

购车三言

之二 舒适篇

汽车是改变世界的机器,也是在行驶中才能体现价值的机器,因此舒适性对于汽车的重要性自然不用多说,舒适性为驾驶者和乘坐者提供一种人性层面的关怀,带来行驶的轻松感,汽车“飞入寻常百姓家”后,舒适性越来越受到消费者的重视,而奥迪、凯美瑞等中高级车舒适性的高科技含量也迅猛提升。

记者 白贺

轻松驾驭,还看“舒适”功底

可以关注悬挂、静音、空间上达到均衡的奥迪、凯美瑞等中高级车型

悬挂很重要
跑得稳不稳就看它了

据权威部门和门户网站的调查结果显示,有近六成的车主(58.9%)选择买中高级车或更高档车型时,更关心舒适性。而在影响轿车舒适性的悬挂表现、空间大小、噪音控制、内部配置四个关键因素中,悬挂表现无疑是重中之重。

同时,一套设计优秀的悬挂结构并不能断言就一定性能良好,还需要优秀的调教及轮胎使用等等。全新第七代凯美瑞的麦弗逊式前悬挂和双连杆式独立后悬挂系统就是经过了全新调校,并率先在底盘安装8块扰流板,加快了空气流速、减少了涡流和尾部横摆力,增加了车身下压力,提高了轮胎抓地力。同级车型中最高水平的风阻系数0.28,大幅增强了行驶的稳定性,即使是120km/h的速度奔跑时,全新第七代凯美瑞依然没有飘摆迹象,在遇到波浪形的起伏路面时,车辆很好地过滤了路面上的颠簸。

相对于高速的稳定表现,全新第七代凯美瑞在中低速下则体现出更优异的灵活性。一方面得益于刚性提升的悬挂系统,能有效抑制过弯时侧倾的产生;另一方面则是EPS电子助力转向系统能够依据车速的变化提供更精准合适的转向助力。

空间大学问

坐着自在才是硬道理

中高级轿车在舒适性上吸引买家的肯定少不了空间这个指标。从外观尺寸上来感觉,以新奥迪、新君越、第七代凯美瑞等为代表的公商务车型都颇显大气。为了提供最舒适的乘坐体验,时下中高级车竞相增大车身长度与轴距,但一些经典车型则走了另一条路。

据郑州航海路一家4S店的专家介绍,在轴距不变的情况下,第七代凯美瑞采用最优化的室内设计,实现了更开阔的室内空间。前排座椅前移7mm,后排座椅位置后移8mm后,前后座椅的距离增加了15mm。前排座椅靠背形状的进一步改良,使得后排膝部空间增加了46mm。通过改变座椅以及其他部位的造型,获得更大的驾乘空间这个做法的确奏效。后排空间很宽敞,腿部的余量足以应付身高超过185cm的乘客。后排底板中部平整的设计对于中间乘客来说绝对是福音,有了这样的设计不会再感到憋屈压抑。

同时,进一步增大了后排座椅背倾斜角度,加大了椅面和椅背的面积,都提升了第七代凯美瑞对人体的承托性。而同级别车型中独一无二可完全打开的后车窗,进一步增添了车内空间的开放感,行李箱可容纳4个高尔夫球袋依然绰绰有余。

静音比科技

为的是语言清晰度

静音效果,很大程度要看减震材料、吸音材料、隔音材料、密封材料的运用,其实在静音这个“看不到的竞争”中是科技的较量。

航空动力学、F1赛车技术……除了移植这些高科技,进一步减少气流湍流和紊流产生的噪音外,第七代凯美瑞采用全新17项静音改善措施,大幅度隔绝了发动机噪音、路噪和风噪,使得语言清晰度指数(AI)实现为同级最高水平的72%,达到了与豪华车相媲美的静谧效果。

河南汽车行业协会负责人认为,轿车追求舒适性归根结底是在驾驶、乘坐上各个方面人性化的充分体现,综观市场上热卖车型,并非只是单项冠军的专属,越是均衡的表现、市场反映也就越好。选择中高级车,如果是冲着舒适性与人性化而来的,值得关注在悬挂、静音、空间、配置等方面达到均衡的车型。

“实尚”合一 启辰R50 欲把“红海”变“蓝海”

“近几年,随着国内汽车消费文化日趋成熟,人们逐渐摆脱“三厢为轿”理念的束缚,两厢车渐成主流。与两厢车市场总量迅速扩大不相称的是,该市场明星车型稀缺。尤其是在5万~10万元的“普及型两厢车”细分市场,车型云集,但绝大多数月销量都未能超过3000台,已成为公认的“红海”市场。9月8日,启辰R50以6.78万~8.38万元的定价杀入这一区间,欲以“实尚合一”的差异化竞争力,变“红海”为“蓝海”。

”

看准需求融合时尚与实用

对于普及型两厢车市场“市场大而车型弱”的怪现象,评论人士认为,并非该市场车型的产品力有多差,而是大多在中国市场遭遇了“水土不服”。实际上,在普及型两厢车市场,有多款车型是畅销欧美的精品小车,但进入中国之后市场表现却总是欲振乏力,这是因为中国市场的情况与欧美不同,消费者的需求更加务实,需要的是既时尚又实用的车型。尤其在空间方面,“上有老下有小的中国消费者有着远高于欧美消费者的需求。所以,众多源于较低级别平台的“精品小车”,只在空间实用性上,就已经让大多数消费者难以言爱。

启辰品牌的商品企划负责人黄凯峰在接受采访时表示:“我们瞄准了普及型两厢车这个细分市场,这个市场看似竞争激烈,实际上有很大的机会。现有车型基本上都陷入‘时尚化’陷阱,空间方面存在先天不足,而且外形时尚有余大气不足,跟中国消费者的需求存在较大偏差。启辰R50源于较高级别的平台,外形时尚而且大气,空间非常宽敞,把‘时尚’和‘实用’有机地融合在一起,相信是最符合消费者需求的车型。”

启辰R50 源于全球平台

据了解,启辰R50源于著名的全球平台,之前源于该平台的车型定价都在10万元以上,属于我们通常说的“中级车”级别。这决定了启辰R50在面对众多“精品小车”时,有着超然的先天优势。这个优势首先体现在空间方面,启辰R50的有效室内车长达1840mm,后排膝部空间达到624mm,甚至比一般中高级车更宽敞。一般来说,与启辰R50同价位的两厢车,室内有效车长大多1650mm左右,后排膝部空间大多在500mm以下。除了宽敞舒适的乘

差异化是第一法则

当前油价高企,所以难免有人担心:“尺寸大、空间大,是不是要匹配更大排量发动机?是不是会更耗油?”的确,“精品小车”们大多采用1.3L或1.5L排量,启辰R50采用的则是中级车的主流排量——1.6L,以确保动力充沛。这是因为,启辰R50搭载的是赫赫有名的HR16DE发动机,通过优化空气流通、提高燃烧室冷却效率提高技术、提升最大承载扭矩等



坐空间,启辰R50的宽大灵活的行李空间也让人印象深刻,U型开口掀背式后备箱,方便各种行李的加载与提取,后排座椅可以6/4分离式放倒,能够轻松容纳超长与超大型物件,为出行带来更多便捷。整体来看,启辰R50“空间之王”的评价并非谬赞。

启辰R50的平台级别优势,还体现在外形表现上,更大的车体尺寸使得启辰R50外形比同价位竞品更舒展、大气。据设计人员介绍,启辰R50延续了启辰品牌“羿”的设计概念:一气

呵成的律动流线、凝练上扬的进取气势和极致顺畅的舒展张力,这是设计者要传达的核心。前格栅醒目的镀铬翼条由下唇向上延展,时尚动感,犹如张开的翅膀,营造一种前冲的力量感。锐利大气的前大灯是点睛之笔,颇具穿透感,可以想象深沉夜色中光束奔射的犀利。某资深评测人员对启辰R50外形的评价是:“启辰R50的‘时尚’跟竞品的‘时尚’不一样,启辰R50是大气的时尚,而竞品大多是可爱的时尚。尺寸的差异,造成了车型气质的差异。”

营销界有一句名言说:“跳出红海竞争的第一法则,是差异化。”启辰R50的差异化卖点就是“实尚合一”。“我们之所以对这个差异化卖点非常有信心,是因为消费者的需求指向了这一点。”启辰事业部部长叶磊表示,“也许这个观点并不新鲜,但要满足消费者的需求,并没有那么简单,这需要选择合适的平台,开发合适的车型,制定合适的价格。很高兴我们首先做到了。”