

“品确官”揭秘一汽丰田新能源工厂，bZ3官方指导价16.98万元起

张扬 文图

丰田全球首款纯电轿车bZ3在3月初公布了官方指导价，新车共发布3个版本，指导价格分别为：精英PRO版16.98万元、长续航PRO版18.98万元、长续航Premium版19.98万元。

当日，bZ3的“诞生地”一汽丰田新能源工厂也首次对外开放。由9名媒体人组成的“品确官”深度探索了这座技术全球领先、品控管理严苛、制造工艺卓越、数字化智能化程度极高的生产基地，揭开了bZ3高品质、高魅力背后的奥秘。

一汽丰田匠心“智”造 bZ3炼就精品

在工厂负责人的带领下，第一批“品确官”全景见证了一款高品质一汽丰田新能源车的诞生。一汽丰田新能源工厂是丰田全球自动化程度最高的工厂，具有“全”“智”“新”三大特点。

在引入全球领先技术的同时，一汽丰田新能源工厂也将丰田的底蕴传承了下来。在生产线上，品确官看到了“匠人与机器”的默契协作，匠人将注意力灌注于车辆的每一个细节，通过触觉、视觉、听觉，进行更有条理的检查，用无可



替代的匠心技艺，诠释对品质的坚守。

没有一日成名，唯有百炼成钢。一汽丰田新能源工厂在生产制造层面，坚持QDR(高品质、高可靠性、高耐久度)标准打造纯正丰田产品，而bZ3正是在这样精益制造的生产体系下“炼”成的，从研发、生产、品控全部符合丰田标准，为用户打造“零缺陷”的新能源产品，在电动化时代为用户“量产幸福”。

充满惊喜的沉浸式品确 bZ3是更懂中国用户的丰田车

在了解bZ3背后丰田品控哲学的同时，“品确官”们还实地验证了新车的综合实力。在动态性能的打造上，bZ3具备沉稳、扎实的底盘设计，兼顾了灵敏的加速、转向与平稳、舒

适的乘坐体验；在静谧性方面，bZ3安逸的座舱空间，为“品确官”留下深刻印象。

bZ3的总设计师加藤武郎与“品确官”一起进行了云交流。加藤武郎表示，bZ3在开发之初便设定为一款秉承“以人为本”核心理念的“丰田车”。为了更快速、精准地满足中国消费者的需求和喜好，丰田派出100多位设计、生产、技术、品质控制等领域的工程师参与研发，让bZ3呈现出更多新价值、新体验。

提升幸福感的纯电国民家轿 bZ3让你“放心入”

在电动化技术方面，bZ3的电动系统结合丰田多年来通过混合动力技术所积累的经验，

根据新车的设计需求，搭载全新设计的电池构造、冷却系统、控制系统和安全监测系统，具有高品质、高效率、高科技、安全安心的独特优势，实现了616公里超长续航(CLTCL工况)，仅需27分钟的快速充电(电量30%—80%)，同时，bZ3动力电池以“10年后电池容量保持率90%”为研发目标，努力抑制电池老化，让用户尽享安心无忧的出行生活。

除了成熟的三电技术，bZ3聚焦国民出行核心诉求，为家人带来温馨、舒适的乘坐体验。2880mm超长轴距以及沙发式后排座椅让家人出行在外，依旧能获得置身家中客厅的舒享款待。同时，bZ3在安全方面不分高低配，新车全系搭载Toyota Safety Sense智行安全，8个SRS安全气囊，以及多重电池监视系统，从主动安全、被动安全以及电池安全，给用户打造全方位守护，让安心一路随行。

从积极打造先进的新能源工厂，到纯电轿车bZ3的到来，让人们看到了在电动化智能化浪潮下，一个厚积薄发的一汽丰田正在跃然新境；有理由相信，以bZ3为开端，一汽丰田必将在纯电市场有更好的表现，为中国的新能源用户提供愈发精彩的出行生活。

携手500万幸福家庭 东风日产全新轩逸家族焕新上市

丽君 文图

3月中，“一定会幸福！全新轩逸家族来了暨500万幸福家庭欢聚之夜”，在幸福之都珠海圆满落幕。来自全国各地的近千位轩逸车主代表欢聚一堂，见证东风日产全新轩逸家族焕新上市。

全新轩逸家族共推出8款车型，其中，全新轩逸共推出3款车型，官方指导价格为11.90万元~13.39万元；超混电驱轩逸共推出5款车型，官方指导价格为13.89万元~17.49万元。全新轩逸家族成立后，将携手新轩逸·经典，组成“轩逸全家桶”，以更多动力选择、更丰富配置、更广价格区间，全面满足中国家庭用户的所有需求。

超混电驱轩逸搭载日新的第二代e-POWER技术，让消费者无忧享受100%电驱带来的快、顺、静、省的驾驶乐趣。东风日产为超混电驱轩逸提供了完善的质保服务，其中，电机、逆变器提供8年或12万公里质保，锂电池提供10年或20万公里质保。

此外，东风日产还带来了幸福购车礼、幸福保养礼、幸福置换礼、幸福增购礼、幸福畅享

礼五重礼遇，让广大消费者轻松拥有轩逸式幸福，具体可以详询东风日产专营店。

4年前，第14代轩逸“幸福在‘逸’起”欢乐夜在珠海长隆举行，300位车主代表受邀来到现场。今天，全新轩逸家族仍选择这个幸福的地方焕新上市，受邀车主近千位，而轩逸的用户数已达500万。

本次全新轩逸焕新上市发布会，采用用户共创的形式，以真实车主故事贯穿始终，延续幸福和欢乐的主题，成为东风日产首次最多车主家庭参与、车主参与程度最高、发布形式最别具一格的新车上市发布会，将轩逸“为家而生”“倡导幸福生活”的主张提升到全新高度。

“一路相陪，用心护卫，走进了千家万户……”轩逸车主共创歌曲《一路相陪》，采用rap的形式，将全新轩逸家族的进阶实力和车主家庭的真实情感进行融合，动感的旋律、动人的歌词，引发现场车主代表的深切共鸣。

参与本次发布会的车主代表，有来自中国最南边海南的第14代轩逸车主、有来自中国最西北新疆的超混电驱轩逸车主，更有父子两代都是轩逸的车主……站在舞台中央的他们，分享了自己与轩逸的幸福点滴。他们

努力上进、稳重务实、重视家庭、有责任有担当，懂得创造幸福，也懂得享受幸福，他们是500万轩逸幸福家庭的代表，也是中国亿万家庭的缩影。

这场双向奔赴的上市发布会上，东风日产以技术打造实力过硬的产品，以诚心服务满足用户多元需求，充分体现了自身“人·车·生活”的理念。



抢抓“一带一路”机遇 MG冲刺年销百万 上汽宁德-墨西哥自营航线首发启航



温温 文图

3月15日，上汽集团宣布宁德-墨西哥国际自营航线首发启航，上汽旗下运载量最大的汽车滚装船——安吉凤凰号搭载首批千辆MG品牌新车，从福建宁德港专属滚装码头驶向墨西哥拉萨罗卡德纳斯(Lazaro Cardenas)港。在“一带一路”倡议提出10周年之际，上汽MG品牌积极抢抓战略机遇，开通新航线、发力新市

场，正在加速冲刺全球年销量“百万目标”。

冲刺“年销百万” 宁德产MG新车驰援墨西哥

2007年，MG品牌新车登陆南美智利，正式启动“全球攻略”。2009、2011、2017年，MG品牌全球年销量接连跨越1万辆、5万辆、15万辆台阶。2019年，MG品牌全球销售30万辆，

并首次成为“中国单一品牌海外销量领跑者”。2022年，MG品牌全球年销量突破66万辆，同比增长26%，成功实现“海外销量领跑”“累计出海破百万”，在澳大利亚、新西兰、墨西哥、泰国、智利等近20个国家跻身单一品牌TOP 10，MG4 ELECTRIC(国内定名为MG MULAN)于9月份在国内和欧洲同步上市，登陆近30个欧洲国家、每月新增订单超过1万个。2023年，MG品牌全球销量目标“瞄准”80万辆；2024年是MG品牌诞生一百周年，将全力冲刺全球年销量“百万目标”。

墨西哥地处“21世纪海上丝绸之路”自然延伸带，进入当地仅两年时间的MG品牌，去年全年销量突破4.8万辆，同比增长201%，在乘用车市场排名迅速攀升至第7。为满足当地消费者快速增长的购车需求，来自上汽宁德基地的首批千辆MG品牌新车，“火线驰援”墨西哥。上汽宁德工厂是上汽集团重点培育的新能源和出口基地，迄今为止已有超过50万辆新能源和智能汽车在这里下线。随着宁德-墨西哥航线的正式开通，上汽宁德基地成为集

仓储、公路运输、铁路运输和远洋运输等多种物流模式于一身的整车生产基地，出口业务进入发展快车道。

全产业链出海 海外销量保持强劲增长

去年，上汽海外市场销量达到101.7万辆，连续7年位于国内车企榜前列，这也是该车企海外年销量首次突破百万辆大关，海外每卖出3辆“中国车”，就有一辆是“上汽造”。今年1—2月份，上汽海外销量突破16万辆，同比增长31.9%，延续强劲上升势头。

上汽在海外始终保持迅猛增长的关键，在于开创了一条中国汽车企业“走出去”的差异化道路。作为有系统、有规划、成建制“走出去”的汽车企业，上汽在海外构建了包括创新研发中心、生产基地、营销中心、供应链中心及金融公司在内的汽车产业全价值链，产品和服务已进入全球90余个国家和地区，形成了欧洲“十万辆级”以及澳新、美洲、中东、东盟、南亚5个“五万辆级”海外区域市场。