

广汽本田首款SUV缤智(VEZEL)山东上市

11月9日,广汽本田首款SUV缤智(VEZEL)山东区域上市发布会暨赏车试驾会在莱芜雪野湖举行。此次试驾车型为缤智(VEZEL)1.8L车型,共4个版本,市场指导价分别为:1.8L 6MT精英版13.88万元,1.8L CVT精英版14.68万元,1.8L CVT豪华版16.38万元,1.8L CVT AWD旗舰版18.98万元。

以先锋设计引领潮流的缤智(VEZEL),瞄准80后这群率先接受新事物,敢于体验并乐于传播的“潮流先行者”,作为一款开拓80后新世代用户市场的前瞻车型,缤智(VEZEL)代表了一种契合年轻群体的世界观——勇敢打破界限,放胆颠覆世界,鼓励人们不被束缚、勇于践行。

先锋外观

缤智(VEZEL)的外观设计理念为“Dynamic Cross Solid”,将轿跑车的时尚外观与SUV张力十足的形象这两种看似矛盾的元素实现了完美融合,并为SUV的设计指引了新的方向。这样的先锋设计理念,通过充满力量感的前脸、轿跑风格的车舱,强有力车身下部以及五种灵动的外观色系得以有力呈现。

缤智(VEZEL)的飞翼式前脸设计,以神秘优雅的黑色为基调,并将格栅与灯体进行一体化打造,凸显先锋精悍的个性;双灯位设计的LED前大灯,与弧线型的LED日间行车灯相组合,将优雅与凌厉完美统一。

线条流畅的车舱、宽敞灵动的尾部设计,塑造出缤智(VEZEL)轿跑车风格的力量感。而由C柱直接切入腰线的独特设计,将轿跑车的灵动与SUV的大气等多元化的美学元素进行了和

谐交融。缤智(VEZEL)以双门轿跑车的造型为灵感,对后门外拉手进行隐藏式的嵌入设计,更显著提升了动感时尚的产品个性。此外,不规则的铝合金轮辋设计,进一步造就了缤智(VEZEL)动感、时尚的独特风范。

缤智(VEZEL)共推出5种车身颜色,分别是塔夫绸白、丝绸银、奥夫特黑、探戈红、玫瑰黑,并通过内饰与外观的不同颜色组合,进一步彰显百变魅力。

精致内饰

围绕“以驾驶者为中心”的理念,缤智(VEZEL)的设计师们将这款都市轿跑型SUV的驾驶空间打造得紧凑又充满先进感。

缤智(VEZEL)内饰设计的理念是基于“Expansive Cockpit”。

“Expansive”意味着宽敞的空间,Cockpit带有紧凑、运动的感觉。这两种相反的价值完美融合,交融成“绚丽”这个关键词。

缤智(VEZEL)的中控台大胆采用了撞色的前卫设计,给驾驶者带来强烈的视觉冲击。独特的悬浮式双色仪表盘、简洁醒目的浮雕式转速针为驾驶者营造出高品质和科技感。充满个性魅力的高位中央扶手箱,不仅在造型上体现出前所未有的视觉颠覆,更从人体工学上充分考虑了驾驶过程中驾驶者肢体的舒适性。此外,高效集成的多功能方向盘,布局优化的中控台,不仅让行车信息一目了然,更为驾驶者带来人性化和安全感十足的科技驾享体验。

魅力空间

缤智(VEZEL)空间布局的设计理念是“SMART CROSS



PACKAGE”,将轿跑所具备的个人私密空间与MPV所具备的实用空间进行高度融合。同时得益于Honda独创的“MM”理念,即人乘坐的空间最大化(MAX)、机器占用的空间最小化(MIN),缤智(VEZEL)在空间方面颇具优势。

缤智(VEZEL)长达2610mm的轴距,保证了驾驶者自如享受宽裕的车内空间,腿部空间可以媲美更高级别的SUV。优化的A柱宽度和角度,并搭载了Honda最新开发的内部开闭式全景天窗,实现了缤智(VEZEL)通透开阔的车内感受。缤智(VEZEL)的后排座椅采用了6:4分体式可倾斜/翻转的折叠座椅,通过提升座椅的放倒便利性,可以进行灵活多样的空间组合,充分应对日常生活所需。在后排座椅收起状态下,可以放得下拆掉前轮的两辆27英寸自行车。行李箱采用了低平台及1180mm大开口设计,行李装卸更方便的同时,也带来了高级宽敞的空间。

智能配置

秉承Honda“技术是为服务人而存在”的宗旨,缤智(VEZEL)大量采用FUNTEC技术,通过丰富的先进配置,实现优异的使用体验。

缤智(VEZEL)专为中国市场推出的可开闭式全景天窗,为驾驶者带来舒适的自然采光和多视角景观;轻快顺畅的CVT变速器,带来爽快而动力十足的驾驶感受;配备7英寸高精细显示屏的智能屏互联系统,更实现了缤智(VEZEL)的数字化娱乐座舱。

缤智(VEZEL)动力性能的设计理念是“Smart&Active”,旨在高度融合Honda独有的操控性、驾驶乐趣、更高级别的乘坐舒适性。缤智(VEZEL)搭载了高效能的1.8L i-VTEC发动机,通过结合低油耗轻量化、低摩擦化等技术,将中高负荷时的强劲动力性能和低负荷时的优异燃油经济性高度融合在一起,配合新一代CVT变速器,最

低综合工况油耗仅为6.5L/100KM,实现了在节油性与驾控感的高度平衡。缤智(VEZEL)搭载Idle Stop发动机节能自动启停系统,进一步提升环保性能;Real-time AWD四轮驱动系统与低重心地盘的应用,也实现了更富乐趣的驾驶体验。

此外,在安全方面,缤智(VEZEL)采用了Honda全新一代ACE高级兼容性车身结构,通过采用高强度钢板材料和骨架结构的强化,实现了高水准的碰撞安全性能。Honda内部进行的多方面碰撞测试结果显示,缤智(VEZEL)的安全性能达到了C-NCAP五星标准。同时,缤智(VEZEL)在主动安全方面也具备高水准的安全性能,全系标配VSA车辆稳定性控制系统、后4探头的高灵敏泊车雷达、电动后视镜以及倒车影像后视动态提醒系统,同时还采用预警性ESS紧急刹车警示系统等技术,实现综合安全。(艺文)

追求更好的 天籁·公爵给你换购的理由

iPhone6和iPhone6 Plus一来,无数人拿着手中的iPhone5s跃跃欲“摔”,就等决心一下,就去换了新手机。因为当你喜欢一款产品,而这个产品又出了新一代的时候,你自然会想要去了解、去尝试新产品的各项功能。所以,聪明的商家总会好好把握住这些已对品牌建立起忠诚度的二次购买客户。

说起二次购买客户,不仅是手机商家的一个销量增长点,也是目前汽车市场增长的一个看点。有调查显示,将近33%的现有车主受访者在近期“有换/增购新车的需求”,那么问题来了,什么车性能这么全面?东风日产新世代天籁和它的“Plus版本”新世代天籁·公爵,无论你看重舒适还是驾控,天籁两款车都可以“妥妥地”满足你的渴望。

新天籁:

动起来!为弯道而生

新世代天籁搭载集日产全球领先技术的梯形控制臂独立后悬挂和ATC主动循迹控制系统,组成“梯悬挂+ATC”,让新世代天籁的轮胎抓地力和车辆转弯性能,得到了极大地提升,精准过弯,不推头、不甩尾,确保车辆操控快而准,循迹能力较上一代天籁有了极大的提升。

只要试驾过,你就会发现,新天籁方向盘调教轻重适中,贴合中国人的使用习惯之余,又不失稳定,指向精准,比例感清晰。而在高速状态下,新天籁能够准确地沿既定轨道过弯,驾驶员能清楚感受到此时轮胎抓地力十足,循迹性优异,即使你驾驶技术一般,在这个时候也会信心十足地漂亮过弯,好像这款车就是为弯道而生!

此外,新世代天籁还配有全新一代智能XTRONIC CVT无级变速器,油门响应相当迅速,提供优异驾控感受,而且换挡平顺、流畅,没有丝毫的顿挫感;让驾驶员在享受驾驶乐趣的同时,又可以让车内保持一贯的舒适安稳。

新天籁:

爱健康!舒适再升级

中国人一直都偏爱舒适的车型。所以,自

上一代天籁开创了“舒适主义”,受到消费者极力追捧之后,市场上无数车型也跟着改进车辆舒适性,以期获得消费者的青睐。

而就在此时,新世代天籁华丽转身,对舒适进行了全新的诠释。新世代天籁认为,一款真正舒适的车型,不仅仅要让消费者有愉快的乘坐感受,更要让消费者有健康的驾乘生活。新天籁凭借“低疲劳”、“轻松看”、“超静音”三大特点的有机结合,劳损程度仅为同级其他车型的50%,为消费者提供了健康舒适的用车享受,让舒适再次领先一代。

此外,新世代天籁的静音效果同样没有辜负“天籁”之名。其采用双层吸隔音能力材料和低共振车身设计,吸音、隔音、降噪全面提升,静音效果比上一代天籁提升40%,达到同级最优的静谧性。

公爵:

宽大舒适,满足你的“大”追求

天籁·公爵拥有2900mm同级最长轴距,后排腿部空间根据前排座椅设置从750mm到970mm不等,让后排乘客能轻松翘起二郎腿;车内横向空间充足,后排能在不影响舒适性的前提下,轻松坐下3个成年人,媲美一众市面常见的豪华车。

这种不用屈就,可以随意伸展双腿,坐得舒舒服服的乘坐感受,为乘坐者带来了一种被优待的豪华乘坐体验。即使面对豪华车级别的车型,天籁·公爵的空间都难寻与之媲美的对手。因为天籁·公爵的大空间是以2900mm超长轴距作为硬性支撑的,而非“L”车型的轴距一般在2775mm~2850mm之间,数据上的差异使天籁·公爵轻松获胜。

此外,公爵后排还配备了超大型航空头枕,其柔软性和包裹性兼具,而且十分贴合人体颈部曲线,感觉就像靠在家里的枕头一样,大大避免在车内休息时,由于头部、颈部侧滑而造成落枕,整体乘坐感觉比坐飞机头等舱还要舒服。

对于二次购车的消费者而言,需要体验新技术,更需要新产品性能全面,兼顾各方面。新天籁和天籁·公爵显然已做好了这一系列的准备工作,坐等车主们的到来。

那么,你,准备好了吗?

(陆骐)

中级车之变: 从轿车到家轿的距离



近十年是中国车市快速成长的十年,销量从2003年的197.19万辆,发展到2013年的1792.89万辆,可谓实现了量上的飞跃。但飞跃的不仅是数量,中国汽车消费者的消费理念也发生了质的改变,从最初的“重外形”,到后来的“技术控”,再到今天的“价值化”,经过了“三步走”的演变历程,在这个演变历程中,中国车市最具代表性的车型——中级车实现了从轿车到家轿的蜕变。

三步走:

从轿车到家轿,价值是主题

正如众多消费者对于家轿的看法:“我们买的不再是代步工具,而是移动之家。”至此,中级车彻底实现了从轿车向家轿的转变,消费理念也从“技术控”过渡到了“价值化”。

消费理念的变化,是一个市场发展的风向标,谁能率先把握好“风向”,谁就可以率先占领市场。在这方面,新轩逸堪称先行者。作为一款“为家而生”的座驾,新轩逸紧贴家庭用车需求,以越级产品力为消费者和家人带来无微不至的乘驾关怀,并且提出“款待自己,款待家人”的主张,为消费者创造超越产品本身的情感价值。

价值双面:

要功能,更要情怀

在全面均衡产品力的塑造上,新轩逸可

谓典范。它以外观、内饰、空间、舒适、动力、油耗、安全“全面发展”的越级产品策略超越期待,最大程度上满足了家庭用户的全部需求,引领中级家轿产品功能价值的全面升级,成为百万用户的首选。

在外形上,新轩逸应用“越级力量”的设计理念,兼具尊贵、大气与时尚;其内饰采用三代Modern Living设计理念,营造出可媲美高级车的品质感;在2700mm超长轴距的基础上,新轩逸对车内空间进一步优化,全面提升空间利用率,680mm后排腿部空间、1760mm超宽车身宽度,再次领先同级;Multi-Layer仿生学座椅和三维超静音工程营造出舒适如家的乘坐感受。

在动力系统方面,新轩逸采用了双CVT连续可变气门正时智能控制系统+DIS双燃油喷射系统+XTRONIC CVT无级变速器的动力组合,在带来强劲动力的同时,舒适性和燃油经济性也全面领先;980Mpa核潜艇级超强钢打造出高级车标准的UHSS超高刚性车身,为家人保驾护航……新轩逸在产品力上全面均衡,“先人一步”,定义了中级家轿的产品法则。

新轩逸作为最早明确定位于“家用”的轿车,其所提出的“越级款待”的情感诉求开业内先河。它不仅在研发和生产过程中应用诸多高级车的技术、配置,带来更高一级的用车享受,还专注打造驾乘的舒适感受,尤其是对于非驾驶者感受的关注,让消费者从汽车产品的“使用者”变为汽车生活的“享受者”。(康义)