



## 冬季汽车发动机 排气管出水原因

汽车发动机工作中排气管有时会向外排水,尤其是冬季更为明显,使人误认为冷却系统不良存在泄漏问题,实际这是一个很正常的物理现象,同时也是汽油充分燃烧的表现。

汽油燃烧后主要产生二氧化碳、水和少量一氧化碳,每1千克汽油与空气混合燃烧后产生约1.42千克的水,主要以汽态的形式排入大气。由于主消音器位于车的后部,温度相对较低,里面为多腔室结构,容易形成积水,发动机高速运行时里面的积水在气流的作用下会被排出,即常见的喷水现象。经常在拥堵路面低速行驶的车辆,特别在冬季消音器积水现象会略严重。

如燃油内硫的含量超标,发动机燃烧后会产生硫的氧化物,与水一起积聚在里面易导致消音器腐蚀穿孔。将车停在上坡道上,原地轰油门有助于积水的排出,可以延长消音器的使用寿命。

汽车专家建议,如果广大车主不放心,可到就近的汽车4S店进行检查和维修,以保证车况维持在良好水平。



本版编辑:张潇然  
美编/组版:魏巍

# 十万元左右车型推荐

## 车型一

### 别克凯越

售价:9.99-11.79万元

特点:口碑不错,历史悠久,性价比高

目前在售的凯越搭载Twin-Tec双顶置凸轮轴发动机最大功率81kW/6000rpm,最大扭矩146N·m/3600rpm,自动挡车型为4挡自动变速箱,手动则为5挡,前轮为麦弗逊独立结构,后轮为双连杆独立悬挂。性能方面比较中规中矩,低速大扭矩,四轮独立悬,都在凯越上体现出来。

凯越的整车空间表现基本能让人满意,而且舒适的座椅也比较适合长途时乘坐。凯越副驾驶位置有鞋盒和雨伞槽,这些细心的设计,也是购买凯越车的另外一个原因。自动挡的遥控钥匙可以提前发车,全系大部分车型配备电动天窗,这些都是凯越贴近消费者心理的绝佳证明。

外观方面,凯越有着别克家族传统的瀑布式进气格栅,结合和谐漂亮的尾灯,整个给人一个精致且不乏大气的形象。对于大多数人而言,别克的品牌可以给他们一定的满足感。凯越的内饰经过上海通用的重新设计后更加时尚,同时也改装了更加漂亮的仪表,再加上仿桃木饰条的装点,车内整体看起来比较温馨的。

## 车型二

### 上海大众朗逸

售价:11.28-16.28万元

特点:外观大气,动力选择丰富,品质可靠

朗逸和宝来是同一个级别,甚至是同一个平台的产品。朗逸的外观修长大气。对于购买紧凑车的用户来说,他们是十分中意朗逸这种圆润且相对沉稳的风格。

1.4TSI+7速DSG的动力系统是朗逸最大看点,这套动力组合是大众近几年最炙手可热的动力总成,最大功率96kW/5000rpm,基本相当于2.0L的自然吸气发动机,扭矩更是达到220N·m/1750-3500rpm,和2.4L发动机在同一水平。该发动机最大的优势就在于其燃油经济性和动力传输性,官方数据表示搭载该套动力组合的朗逸百公里加速的最快时间可达9.8秒,而1.4T品轩版本车型还增加了ESP车身稳定系统,加上胎压监测,主动安全保障性提升。

朗逸内饰整体感觉还是不错的,银色中控台面板增加了不少金属质感的硬朗感觉,而深浅搭配的颜色又充满着一种干净的家庭风格。

## 车型三

### 雪佛兰科鲁兹

售价:10.89-16.39万元

特点:运动时尚,大气厚重,操控犀利外表霸气

科鲁兹自然吸气车型搭载的分别是通用最先进的1.6升和1.8升Ecotec DVVT发动机。其中1.8L升Ecotec发动机动力更强劲,符合运动车定位。DVVT功能,既可以控制进气门也可以控制排气门连续正时气门系统,加上旋转套筒式双级可变进气歧管技术,其最大功率为105kW/6200rpm,最大扭矩177N·m/3800rpm。低速大扭矩特征相当明显,这对于常见市内行驶的起步或加速非常理想。

对于大多数用户特别年轻群体来说,完全将科鲁兹当作一款时尚运动的A级车,而不全是用来操控的利器。科鲁兹的底盘调教得很不错,这款运动轿车凭借非常成熟的悬挂设定以及轻质铝合金下摆臂提供很彻底的运动与家用之间的平衡感受。电子液压方向助力可以提供低速轻盈高速沉稳的手感,指向性也比较出色。

科鲁兹拥有2685mm的轴距,车内乘坐空间表现很不错。外观厚重,内饰前卫,对于年轻群体而言,科鲁兹的诱惑不小。

# 全新换代在即 天籁传奇继续上演

日前,东风日产宣布,全新一代天籁将于今年上半年正式上市。作为国内中高级车市场上最重磅的车型之一,“舒适之王”天籁此次全新换代,引发业界及消费者的广泛关注。

来自东风日产襄阳工厂的消息显示,现款天籁与全新一代天籁正在进行生产切换。与此同时,东风日产全国各专营店正全力迎接全新一代天籁的到来。有专营店负责人表示:“像我们店,天籁从去年12月份开始就已供不应求,因为库存都基本清空了。目前,我们全体员工正卯足全力为全新一代天籁开路。”

作为东风日产的战略旗舰车型,全新一代天籁将带着现款天籁的荣誉与光芒,继续上演“传奇”大戏。

## 一个新格局的开创者

2008年,中国整体车市发展面临一个临界点,作为国内车市重要“驱动力”的中高级车市也面临一个临界点。中高级车消费者开始审视自身,将车辆视为自我价值观和生活方式的体现。对汽车厂家而言,针对中国市场打造一款属于中国消费者的车型,成为必需与必要选择。

在这种形势下,东风日产率先以中国市场和中国消费者为出发点,洞悉国内中高级车消费者对于“舒适”的需求,倾日产全球之力打造新一代天籁,从操控到乘坐感受都追求极致舒适,从根本上迎合中国消费者的真实需求。

“应中国而生”的天籁,从此在

中高级车市场一路狂飙,销量和品牌力迅速提升,获得市场和消费者的广泛认可与尊重的同时,也吹响了一个新时代的号角——只有真正立足于本土,以中国消费者的需求为导向的车型,才能在中国市场获得持久的成功。

## “东风日产速度”的发动机

作为东风日产的旗舰车型,自2008年上市以来,天籁就以强劲的销量表现,驱动东风日产全车系乃至整个企业蓬勃向上,助力东风日产成就行业瞩目的“东风日产速度”。

凭借准确的市场定位,出众的产品实力,上市当年,天籁便以54%的增长率超过既定目标。此后,天籁更实现了销量的3级跳跃:从2009年的10.9万辆,到2010年的14万辆,再到2011年的15.6万辆。截至目前,天籁国内累计销量已达707,811台,长期稳居中高级车市场销量三甲。值得一提的是,2011年,天籁更实现了“零库存”奇迹——不仅厂家库存归零,全国各专营店库存也为零。

天籁销量的持续走高,不仅使其由一款初始不为人熟知的车型,成为中高级车市场的引领者;更助力东风日产的品牌形象大幅提升。在销量不断攀升的同时,东风日产更针对天籁开展了创新的“凸透镜”营销模式,从传播、整合、销售、实践和执行等层面进行“聚焦”,为天籁的成功打下坚实的基础。

五年来,东风日产始终将“舒



适”作为天籁的差异化形象和核心优势,传播和营销始终围绕“舒适”展开,成功塑造了天籁中高级车“舒适之王”的口碑。

为不断深化天籁的品牌形象,东风日产还专门成立一个跨职能团队——天籁CFT,从效率、质量、深化度、精细度4方面提升天籁营销的策划力和执行力。同时,东风日产还聚焦于实践和执行,先后成立天籁图书馆,实施天籁全景图,展开“1+8”行动计划等,不断提升团队的学习能力,贯彻最有效的执行力,为天籁的成功夯实基础、创造契机。

## “舒适”潮流的引领者

在中国汽车市场上,一款车型能够引领一个新潮流的现象十分罕见,因为这不仅需要企业在产品投入市场之后的精耕细作,更需要产品有远超同侪的实力。作为中国车市罕有的实现“惊天大逆转”的车

型,天籁以其强劲的产品实力,引领了中高级车市场的“舒适”潮流。

2008年之前的中高级车市场,主流车型大都以操控、科技作为比拼资本,旨在以“纯理性”产品力吸引消费者,却彻底忽略了消费者的感性需求。事实上,随着生活品质的提高,以及对驾驶感受更深一层的理解,众多消费者已非常注重车型所能带来的舒适体验。

而天籁在2008年上市之初,便率先洞察中高级车市场对于“舒适”的需求,凭借“VQ发动机+CVT无级变速器”铂金动力组合、三维超静音工程、三重减震系统、BOSE音响及全景天窗等配置,全面融合日系车的舒适精致和欧系车的强劲操控,深度满足了消费者内心深处真实需求。

凭借对消费者需求的准确把握和不断升级的产品力,天籁成功晋升中高级车市场的新领袖,而其开创的“舒适”潮流,也引发了众多车

型的争相效仿。时至今日,追随者众多,许多车型标榜舒适性,但他们只能望天籁项背,远远无法撼动天籁的地位;天籁以其出众的市场表现和备受认可的产品口碑,始终傲立潮头,不断创造中高级车市场的各种奇迹。

时代在发展,消费者的需求日新月异,唯有不断创新才能始终保持生命力,为消费者创造更加精彩的移动汽车生活。作为“应中国而生”格局和“舒适”潮流的开创者,“东风日产速度”的发动机——天籁,全新换代之后必将引领中高级车市场继续向前,并在时代大潮中成就更辉煌的未来。

东风日产远通专营店  
销售热线:0534-2373888  
服务热线:0534-2373999  
二手车置换热线:18053405800  
地址:德州市经济开发区晶华大道1889号