

汽车周刊

拿起手机,扫右边的二维码,关注《新民晚报》汽车官方微信——XMAN,即有机会赢得“新焦点”洗车券一份。
关注后输入您的:【姓

名+性别+联系方式+爱车品牌及车型(有车)+车龄(有车)],就能变身我们的专属汽车会员,有机会赢得我们送出的“新焦点”价值560元汽车光触媒一次。



本报事业发展部主编 | 总第 612 期 | 2015 年 11 月 25 日 星期三 责任编辑:张 云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

广州车展中国品牌引境外目光聚焦

在我国车市增速放缓的 2015 年,收官之作的广州车展,依旧吸引着众多中外车企,参展车高达千辆,其中 80 余款上市或首发的重量级新车,均是中外车企转型之作的写照。广州车展同更有名望的两年一次北京和上海国际车展一样,见证着中国品牌汽车的成长和发展,招来海内外数十万观众目光的聚焦。

观展的老外,特别是观展的境外传媒界和行业内专业人士,如何看待中国车展,又是怎样评说中国品牌汽车,笔者撷取其中若干花絮,或许对我国展览业和汽车界的观察、思考和研究,有所帮助和启发。

吉利汽车上外媒头条

成功收购沃尔沃的吉利,许多外媒记者并不陌生,他们关注吉利汽车的每一个动作。车展开幕前夕,吉利发布的新能源汽车“2020 蓝色行动”战略,上了英国路透社新闻的头条,成为著名外媒提及率最高的品牌。该通讯社撰长文报道吉利汽车,摒弃传统内燃机引擎,整合集团内外资源,致力于开发新能源汽车,称赞吉利“2020 年实现新能源汽车销量占其总销量的九成”的可贵举动。长文比较了吉利与丰田两家汽车公司后指出,“新能源汽车市场已经成为几大传统汽车制造商争夺的



领域,未来竞争或将进一步加剧。”

境外车商深感压力大

一位在巴西车企就职的法国观众,看了长城哈弗展台,十分感慨地说,哈弗是个很有名的品牌,有 H1 到 H9 多款车型,还有最新的 H6/ Coupe,这款车设计非常好,各方面都不错,放到欧洲也会受欢迎。听说 H6 月销超过 3 万辆时,他感到很惊讶,简直是惊人的数据,给欧洲汽车厂商很大压力。

论中国品牌汽车的进步,这位观众在长安 CS75 展台说得较辩证,“比起几年前,中国品牌汽车的品质提升了很多,但比起国际大品牌,细节方面还有不足,比如这个后备箱遮帘,边缘能看到毛边,

显得不够细致。”但他仍喜欢这款车的设计,夸赞说“看起来很有力量,空间很大。”在巴西,长城和长安的 SUV 很好销,奇瑞和吉利的轿车更受欢迎,都有不错的竞争力,价格也不贵。

赞上汽新车设计前瞻性

上汽荣威全新 Vision R 概念车在本次广州车展首发。该车在正式展出前几天,发布了预告图,芬兰媒体 worldcarfans 撰文对该款概念车给予详尽介绍,称这款概念车采用双门敞篷轿跑设计,流畅的线条和倾斜式车顶,使新车速度感十足;前脸配有大型进气格栅和后掠式 LED 头灯,后部装有独特的双排气管和 C 型尾灯;车内仪表板配备大

型显示屏,受飞行器启发而设计的方向盘,以及符合人体工学的座椅,均是未来设计的前瞻性语言。

加大国际市场拓展步伐

中国品牌汽车加大国际市场拓展步伐,也引起外媒的普遍关注。澳大利亚媒体 GoAuto 报道,广汽集团已经将澳大利亚视为他们品牌的潜在出口市场。广汽是中国第六大汽车制造商,正在研发并生产的汽车,如传祺和吉奥,今年销量可望 18 万辆,未来两三年内出口澳大利亚将变为现实。

力帆汽车受到俄罗斯用户的欢迎,得到俄罗斯媒体的青睐。俄罗斯“卫星新闻网”引用欧洲商业协会的数据说,10 月力帆汽车在俄售出

1787 辆汽车,比 9 月上涨 23%,成为俄罗斯汽车市场上最受欢迎的中国汽车品牌。

应更注重做好内在工作

来自德国从事汽车制造的一位工程师,在凯迪拉克 CT6 展车旁,正等待坐进车内体验。他在接受现场记者采访时说道,中国品牌更了解本土用户的喜好和需求,会花大量的钱做表面工作,做看得见摸得着的东西,比如漂亮的轮毂、大尺寸的液晶屏和真皮的座椅等;而国际品牌更注重做好内在的工作,比如一般看不见的底盘、悬挂和发动机等,还包括工艺品方面。

注重中国车市政策评估

借车展报道契机,不少外媒不忘对近期中国车市重大政策的评价。印度《经济时报》引用国际三大评级机构之一穆迪最新一期“穆迪信用展望”时表示,中国车辆购置税减半举措可降低车价,刺激乘用车需求,对车企与消费者来说都是双赢的。《经济时报》同时提及中国品牌汽车,中国两家著名汽车制造商,吉利和北汽都将受此项政策的正面影响,因吉利主攻小型发动机车型且销售价格较低,势必受益更大。

张伯顺

BMW城市新概念轿车全球首发

11 月 20 日,在 2015 广州国际车展上,BMW 城市新概念轿车全球首发。这款概念车将 BMW 的运动、动感和以驾驶者为中心的设计基因融入一款紧凑型三厢轿车,代表了新一代年轻消费者的现代生活方式,展现了宝马品牌的创新精神,引领了未来年轻、运动、互联与时尚的设计走向。BMW 城市新概念轿车基于新一代年轻人的生活方式打造。这些潜在消费者自信、充满活力,对品质有着严苛要求,对于审美有着敏锐的直觉。

外观呈现经典魅力

BMW 城市新概念轿车采用三厢车设计,紧凑而运动的外观风格结合 BMW 经典的车身比例,让整车散发出同级车型不可比拟的动感魅力。标志性的双肾型进气格栅和锐利的“削边六边形”双圆 LED 大灯,瞬间展露出其作为一辆 BMW 的高辨识度。“V”形中央进气口引出了一种独特的设计风格,将车头的下半部分割成三部分,让车头看起来更加宽阔。

BMW 经典的长轴距、短前悬设计也在全新概念车产品上得到了全新诠释。较长的发动机罩,配合纤长而突出的腰线和动感十足的霍夫迈弯角,结合鲜明的车身流线使得整车侧面运动感十足。车身侧面除了劲道十足的腰线,看不到传统的车门把手。这正是这款概念车的独特设计:精致的触控式“车门把手”紧贴腰线边缘,乘客只需用手指轻触其金属表面即可打开车门。



车身精准的线条和轮廓造就了鲜明的表面形态,交错的光影令车身侧面呈现雕塑一般的立体感以及强烈的肌肉感。车轮拱罩从车身明显向外拱出,从车轮顶部到近路面逐渐变窄呈现锥形,进一步强化了车辆的运动感。独特的液态金属铜色涂漆紧紧贴附车身表面,营造出铸造金属的视觉效果。随着光线变化,涂漆中微细颜料的色泽深浅也随之改变,光影色泽变幻的诗意流淌在精准的线条间。车窗边缘环绕和镶嵌在抛光铝中的一体式风格后视镜尽显时尚格调,而采用独特双辐条设计的 20 英寸双色轻合金轮圈营造出强大的视觉冲击力,让车身侧面看起来几近完美。

内饰诠释现代豪华

BMW 城市新概念轿车的内饰呈现明显的 BMW 家族特征。驾驶舱“以驾驶者为中心”:所有的线条、形状和控制装置均以驾驶者为中心



布局,汇聚于方向盘两侧的突出线条凸显了这一点。由此产生的“锥形视觉结构”为整个驾驶舱设定了基调。“锥形视觉结构”的顶尖指向全彩平视显示系统,这一系统将所有的相关信息投射在其组合屏幕上,显示于驾驶者的平视水平范围内。独特的 Nappa 真皮、孔式木质和磨砂铝三种材料遍布整个仪表台,仪表板表面采用真皮包裹与撞色缝合。环绕于仪表板的完整抛光铝饰件尽



显高端、大气,而橙色的轮廓灯在夜间进一步凸显了仪表板的个性轮廓。新车将至臻工艺完美融入内饰设计,展现了强大的技术特色。车内的机械操作部件采用了完美的人体工程学设计,例如:自动空调、换挡杆和 iDrive 系统在超光滑的表面上延展排列。方向盘、中控区、中控台和车门开启装置上的所有其他功能都通过背光式感应界面触控操作,这种多维度的设计为驾驶者前方的

整个区域带来迷人的深度视觉魅力。而全彩平视显示系统与中控台上的 8.8 英寸显示屏能够实时显示所需信息。

BMW 城市新概念轿车的后排空间淋漓尽致地体现了 BMW 对乘客舒适度的重视。尽管车辆处于紧凑级别,但仍然带给乘客明亮、宽敞的空间体验。座椅采用天然柔软的 Nappa 真皮包裹,配以温暖的象牙白、暖咖色和浅咖色,带来无与伦比的舒适感;郁金香橙点缀突出了其极具运动感的几何结构,营造出一种精致而动感的氛围。大尺寸的全景天窗设计为车内带来充足的自然光线,同时扩展了乘客的头部空间,增强了宽敞的空间感。在夜晚,延伸到车门的轮廓灯会点亮位于功能区域的

触控式车门开启装置、车窗玻璃控制器和扬声器。

基于对消费者及市场变化趋势的洞察和杰出的创新实力,宝马一直开创并引领市场潮流,在不同的细分市场上,提供新概念和极具竞争力的产品,全面满足消费者的多样化需求。BMW 城市新概念轿车既是对高档紧凑型细分市场的最新探索,也是宝马创新精神的又一例证。