

## 旗帜新车

## 日产新天籁 全球首发



在本次 2008 北京车展上,东风日产将和日产(中国)投资有限公司联袂参展,以领先业界的科技、环保、设计来诠释“人·车·自然和谐共存”的 NISSAN 品牌理念。

据介绍,在 2008 北京车展 2 号馆 1967 平方米的展台上,除了 NISSAN 著名的概念车 PIVO2 和智能型商用车 NV200、超级跑车 350Z,刚刚上市的中国首款跨界车逍客

以及骐威劲锐版、骐威 2008、轩逸致酷版四款新车将首次集体亮相。最值得关注的是,日产新天籁同样选择在北京车展作全球首发,东风日产亦已开始投产新车,预计新车会在今年 6 月推出市场。

据介绍,新一代天籁的研发工作始于 2002 年,当时正准备大规模进军中国市场的日产汽车公司认识到,中国将成为全球

最重要的汽车市场之一,中国市场也将成为日产全球战略的重要支点。基于对中国市场的前瞻性判断,日产汽车一改以往按照欧美消费者需求为研发基准的作法,将中国消费者的需求作为新一代天籁的研发基准,并在中国进行了大量的消费者调研。

经过细致的市场调研,新一代天籁专为中国消费者推出了高端车型“天籁·公爵 (TEANA·XV)”,包含 2.5L、3.5L 两个排量,车身尺寸比“天籁 (TEANA)”稍大,外观也有所变化,加装了更富立体感的前格栅和镀铬双排气管。它还装备了顶级 BOSE 5.1ch 环绕音响系统和在同级车中首次应用的超大型双层全景天窗,为消费者提供了更高等级的豪华享受。

为实现一流的驾乘舒适感,新天籁在日产汽车 D 平台上诞生。D 平台是日产汽车公司汇聚全球顶尖技术、历时 4 年精心打造的高级轿车平台,在这一平台上,诞生了 ALTIMA、MAXIMA、MURANO 等世界名车。大量新技术的应用,使得新一代天籁的噪音隔绝水平达到了豪华轿车的标准。

业内人士指出,中国中高级轿车市场竞争异常激烈,但发展潜力巨大。新一代天籁突破了传统欧系车和日系车的固有界限,满足了中国消费者对精致舒适与安全操控的双重需求,必将改写中国中高级轿车市场的竞争格局。

## 上汽通用五菱 从“创赢”走向“赢领”

如果说两年前的北京车展,上汽通用五菱对于“领先”还只是一种愿望的话,那么,今年的北京车展,上汽通用五菱已经有足够的底气来面对“领先”。相较 2006 年的内敛,上汽通用五菱今年无论在展馆位置与规模、展台设计,还是在展览主题、展品选择上,都显得更加自信。

位于西一号展馆的上汽通用五菱,展台面积明显比 2006 年大了不少,主题也由 2006 年的“创赢未来”变为了“赢领未来”,“大微客”五菱荣光、“宜商宜乘”的五菱鸿途、“社会保有量超过百万”的五菱之光、08 款雪佛兰 SPARK 乐驰、新一代小排量大功率 B 系列发动机同台亮相,更引人注目的是通用汽车公司董事长兼首席执行官瓦格纳也现身上汽通用五菱车展阵营。

在本次车展首个新闻日上,上汽通用



五菱总经理沈阳宣布五菱荣光正式对外发布:“五菱荣光是我们为顺应微客向大型化、舒适化、环保节能方向发展的趋势,满足消费者对于微车产品大空间、经济实用、安全性与舒适性的要求,集成股东方、国内

高等院校、科研机构等多方优势研发资源,自主研发的全新车型。搭载上汽通用五菱 B12 发动机的五菱荣光,在动力性和燃油耗经济性上将给消费者带来更多的惊喜!相较当前市场上的传统微客产品,五菱荣光无论是轴距和车身长度、空间大小与舒适性,还是动力与节能,都具有突出的竞争优势!”

从沈阳在发布会现场的致辞中,不难看出上汽通用五菱 2008 年持续领先的决心,以及其对五菱荣光与 B 系列发动机市场表现的充足信心很明显,两者被摆在了 2008 的主力先锋位置,承担着塑造其微车领域专业、领先形象的重任。由于在承载空间、经济实用性、动力、安全性方面的优秀表现,某位业内资深人士认为,五菱荣光的出现,将开创一个全新的时代——“大微客时代”。

## 长城发布“非凡”两厢小车

第十届北京国际车展上,长城汽车携多款新车共同发布,其中较为引人瞩目的即非凡系列车型,也是其在国内的首度亮相。

非凡设计为多功能大两厢车型,作为长城汽车今年重要的战略车型,填补了国内自主品牌中此类车型的空白,并将时尚造型和便利功能完美融合,超越以往轿车界限。

非凡外表既有动感元素,又有稳重含蓄

的特性。高强度车身结构设计,大量采用高强度钢板、激光拼焊板。前后门内部装有防撞杆、前舱前部防撞梁、后围缓冲杠,构筑非凡车身。不仅适合居家使用、商务活动,而且凭借超大的内部空间可满足业务运载及郊游功能,大件物品也可随意装载。

长城非凡采用的引擎为 1.5L VVT 高性能汽油发动机,排放可达到欧 IV 标准,最高时速为 174 公里每小时,百公里油耗仅为 6.43L,输出功率可达 80KW,最大扭矩 145N.M。整车最大的亮点之一即大量采用环保材料,可以实现回收利用,突出体现了超前的环保意识。

作为长城汽车的一款战略车型,非凡的高调亮相不仅丰富了长城汽车的产品线,而且是长城汽车在多功能两厢车市场上布下的一枚重要棋子,将为长城汽车未来的销售

目标作出不同凡响的贡献。

除此之外,长城汽车还推出了欧拉、精灵纯电动车、哈弗混合动力车等几款概念车。

据介绍,长城欧拉完全由电机驱动,单次充电可行驶 140 公里,时速达 655 公里,每百公里运行费用不到 10 元。

长城精灵纯电动车是在长城精灵轿车的基础上设计开发的,其动力系统为 50Kw 的永磁直流无刷电机,时速可达 130 公里。电池采用先进的锂离子电池,10 分钟可充电 70%,续航里程可达 180 公里。

长城哈弗混合动力车是在长城哈弗产品基础上开发的新能源车,排量为 2.4L,时速可达 160 公里,达到欧 IV 排放标准。匹配混合动力发动机,采用六速自动变速箱,可实现节油 15%以上。

奇瑞汽车  
六大阵营  
凸现品牌战略

4 月 20 日上午,北京新国展中心 E3 馆 2500 平米的展台上,5 件彩色“车衣”缓缓升起,多彩五娃 (Faira) 在奇瑞汽车六大阵营的宏大参展阵容中,显得尤为耀目。随着奇瑞汽车董事长尹同耀宣布奇瑞参展主题“SAFE AND SAVE”,奇瑞正式拉开本次车展序幕。

据了解,“SAFE AND SAVE”,是奇瑞一直以来品牌理念——“更安全 更节能 更环保”的升华。本次车展,奇瑞丰富的展品和多彩的活动无一不聚焦于此,将安全、节能、环保、品质、品质、国际几大关键词体现得淋漓尽致,全面展现了民族汽车领军企业的核心竞争力。

奇瑞本次参展展品分为六大阵营,包括多彩五娃、家轿欧风、银海绿洲、银甲悍将、银色王者和运动激情,共推出 14 款新车和多款新能源车型,凸现品牌战略,主要通过三条线来体现。

一是推出全新品牌,全新品牌“五娃”和“悍虎”,瞄准了时尚的精品小车、越野 SUV 及皮卡的分细分市场,将进一步丰富和完善奇瑞的产品序列。

二是现有品牌系分别推出更高端车型,奇瑞 A 系推出欧风系列家轿奇瑞 A3、东方之子系推出 C 级轿车东方之子 6、瑞麒系推出高端商务用车 MPV 瑞麒 5 以及多功能复合型轻客瑞麒 8 等,新的车型给现有品牌注入了新的血液。

三是老品牌升级换代,原风云品牌全面回归,全新推出风云 2,继续追逐老一代风云及旗云的国民车梦想。

除新车外,展示的新能源也都匹配在了各个新老车型上,多已达到或接近量产水平。

诠释车展主题:本次车展,奇瑞从三条线完美诠释了“SAFE AND SAVE”的主题。

一是节能环保,这自然是“SAFE AND SAVE”的关键点。奇瑞从两个角度予以充分体现,一方面是通过领先技术体现,由柴油车、混合动力车、燃料电池车和灵活燃料车组成“银海绿洲”阵营,集中展示奇瑞汽车在节能环保新能源车领域的实力;另一方面是从排量上支持,“多彩五娃”阵营充分展现奇瑞汽车倡导节能减排,做“小车王”的决心。

二是安全,这与消费者关系最为密切,性命攸关,是“SAFE AND SAVE”中的另一个支点。本次车展中亮相的“五娃”系列产品即将上市的“奇瑞 A3”系列产品都具备极高的安全性能。从设计上看,两个系列均是全球化设计,符合欧美安全规范。同时,“五娃”从设计上达到国内 C-NCAP 碰撞四星标准,“奇瑞 A3”的设计甚至具备 C-NCAP 碰撞五星级水准。

三是品质,让消费者用得最舒心、最省心,可靠性有保障,方能立足长久。即将上市的奇瑞 A3,将在车展现场举办 A3 上市前 10 万公里连续不间断公开测试的发车仪式,是奇瑞对自身品质的严格把控,也是对消费者负责任的表现。

