

# 北汽绅宝开启 2.0 时代 全新绅宝 D50 首秀上海车展

4月19日全球聚焦中国，上海国际车展以“致力·美好生活”为主题正式开启，在汽车未来与潮流的碰撞中，北京汽车奔赴了一场“未来之约”。当日，北京汽车展台上“全明星”阵容亮相。北汽绅宝二代产品首款车型全新绅宝 D50 也首次揭开神秘面纱，成为北汽展台上当之无愧的耀眼明星。

“昨日是今日之回忆，明日是今日之梦想。此时此刻，全世界正在静候一个新时代的揭幕，静候一个新纪元的开场，那里蕴藏着跨越式的巨大能量。”对于北汽绅宝的二代产品战略，北汽集团党委书记、董事长徐和谊用诗一样的语言表达了自己的自信。而全新绅宝 D50 的推出，不仅是一次重要的产品升级，同时也是北汽集团全新进化的一个缩影。

## “全明星”阵容闪耀 北汽绅宝“遇见”2.0时代

近年，作为中国汽车品牌的“后来者”，北汽绅宝加快向智能汽车转型的步伐，投入了大量研发资源，产品竞争力快速升级，今年的北汽展台上已然成为自主 2.0 时代的主场。

“汽车未来究竟是什么样？我们已经有了新答案，那就是：智行有道、颠覆即未来！今天我们将推出全

新 M-trix 2.0 平台，未来将融合“全球智慧、洞察人性需求、探索前瞻技术、创造人车生活”。进入发布会高潮，北京汽车股份有限公司副总裁、汽车研究院院长刘宇抛出的全新绅宝产品平台和造车理念，赢得了业内高度关注。未来，北汽绅宝将依托 M-trix 2.0 平台，秉承“人性智慧”全新造车理念，引入

OFFSPACE 造型设计、NOVA-PLS 智能技术等全新优势，迎来全新 2.0 时代，全面开启智车生活。

全场最抢眼的“话题明星”，当属 2.0 时代下的开山之作——全新绅宝 D50。该款紧凑型家用轿车定位于“中国第二代家用精品轿车”，将于第四季度推出，并在造型设计、智能科技等领域全面

超越目前在售同级车型。全新绅宝 D50 集万千宠爱于一身，凭借 M-trix 2.0 平台技术优势、OFFSPACE 设计理念、国际化设计团队，调动了极为强大的研发力量和资源。贯穿“生态美学”这一理念，全新绅宝 D50 前脸更霸气、更具辨识度。其车身线条采用了光感曲面理念，光影雕塑感令整车富有灵动之美。全新绅宝



OFFSPACE D70 首次亮相



现场嘉宾合影

D50 充满未来感的设计，让北汽绅宝的外观造型实现了真正意义上的进化。

“人气明星” OFFSPACE D70 概念车，作为 2.0 时代下的另一款 B 级轿车，无疑是北汽展台气场最强的存在，也是最具冲击力的品牌风向标。其独特新颖的造型语言，诠释了北汽绅宝未来科技感、新古典高品质的设计方向。

全新绅宝 X55 作为全系“品质明星”，同样注入了 2.0 时代设计语言的力量，并将于今年年内上市。从现场展车看，全新绅宝 X55 前脸时尚大气、大灯犀利有神，并与横向设计的前格栅相

舒适，全新中控台仪表造型，搭载智能车机系统，令“科技、时尚”特质更鲜明。同时，全新绅宝 X55 未来将全系标配车身稳定系统 ESP、电子手刹 EPB、外后视镜电加热和电动折叠功能，高配车型还将搭载 360° 随动 3D 全景影像，更丰富、安全的驾乘配置也将坚定消费者的选择信心。

除一系列 2.0 时代下的汽车产品，绅宝 X35 墨金版、北京 (BJ)20 混动版、北京 (BJ)40L 特别版、北京 (BJ)80 P4 油电混合版等 11 款明星产品也都悉数亮相，全明星阵容闪耀全场，宣告了北汽自主“中国匠心”的强大实力和巨大潜能。

## “老炮”冯小刚驾到 北汽展台“遇见”人气大咖

今年的上海国际车展，北汽展台采用了全新的造型设计，一时间成为观众关注的焦点。光影配合，焕然一新的科技感、潮流感、文化感，处处营造出别具一格的视觉感受。全新的展台设计也迎来了一位极具人气的“大咖”，“老炮”冯小刚导

演神秘亮相北汽展台，掀起了人气狂潮。当日发布会现场朗读声迭起，一段北京汽车《朗读者》节目的视频引起了现场热烈反响，随后冯小刚导演现场以脱口秀形式分享了一段关于“遇见”的人生传奇，引领大家“遇见”北汽自主的颠覆与进化。

2016年，北京汽车以强劲势头创造了震惊业内的“北汽速度”，全年以 87% 的增速领跑大盘，令市场看到了一个年轻品牌的爆发力。未来，随着二代车战略对产品、技术的全面进化，北汽绅宝将迎来一个快速生长的全新时代。



全新绅宝 D50 发布

# 新能源 X 互联网时代， 中国品牌汽车即将完成绝地反击

本次上海车展，“四化”已成各大车企核心追求，是新的汽车评判标准。随着消费模式不断升级，“新能源 X 互联网”已成为购车标配。其中，荣威 Vision-E、长城 WEY Pi4 VV7X、吉利领克 01 这三款自主品牌概念车在本届车展上吸睛无数，自主品牌三剑客崛起，更是展示未来的造车趋势。那么，自主品牌“三剑客”，未来究竟由谁领军？



荣威 Vision-E 概念车

那么我们就先来看看吉利吧，拥有沃尔沃这么一个纯天然无添加的平台，对于吉利来说当然是大好的事情，领克与沃尔沃汽车在中国共享制造基地，按照与沃尔沃同样的质量标准、制造工艺生产具有世界领先品质的汽车产品。基于由沃尔沃汽车主导，吉利汽车与沃尔沃汽车联合开发的 CMA 中级车基础模块架构建立。并且领克所有的车型都会有插电式混动或者纯电版本。

如果说吉利坐拥沃尔沃，荣威背后拥有着上汽这个大平台，那么唯一的一个“摸着石头”过河的当属长城了吧。在自主品牌的三剑客中，长城能占有一席之地也实属不易，不得不说此次车展发布的前卫产品，的确让人眼前一亮。新车定位为紧凑型插电式混动 SUV，具备电动四驱技术及 5+3 驾驶模式。此次长城高端品牌魏派 WEY 旗下新车 WEY VV7c/VV7s 的上市毫

无疑为长城开辟了全新的市场。

再来看看荣威，作为互联网汽车的先行者，荣威成为全球互联网产品占比最高的汽车品牌，拥有最成熟的汽车互联网技术。在上汽“新四化”战略布局中，电动化是基础，网联化是条件，智能化是关键，共享化是社会发展的目标，四者关系是耦合与互为支撑。在电动化方面，上汽是国内唯一一家在插电混动、纯电动和燃料电池技术上三条路

线并进的公司；到 2020 年，上汽新能源车的年销量将突破 60 万辆。

提到电动化，我们首先想到的自然是新能源车，按照上汽集团的规划，在今年除已经推出的荣威 eRX5 插电混动 SUV 外，包括荣威 e16 插电混动轿车、荣威 ERX5 纯电动 SUV 和 EV68 燃料电池商用车都已经提上日程。

网联化方面，通过第一代互联网汽车荣威 RX5，上汽已经建立起车载

硬件设施与车载互联网系统的应用开发体系，向打造面向未来的自主品牌互联网汽车及其生态圈迈出了坚实的第一步。智能化方面，上汽自主研发的智能驾驶汽车已经进入第二代，第三、第四、第五代的研发将持续不断推进，并同步发展大数据、云计算和人工智能。

共享化方面，上汽和国际汽车城合作，整合优势资源，成立了 EVCARD，希望在未来 5 年成为全球最大的分时共享产品，综合利用汽车公司的产业制造商、服务提供商与用户之间的各种优势，一方面让用户得到更好的体验、更便捷地出行；另一方面，共享化也将是其他三化持续推进的支撑性环节。

在这种转变趋势中，引领汽车全新发展潮流的荣威—光之翼 (VISION-E) 概念车诞生。荣威 VISION-E 概念车体现了上汽极致、专注的造车精神，集众多智能“黑科技”和极致美感于一体，称得上是为人类未来造的车。

启迪未来的科技感和符合主流审美的颜值，都是不可或缺的元素。荣威 VISION-E 以“光”为名，“光”代表电动、科技，代表荣威品牌对纯电动时代的未来愿景。整车设计彰显 SAIC DESIGN 以消费者为核心的纯电动设计理念，以及对未来的设计判断。主要传达了纯净之光、律动之光、未来之光三大设计概念。

搭载上汽集团和阿里巴巴联合研发的最新 YunOS Auto 智能互联系统，并拥有 AR-HUD 抬头显示技术、自主泊车、无线充电等“未来黑科技”。在续航里程表现以及操控上，荣威 VISION-E 的新能源核心技术，也超越了目前国际上同级豪华纯电动汽车品牌的表现。它的续航里程将不少于 500 公里，百公里加速不大于 4 秒，表现均达到国际领先水平。

Vision-E 的诞生，标志着对于未来产品核心竞争力的精准洞察不前瞻布局。中国是新能源的最大的市场，也是应用数据最大的市场，上汽作为目前互联网车型占比最高的车企，也是唯一实现互联网汽车量产化的车企，将以 Vision-E 的诞生为契机，继续扩大数据积累优势，进行更多前瞻性创新性尝试，始终保持行业领先地位。新物种的产生才能成为可能。以强强联手的上汽阿里合作为基础，以“思想众筹”作为创新手段，在这个重探索的时代，新的思维逻辑将成为下一个时代浪潮。

从未来的趋势来看，汽车工业不仅可以与信息产业、智能科技“跨界”

合作打造“新物种”，同时可以与用户“跨界合作”擦出火花。上汽集团首次于汽车行业提出“思想众筹”，让用户参与造车，是对汽车工业全新商业模式的探索。

一个用户眼中有一辆车，一千个用户眼中则有一千辆车。互联网新时代的用户，年轻、有创意、有想法，热衷于表达自我，流水线千篇一律的汽车产品已经不能满足需求，只有拥有极致设计、操控、智能和互联的汽车“新物种”才能迎合他们的需求。时代赋予了上汽集团这样的使命，上汽集团将改变传统的单向“造车”模式，邀请用户参与造车，开启互动、共享“造车”时代。

如果说推出“全球首款量产互联网汽车”荣威 eRX5 是上汽十年磨一剑的力作，那么荣威 VISION-E 概念车，则是上汽前瞻布局未来技术的划时代之作。上汽将品质战略、专注极致的造车理念，注入到荣威 VISION-E 身上，通过自信优雅的设计主张、诸多新能源以及互联网和智能驾驶“黑科技”定义了未来的汽车，荣威 VISION-E 必将开启汽车产业和用户体验的新时代。

在本届车展现场，上汽集团副总裁、上汽乘用车公司总经理王晓秋表示，未来上汽集团还将继续和用户携手成长，以思维的新生、技术的新生和品类的新生，满足这一代消费者的全新需求，为更多用户带来超越时代的极致体验。

截至目前，上汽集团荣威品牌凭借对前瞻技术的超前投入，对品质、对“新能源+互联网”的专注和极致追求，已成为全球互联网产品占比最高的汽车品牌，拥有最全的互联网汽车科技和研发能力。在新一代产品的带动下，荣威品牌销量连续猛涨，第一季度销量超过 9 万辆，同比增长 147%，续写“中国汽车品牌增速王”的优异战绩。值得注意的是，9 万多的总销量中，新能源、互联网车型等全新一代产品占比近 60%。同时，上汽集团的全新一代产品，在高颜值、黑科技、人性化等方面的表现，消费者口碑均名列前茅。

凭借一系列互联网汽车、新能源汽车新品类，荣威品牌已率先以超高“性价比”，俘获了新一代消费者的心。未来，随着荣威 i6 16T、荣威 e16、荣威 Vision-E 量产车等革新产品的上市，荣威将让更多消费者享受到这个时代极致的出行体验，同时“新能源+互联网+智能化”汽车所带来的全新增长点，也必将成为中国汽车“弯道超车”的最强引擎。