



2010年4月28日 星期三 主编 舒晗 编辑 王美华 校对 陈梅 版式 王静

橙

## 奔驰全新长轴距E级轿车亮相

在本次北京国际车展上,奔驰独具匠心的展台设计格外引人注目,双层的螺旋式展台为现场观众带来一场奇幻的视觉之旅,展台布景中的中西合璧创新设计元素完美表达了奔驰对中国市场的致敬。

梅赛德斯-奔驰全新长轴距E级轿车、SLS AMG超级跑车、全新E 350敞篷跑车和E 260 CGI敞篷跑车全部悉数到场。此番豪华车型列阵出征,也正是梅赛德斯-奔驰在中国市场繁荣发展的全面体现。近年来,奔驰在中国市场持续稳步发展,去年更以77%的同比增幅成为中国市场发展最为迅速的豪华汽车品牌。而在今年一季度,奔驰延续着令人振奋的发展势头,在中国大陆地区共销售梅赛德斯-奔驰、AMG、smart及迈巴赫汽车超过

23610台,同比增长112%——如此亮眼业绩使中国毋庸置疑地继续位列奔驰全球销量增长最快的市场。

梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司总裁兼首席执行官麦尔斯先生表示:“卓越的市场表现印证了奔驰卓有成效的中国策略。作为一个拥有超过120年历史的汽车品牌,梅赛德斯-奔驰始终牢牢捍卫着自身作为全球豪华车领导者的地位,始终致力于不断完善自我,与时俱进。针对中国消费者的需求,我们以创新的精神不断引入更多契合中国消费者需要的极致之作。今天为大家



梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司总裁兼首席执行官麦尔斯

呈现的众多车型就以其无限的激情、创新的技术及先驱的环保理念,诠释了奔驰一贯倡导的‘绿色豪华’与卓越品质,成为我们对完美追求的最佳体现。”

## Honda 发布环保技术战略新品计划



本田歌诗图

2010年4月23日,东风本田在此次北京车展上主打环保风,携旗下CIVICHYBRID(思域混合动力)、思铂睿、新CR-V、思域等环保车型隆重参展。Honda以“净享地球未来”为主题,

携最先进的环保产品和技术灿烂。Honda社长伊东孝绅出席了23日的新闻发布会,全面阐述了Honda领先的环保技术战略,并发布了面向中国市场的新产品计划。

本田汽车公司总裁伊东孝绅表示2012年将在中国推出Insight和CR-Z两款混合动力汽车,未来还将推出讴歌品牌的混合动力车型。

本届车展,Honda伊东孝绅社长发布了将导入广汽本田的全新型号:轿跑型豪华跨界车——歌诗图(Crosstour)。歌诗图(Crosstour)以“Advanced Grand Tourer”为设计理念,整车洋溢着浓厚的现代感和科技感,成功把轿跑的外观和操控、豪华轿车的空间和舒适型,以及SUV的高通过性完美融合,创造出独有的全新车型概念。歌诗图(Crosstour)计划于2010年年内广汽本田投产。

## 日产 NV200 揭幕 CDV 时代即将到来

在第十一届北京国际车展上,日产CEO戈恩为MARCH和NV200进行了揭幕。戈恩说,NV200是一款将中国用户对MPV和商用车所追求的元素结合中国市场实现完美融合的CDV车型,曾获得欧洲2010年度“CDV国际大奖(IVOY)”,在日本同类市场占有率第一,NV200不仅外观时尚、使用便利,且拥有极佳的燃油经济性。

戈恩宣布,NV200由日产在中国的合资公司郑州日产生产,6月份正式上市,售价在8万~12万元之间。

本次郑州日产携日产NV200和东风帅客电动车参展。作为国际化CDV代表车型的NV200优势明显:外观时尚而有高级感,在同等级燃油经济性下提供更高动力,车内后部空间方便实用且灵活多变。郑州日产总经理郭振甫表示,中国将快速进入CDV和微客“比翼齐飞”时代。目前市场对第一款CDV车型帅客评价甚高,销售好于预期。帅客纯电动车在东风展台展出。同时,郑州日产提出挑战“10、20”计划,即:2010年销量目标挑战10万台,2012年销量目标挑战20万台。

## 日产全球首款量产电动汽车登场

4月23日日产(中国)投资有限公司携手其在华合资企业东风日产、郑州日产,与高端豪华品牌英菲尼迪,率旗下精英车型亮相北京国际车展。多款经典热销车型依次登场,备受瞩目;同时,日产汽车全球首款量产电动汽车日产聆风(NISSAN LEAF),为新时代消费者打造低碳节能“易生活”的日产新一代MARCH以及新一代CDV代表车型NISSAN NV200等3款全新车型的中国首次亮相,使得车展现场高潮迭起。

日产汽车公司全球总裁兼首席执行官卡洛斯·戈恩先生

莅临车展现场,使得日产汽车成为媒体和大众关注的焦点。基于日产汽车在中国市场的强劲增长,戈恩传递出日产汽车对未来中国市场的坚定信心。本次车展日产汽车展台首次采用蓝色为主题色,这使得1966平方米的台身充满自然气息,与本次车展主题“畅想绿色未来”相得益彰。



首席执行官卡洛斯·戈恩先生

# 传承全球经典 引领智享易驾新潮流

新一代MARCH亮相北京车展 即日启动预售



新一代MARCH

4月23日,第十一届北京国际车展正式拉开帷幕,东风日产携旗下天籁、奇骏、逍客、轩逸、TIIDA(骐达/颐达)、骊威,以及传奇跑车NISSAN-GTR参展。在媒体日新闻发布会上,东风日产副总经理任勇宣布,备受关注的日产全球战略车型新一代MARCH中文名为“玛驰”,即日起接受预定,其4个级别预售价格区间为7万~10万元,预计将在2010年下半年全面上市。河南消费者可在东风日产郑州中原专营店免费预定该车型。

新一代MARCH是日产汽车以“挚友般的亲近感”为设计理念打造的一款“智享易驾两厢车”。其目标客户指向所有崇尚真我个性、热爱时尚、追求自由自在的生活方式、富有生活品位的新一代消费者。任勇表示:“新一代MARCH代表了目前全球紧凑型轿车的最高水平,作为东风日产进军紧凑型家轿的首款力作,我们的目标是要将它打造成为该细分市场的领军品牌。”

“易享”指的是时尚设计、宽适空间和e车助手。新一代MARCH延续了前三代MARCH经典而富有现代感的造型设计,整体视觉效果既充满个性,又极具亲近感。作为高科技的智能人性化装备,e车助手的“智友”功能,能主动提醒维护保养时间、生日、重要纪念日等,还会在车主上下车时主动问候。同时,e车助手的一键启动功能,无须插匙、扭动等一系列传统的烦琐动作,就能立即启动车辆。而当停车时遇到狭窄区域或障碍物,集合了倒车雷达功能的e车助手也能提供周到贴心的协助,MARCH的轻松、便捷由此可见一斑。

新一代MARCH的“易行”体现在全价值链的低碳节能设计理念、可信赖的品质和领先安全三个方面,为乘员提供全程可靠的安全保护。

### 全球经典,为中国消费者而来

MARCH是日产汽车旗下最畅销的车型之一。第一代MARCH于1982年10月在日本本土发布,1992年及2002年,日产陆续推出第二代和第三代车型,MARCH也从最初的3门版发展到5门版以及敞篷版等。至2009年,MARCH累计产量高达565万辆,遍布全球40多个国家和地区。MARCH先后荣膺日本年度车型、欧洲年度车型以及德国红点设计大奖等业内殊

荣,更在市场上赢得了时尚、易驾、可靠的美誉。

由于在日产全球布局中,中国已经成为仅次于美国的第二大市场,具有重要的战略地位,这也使得日产汽车专为中国市场开发更高标准的新一代MARCH成为可能。

东风日产在市场调研中发现,中国紧凑型轿车的消费趋势近年来发展变化非常之快,中国的车主可以说是全球最挑剔的消费者。而年轻人作为这个市场的主力消费人群,他们拥有鲜明的个性、崇尚自由的真我生活,具备了更高的审美品位和责任感。对于紧凑型轿车,他们对外观设计、动力与操控、产品品质、低碳环保性能都有着前所未有的高标准。新一代MARCH的目标消费者追求的是轻松便利、时尚温馨的都市生活,他们希望自己的座驾是自由自在与个性品位的统一体,也是车主的贴心好伙伴。

新一代MARCH专门针对中国市场,导入了动力更为强悍的1.5L全新发动机;除低配版本之外,全车系还标配e车助手及倒车雷达。正如任勇所说:“中国的车主可以说是全球最挑剔的消费者,导入国内的新一代MARCH必须为车主提供更出色的驾驶感受,否则就很难满足中国消费者的需求。现在,我们可以自豪地说,新一代MARCH是为中国消费者打造的一款智享易驾两厢车,相信它一定会得到中国消费者的喜欢。”

晚报记者 王美华

### 易驾易享易行,引领低碳新潮流

随着中国城市化进程的加快,交通拥堵、石油资源的消耗、空气与噪音污染等问题日趋严重,环保理念逐渐深入人心,低碳生活成为时下人们追逐的潮流。反映在汽车消费领域,紧凑型轿车所代表的绿色生活方式正日益得到社会各阶层的认可。在此背景下,东风日产及时导入新一代MARCH,为个性、真我、时尚的年轻一代消费者提供了全新的选择,而新一代

MARCH所拥有的易驾、易享、易行三大特点也为国内紧凑型轿车市场树立了新的评价标准。

新一代MARCH的“易驾”,突出表现在澎湃动力、精准操控和驾驶便利三个方面。它所搭载的全新1.5L发动机,动力充沛,最大功率和最大扭矩分别达到79KW和138Nm。它的方向盘转向清晰精准,反应灵敏,最小转弯半径仅为4.5米,为同级车之最,无论是泊车还是穿越狭窄街道,都游刃有余。