

广汽丰田C-HR：“双”料全面越级



青年报 车键

8月5日，TNGA家族首款SUV车型广汽丰田C-HR正式上市，新车搭载全新研发的TNGA 2.0L Dynamic Force Engine发动机，匹配全新Direct Shift-CVT变速箱，基本版四款车型市场建议指导价为14.48万-17.98万元；为响应顾客多样化需求，特别推出两款C-HR特装版车型，市场建议指导价为15.98万-16.98万元；另推出店头加装特别版，市场建议指导价为14.78万-15.68万元。

“双”料全面越级 重新定义SUV潮流

凭借对概念车高度还原，C-HR的SEXY DIAMOND风格颜值爆表，双色车身、双尾翼设计、双空间座舱、双区恒温双循环空调等潮流炫酷设计吸人眼球；同时，C-HR搭载全新研发的TNGA高热效率2.0L双喷射双循

环发动机、全球首创齿钢带双传动CVT变速箱、双叉臂后悬架等，缔造车随心动的驾控性能，使得C-HR在驾趣上备受瞩目；而在安全上，C-HR也拥有全时响应的越级智能安全主动配置，包括双前防撞梁、双后防撞梁、Toyota Safety Sense智行安全系统(丰田规避碰撞辅助套装)，以及全系标配10安全气囊等。

潮流新物种已上架 “贷”你年轻新玩法

为回应年轻市场对C-HR的热捧，广汽丰田为C-HR量身定制“C-HR贷你轻松做潮人”专属金融政策，其中包括日供20元起、芝麻信用专属礼遇、低首付20%起、免抵押计划等多种超值方案。贷款手续及资料提供也更简化、便捷，仅需提供身份证、驾驶证、芝麻信用分等资料，在丰云惠个人中心，点击“金融贷款申请”即可提交贷款申请。

另外，广汽丰田的顾客服务新玩法也领潮而来，除了到店预订，消费者还可以通过官方商城等线上渠道进行在线预订，及时追踪订单，生产、运输、到店和交车信息，全过程将实现透明化体验，自发布后便广受年轻一族青睐。

匠心品质基因 树立独特价值高地

C-HR潮流的起点广汽丰田，多年坚持贯彻“自动化”“自工序完结”“JIT”等丰田先进生产理念，坚持淬炼“匠心质造”功力，已连续三年全部生产线获“零缺陷率”评价，是唯一达成此成就的丰田海外事业体。广汽丰田匠心品质基因因为C-HR奠定品质基石。另一方面，作为广汽丰田TNGA家族第二款车型，C-HR更加得益于广汽丰田在第八代凯美瑞上积累的TNGA生产经验。

如今，随着C-HR的到店上市，这款“潮流新物种”将为更多消费者带来越级价值新体验。

■ 资讯

创造年轻的意义 Polo 独家冠名播出《新青年》

青年报 程元辉

日前，由Polo独家冠名播出的国内首档明星幕后微纪录片《新青年》正在线上热播。据悉，节目自7月中旬上线以来，播放量已超过2000万次，受到了年轻观众们热情追捧，也带动微博话题#Polo站自己#近亿次的阅读量。

本季《新青年》将邀请6位新生代一线明星，每期与一位嘉宾互动访谈，分享他们“站自己”的人生态度，也传递出与Polo新青年高度契合的品牌精神。这档节目向年轻观众传播了娱乐文化的正能量，正如Polo一直以来都是年轻消费者的优质选择。凭借高端品质与扎实口碑，Polo已经获得近185万用户的认可，稳居合资A0级车市占有率第一的宝座。

目前播出的李易峰、迪丽热巴两期节目，引起热烈的收视反响。节目中，两位颜值、流量双双在线的当红明星坦言，人生不该是道单选题，坚持做喜欢的事情就会开心享受。自

己定义自己是“新青年”的时代风尚，有想法、有态度的优质偶像也正在影响着更多年轻人，激活其蓬勃朝气与昂扬精神。作为一款A0级精品座驾，Polo入华16年，始终关注着升级的消费需求，以不断革新的产品力焕发勃勃生机，彰显同级车市的领袖气质。今年5月，Polo推出5款1.5L车型，令全系车型更高效、更安全，提升了产品的性价比和品牌的竞争力。

与此同时，Polo坚守在洞察青年态度的前线，推广“年轻、时尚、动感”的品牌内涵。自2014年推出“新青年”的品牌口号以来，Polo先后投入到CTCC中国房车锦标赛、邀请韩寒代言并赞助其电影作品《后会无期》、支持孟京辉话剧《恋爱的犀牛》高校巡演、在上海地铁站设计镜面互动鼓励年轻人“站自己”等，把握青春能量的脉搏，与年轻消费群体共鸣。

年轻的意义，任由自己创造。此次大众Polo赞助《新青年》，犹如两股青春风暴的聚合，号召年轻一代勇于“站自己”。

沃尔沃全新XC40上市

青年报 程元辉

8月2日，沃尔沃全新XC40正式上市，共推出“T4四驱”“T5四驱运动”两种动力配置的四款进口车型，售价32.18万元至39.88万元。

作为一款纯正SUV，沃尔沃全新XC40具备出众的硬朗气质，拥有4,425mm x 1,863mm x 1,652mm的超宽车身和211mm离地间隙，搭配最大20英寸铝合金轮毂，营造出充满力量的动感之势。

远程共享用车是全新XC40同级首创的汽车互联功能。无论你在哪里，只需通过手机上的Volvo On Call随车管家APP，便可将用车权限发送给他人。

全新XC40的Sensus智能车载交互系统，搭配12.3英寸液晶智能数字仪表盘与9英寸触控式中控屏，结合苹果Carplay、手机无线充电等功能，为车主带

来领先、便利的移动互联体验。音响系统采用Air Woofer技术，创新性地将前置低音扬声器的位置转移至挡风玻璃下，有效增强低频声量，提供强劲、动感的音乐享受。

全系标配City Safety城市安全系统、LKA车道保持辅助、对向车辆智能避让，并配备包括BLIS智能盲点信息系统、CTA倒车车侧警示、追尾预防性保护在内的全方位智能护航系统等安全科技。

广受赞誉的Drive-E E驱智能科技配合8速自动变速器，为沃尔沃全新XC40带来充沛强劲且平顺稳定的动力表现。

全新XC40的高车身在为驾驶员带来较高坐姿和良好视野同时，也提供了优秀的车辆通过性，智能四驱系统以及5种驾驶模式可轻松适应各种地形，无论城市道路还是越野路况，驾驶者都可随心掌控、畅享从容。



奥迪在华销量增长超两成

2018上半年全球销量增长4.5%

青年报 孙臣

根据奥迪全球官网公布的销量数据，6月份，奥迪全球销量达164000辆，较去年同期的强劲业绩下滑3.8%。今年上半年，奥迪全球累计交付量达949300辆，较去年同期上涨4.5%。

全球销量创新高 中国地区增幅最大

在美国，奥迪6月份新车销量与去年同期大致持平，共售出1.94万辆，微增0.3%。上半年，奥迪累计交付量达10.8万辆，较去年同期上涨4.8%。从整个北美市场来看，奥迪6月销量较去年同期微降0.5%。不过，奥迪新车交付量保持强劲增长，共售出13.5万辆汽车，增幅为5.3%。

在中国，今年上半年奥迪累计交付量达30.65万辆，同比劲增20.3%。6月份，由于中国宣布对部分汽车和零部件降低关税，奥迪共售出4.8万辆新车，较去年同期下降7.2%。奥迪A4L的销量实现了大幅增长(29.1%)，共售出1.27万辆。自年初以来，奥迪A4L车型销量较去年同期飞涨65.1%，共售出

7.47万辆，成为迄今为止在中国最畅销的车型。

在欧洲市场，奥迪6月份新车销量较去年同期略降1.8%，共售出7.87万辆，上半年累计交付量达43.9万辆，同比下降4.2%。奥迪新推出的A7和A8车型在上半年均实现了强劲增长，涨幅分别高达41.7%和21.3%；奥迪新款A6轿车即将上市，新款A6 Avant也将于夏末在欧洲推出。

不过，即将到来到中国的市场的奥迪Q2车型已然成为了奥迪在欧洲销量的新增长点。今年上半年，奥迪Q2累计交付量达4.6万辆，较去年同期实现7.8%增幅。

营收增长与挑战并存

据奥迪公布的财报显示，从1月到6月，奥迪向客户交付了94.9万辆新车(2017年：90.8万辆)。得益于亚洲和北美交付量增长，核心品牌奥迪全球交付量增加了4.5%。奥迪集团上半年营业收入增长3.9%，达311.83亿欧元(2017年：300.11亿欧元)；营业利润增长3.0%，达27.61亿欧元(2017年：

26.80亿欧元)，销售回报率达到8.9%，与去年上半年一样。营业利润不包括中国合资企业的营收，奥迪上半年在中国交付量增幅最大。

但是由于下半年欧盟要实施新WLTP测试循环，而且奥迪将迎来史上最全面的车型换代，下半年客户交付量将受到影响。

奥迪临时首席执行官兼市场营销董事会成员Bram Schot表示，“尽管形势艰难，奥迪上半年销量依然实现了增长，利润回报也实现了增长，而这得益于亚洲和北美市场的强劲表现。下半年，我们将生产更多车型，并推出首款纯电动车型e-tron，因此下半年将非常具有挑战性。”

目前，奥迪股份公司的财务状况非常健康，而且受到年初启动的集团转型计划的大力支持。到2022年，转型计划有望实现总收入为100亿欧元的正回报，并将资源优先分配给“奥迪·突破科技·2025”重点品牌战略的关键创新领域。今年年中，奥迪已经在其转型计划背景下采取了第一批措施，将给全年营业利润增加5亿多欧元，并将继续全面实施该计划。