

群英会



广汽三菱年内上市 首款车型定在劲炫

——广汽长丰总经理(广汽集团三菱合资项目筹备组负责人) 付守杰

自湖南长丰猎豹并入广汽集团之后,进入全新生命周期的“广汽长丰”如何发展,什么时候正式上市,产品谱系如何规划等,成为行业热议焦点之一。北京车展上,广汽长丰总经理付守杰给出了答案:猎豹将并入广汽乘用车内部,和广汽传祺并网销售,广汽将和三菱汽车合作成立广汽三菱,首款国产车型定为三菱劲炫,新公司将于下半年正式成立,首款车型也将在年内正式上市。

新成立的广汽三菱公司,在销售方面将会建立全新的渠道网络。付守杰告诉记者,未来的经销商网络将会有三大来源,一个是广汽长丰里面现有的网络优质资源,第二个是三菱进口车的优质经销商,第三个则是全新招募的广汽三菱网络。为了让经销商有更好的经营资源,也是更好地巩固和拓展三菱品牌,未来的广汽三菱将把进口车和国产的一起运作。广汽三菱的网络可以同时销售进口车,同样也可以卖国产车。据付守杰介绍,到今年劲炫上市之时,广汽长丰将会在国内发展大概60家经销商,对国内各省份市场形成无缝覆盖。

目前,广汽三菱的第一款国产车型已经初步确定为三菱进口车型ASX劲炫,第二款车型叫劲动,就是运动版的帕杰罗。之所以选择SUV作为首款产品而非轿车类,这是因为一直以来,三菱汽车在国人心目中特有的SUV产品优势。

起亚坚持在中国树立品牌形象

——起亚汽车(中国)总经理 尹泽镐

4月23日,2012北京国际车展开幕首日,本刊记者在中国国际展览中心(天竺)新馆起亚展台采访了起亚汽车(中国)总经理尹泽镐,就起亚在中国的发展和部署做了详细的介绍。



Honda加快中国市场发展

——本田技研工业(中国)投资有限公司总经理 仓石诚司

4月23日,北京国际车展开幕首日,Honda专门针对中国市场研发的两款新车型的概念车Concept C和Concept S在本次车展上首次亮相。本次车展上展示的新车型和混合动力车型是Honda中期战略付诸实施的第一步。展示了Honda扎根中国,通过提供新价值移动工具,与中国顾客共创



设计是真实内心表达

——日产汽车公司首席创意官 中村史郎

在英菲尼迪于2014年国产的消息敲定之后,中村史郎对此也发表了自己的看法。“中国市场未来的需求可能是非常独特的,因为中国市场正在发展,是一个全新的、充满机遇的市场。不同于美国和欧洲市场已经是相对老化和固定的,中国市场将会创造出一些其他市场闻所未闻、见所未见的东西。”据中村史郎介绍,中国已经成为日产全球第一和英菲尼迪全球第二大市场,对于今后如何迎合中国人需求而进行研发设计至关重要。“从具体的设计风格和设计元素来讲,我们更关注的是中国消费者真正需要的是什么。”

两年一度的北京车展上周开幕。坐拥全球最大的汽车市场,北京车展毫无悬念地成为当前世界上最炙手可热的顶级车展之一。本届车展,总展览面积达到23万平方米,展车数量达到1125台。其中全球首发车120台,跨国公司全球首发车36台,跨国公司亚洲首发车35台,概念车74台,新能源车88台,创造北京车展历史之最。在这样一个全球汽车行业的巅峰盛会上,各大参展企业的领军人物也纷纷聚集镁光灯下,为各自品牌摇旗呐喊,擂鼓助威。齐鲁晚报采访了多家参展企业的领军人物,汇集为“北京车展群英会”专题,以飨读者。

(本刊综合)



快的应该是小排量的车型和中国自主品牌的车型。”在车型的投放上,仓石诚司表示,今后将强化小排量车型商品的布局,坚持以最快的速度向客户提供他们所喜欢的商品。在北京车展上,Honda还展出了即将在中国上市的混合动力车型CR-Z,Insight和Fit Hybrid,以及将极致驾驶乐趣和环保性能融为一体的电动跑车EV-Ster概念车等。“我想,将来既会出现CRV的混合动力,也会出现雅阁的混合动力车。”仓石诚司如是说。

Mazda CX-5强化长安马自达品牌力

——长安马自达事业部总经理 柳川昌巳



4月23日,在2012北京国际车展上,全面采用“创驰蓝天”技术的首款车型——Mazda CX-5首次在中国发布。长安马自达总经理柳川昌巳在接受记者采访时表示,Mazda CX-5将于今年夏季以进口形式在长安马自达经销网络销售,并且计划于明年引入国内投产。



北京汽车C70G北京车展惊艳亮相

2012年北京国际车展,一款首次亮相的新车吸引了全球目光的注视,只因他的身上流淌着北欧豪华车的血液,他的出现让萨博转世重生……他,就是北京汽车基于M-trix平台(音同Matrix)打造的首款中高级轿车C70G。

意大利宾法 亲自操刀造型设计

据了解,C70G的造型设计由意大利著名的宾法设计公司操刀。此外,北京汽车还邀请全球顶级设计泰斗,曾主导法拉利车型设计的意大利汽车工业协会副主席——莱昂纳多·菲奥拉万蒂,担任北京汽车的“首席造型设计师”,确保全系车型与国际主流同步。C70G整体造型简洁大气又不失优雅品质。前脸采用家族式设计,由前大灯、雾灯与前格栅之间的线条共同烘托出一个飞翼式的汉字“北”。异型鹰眼式LED前大灯锐利坚毅,配合前冲式车头、挺拔的镀铬横条进气格栅,赋予C70G男性阳刚的外观气质。C70G车身侧线腰线微微上扬,与向上收拢的车窗腰线完美融合,展现出独特的运动风格。C70G舒展、环抱式尾灯造型与前大灯相呼应,更大倾斜幅度的后风挡进一步散发出运动基因。

升级空间
提供尊贵驾乘体验

“空间是王道”这句话在国内中高级汽车市场上是亘古不变的理论。作为一款定位中高端的商务轿车,宽敞舒适

的后排空间将满足消费者商务、家用、出游等多元化需求。因此,出色的后排空间成为很多消费者选购中高级轿车时的一个重要考核标准。C70G的车身尺寸为4860mm×1820mm×1641mm,轴距为2755mm,跟原萨博9-5相比,长、宽、高和轴距都大幅提升。从现场的展车来看,C70G的后排空间非常宽大,驾驶席座椅已经移动到超过B柱的非常靠后的位置,后排座位的腿部仍然具有充裕空间。

四级优势 打造中高端卓越品质

C70G以高效动力、完美操控、极致安全和前瞻科技打造自主中高端卓越品质。涡轮增压发动机的运用,让C70G在兼

具油耗经济性的同时具备强劲的动力性。轻量化底盘设计、后轮随动转向技术的应用,让C70G真正具备“贴地飞行”的运动基因。在安全性上,C70G采用驯鹿角安全车身,可为驾驶者提供安全保障。不仅如此,C70G还搭载车载移动互联技术等四大高智能化电子配置,为驾驶者带来科技感十足的驾驶体验。

豪华配置 引领科技时尚新体验

C70G采用博世最新开发的ESP9.0系统,功能强大,达到主动安全的最高水平。而SVA侧视辅视系统的运用,可更加准确和及时地探测两侧盲区内的车辆,在后视镜外壳内侧的提示灯亮启闪烁



来警示驾驶者在盲区内有其他车辆。源自航空科技的Night Panel夜用仪表技术,可最大限度的减少车内外光线的干扰。此外,BOSE-11扬声器系统带来环绕立体声的家庭影院效果,确保每个位置都可听到完美的音响效果。Telematics系统通过无线网络为用户提供导航、定位、交通信息、安全保障、娱乐信息等服务内容,实现真正的人、车、路互联。



从帕萨特到泰坦尼克 那些年我们追过的经典

1997年,《泰坦尼克号》轰动全球,十几年后的今天,《泰坦尼克号》再次运用高科技的手段,以全新的面貌重登大荧幕,令无数粉丝追忆起当年的点点滴滴,其实那个年代,能够把我们带入回忆的又岂止是一部电影呢?在汽车界,有这样一款车,它四代同堂奔驰在马路上,它几乎每天都出现在你的视线里,可是当它再次以全新面貌重生时,你依旧会为它疯狂,它就是上海大众十二年经典传承的Passat。

在“先富起来”的时代精英的回忆里,Passat是他们一圆“豪车梦”的初体验,拥有一辆帕萨特的风光和成就感至今历历在目。正是这一不可替代的特殊情怀,促使众

多车主12年来不离不弃。从最初登陆中国的帕萨特B5,到其后的升级车型Passat领驭、新领驭,在登陆中国十余年时间里,Passat品牌始终扮演着我国中高级轿车标杆的角色,三代产品创造了百万销量的传奇,成为国内中高级轿车市场毫无争议的经典传奇。

历史见证传奇魅力

经典的形成总是伴随着一项项纪录的诞生。《泰坦尼克号》在上映时万人空巷的场景,至今仍然让经历过当初疯狂时刻的人难忘。这部不朽经典之作在全球创下的一系列票房神话:全球第一部票房突破10亿美元的影

片;超过18亿美元的全球票房成绩;连续15周蝉联北美票房排行榜冠军,并且在上映的第47周之后才渐渐淡出榜单的前十。

与《泰坦尼克号》一样,Passat品牌也凭借一系列骄人的成绩奠定了自己经典的地位。从1999年国产至今,12年来Passat品牌以累计超过120万辆的成绩,成为中国中高级轿车当之无愧的第一品牌;国内上市的首款帕萨特,以其经典的车顶弧线设计创造了仅为0.28的风阻系数,这一成绩至今难以被超越;而2011年上市的全新帕萨特在上市的第一年便取得了15万辆的优异成绩,Passat品牌也再次重登年度中高级轿车销量冠军的宝座。

相比旧作,《泰坦尼克号3D》最大的突破便是采用了目前最前沿的3D技术。作为全球第一部3D电影《阿凡达》的导演,詹姆斯卡梅隆深知,立体3D技术与经久不衰的经典爱情故事结合,能给观众带来更高级的视听感受。

同样,全新帕萨特也并没有被12年的岁月冲刷成一个垂垂老矣,而是在科技的武装下继续舞动着其矫健的身姿。除了搭载了大众集团全球领先的发动机平台,全新帕萨特加入了如KESY无钥匙进入/一键启动系统、带倒车影像全方位泊车雷达的

科技注入传奇新生



PLA自动泊车辅助系统等多项科技配置,全新帕萨特V6更是搭载了德国进口3.0V6发动机,后排双屏影音娱乐系统等领先同级的科技配置。

经典魅力不是一朝一夕

就能轻易形成的。Passat品牌和《泰坦尼克号》一样,历经十余年时间洗礼方成为人们心中的传奇标杆。经典永流传,Passat的故事不会停止,作为家族的辉煌延续,全新帕萨特正奔跑在路上。