好、最合适的。

无论传统模式还是TNGA架构下，整车的研发制造中布满“彼长此消”的难题：动力上去了，油耗降不下来；舒适性提高了，操控性变弱；前排空间大了，后排变小……这些难以回避的矛盾，被丰田称为产品层面的“二律背反”。一般而言，厂商只能做到尽量平衡，并随着行业整体科技水平的提升，在可能的范围内尽力做好。TNGA的优势在于，它摒弃了一切束缚，它要求研发人员先

把矛盾的两端分别做到极致，然后再用一种全新的充满创造力的方式去调和它们。例如，为降低风阻需要抬高车后的地板，而为了扩大后备箱容积需要降低车后的地板，要解决这一对二律背反，TNGA的方式不是两者各自妥协，而是重新开发车后地板上配置的消音器，让它的厚度降低30%，以达成地板“抬高”和“降低”的同时实现。

这种看似笨拙实则超级有效的方式，是TNGA下产品研发制造的精髓理念之一。克服二律背反，其实这种精神并不是随TNGA而生，相反，TNGA正是这种精神导致的结果，在此精神之下诞生的产品，充满了激情四射的创造性，与它之前产品的“中庸保守”形象大相径庭。

### 最像概念车的量产车

TNGA架构下对汽车的重新研发制造，使其生产的产品拥有最高的设计自由度，可以无限贴近人们的想象，能更忠实地呈现现代人的审美意识，不必再打任何折扣。如果你关注到2016年TNGA架构下的第一款产品——第四代普锐斯锐锐斯，以及先后亮相的全新凯美瑞和CHR，你就会深有感触。

同时，一个对丰田而言的陌生词汇，也开始作为核心用语出现——驾驶乐趣。极端的空气动力学设计、轻量化车身结构、车辆重心的进一步降低、更低的发动机罩、高性能发动机，以及全新的传动装置、悬挂、变速器，一切都意味着新的丰田汽车已经带着呼啸来了。对中国市场而言，丰田TNGA架构下的产品，计划将从今年开始导入，从车展亮相的两款TNGA概念车，相



丰巢概念

# 改变丰田的 TNGA 架构 一场关乎未来的产业革命

作为全球知名的跨国车企，丰田很少用颠覆、变革、划时代这些宏大的词来描述自己，这与其坚忍务实的性格有关，也非常贴近日本内敛恩直的行为观。无论如何，就是这么一个“说”赶不上“做”的品牌，已经毅然决然地再次延续了传统：丰田悄无声息地对自己进行了一次彻底的格式化，带着整整八十年的经验和智识，开始重新发明汽车。丰田围绕公司体制、研发生产、供应商体系等重构造车机制，被他们称为TNGA (Toyota New Global Architecture) 丰田全新全球架构。丰田的下一代汽车产品，都会出自于此。

### 继续做大的意义，远远小于从零出发

作为全球首个实现千万年销量的车企，丰田似乎并未打算安心地吃老本，它天生具有的使命感或称危机感，成为它求变的最大理由：因为前路无可借鉴，所以必须以未来为目标，回到原点再造蓝图。

对于一个在全球28个国家设厂，在160个国家开店，并有30万自有员工和更多经销店和供应商员工的超级企业而言，伴之而来的挑战与所得到的成功，往往成正比关系：曾经高效的管理体制

在新的千万体量面前开始变的不那么得心应手……

大部分人认为，对于一个如此体量的企业而言，最好的方式理所当然是在现有的基础上改善，所有的事情都应

该谨小慎微地在框架内调整解决。但丰田并未如此——它举全公司之力，重构汽车行业上下游产业链。这就是丰田TNGA架构的意义所在，一个将“将不可能变为可能”的造车哲学。