

自主品牌瞄准设计创新 北京车展皖军升级提速

■本报记者 张晓梅 吴明 张骅

两款概念车引爆北京车展 技术奇瑞“正向体系”渐入佳境



4月20日,以“技术奇瑞 信守你的信赖”为主题亮相北京车展,奇瑞汽车股份有限公司(以下简称奇瑞汽车)发布了两款全新的概念车——concept α与concept β。

除了概念车,奇瑞的参展阵容还包括在售或即将发售的主力车型,分别是艾瑞泽7、瑞虎5、E3、风云2运动版以及新瑞虎3。作为2014年奇瑞的一款重量级产品,新瑞虎3将会在今年5月份上市。新能源方面,奇瑞展出了一款采用碳纤维打造的插电式混合动力艾瑞泽7车型。

铸造中国汽车之“魂” 发布首个汽车设计理念

毋庸置疑,concept α与concept β是奇瑞在本次车展上的一大看点,

而诞生于奇瑞正向体系下,这两款概念车背后所体现的Chery Design则是本届车展最大看点之一。

仔细观察,可以看出,由concept α的A柱起源冲刷至引擎盖边缘,最终汇集至前格栅处的线条,其所蕴含的水流特征非常明显,同时,concept α的侧面曲线,采用简洁、流畅、精致,水波涟漪效果线等超前设计,使得腰线硬朗与柔美兼具,所有这些无不体现了自然界中水的平静、包容,与中国传统文化强调的上善若水紧密相连;此外,新logo内部格栅的“阴阳”风格的设计也体现了中国道家文化中的“阴阳交合,化生万物”之意。而由尾灯处流至牌照板的流线设计,也与前脸理念相呼应,加强了车身比例的水平宽度效果。与concept α一样,concept β的灵性动感水流

车身也富有“中国元素”。总而言之,这两款概念车运用大量中国元素,使整车流畅动感,刻画“水元素”的自然之美,中国范儿十足。

对于“Chery Design”的意义,奇瑞汽车总经理助理、营销公司总经理黄华琼表示:“对奇瑞而言,Chery Design将不仅是奇瑞家族化设计语言,Chery Design要做的是基于‘神’的形,而不是基于形的形,通过Chery Design,奇瑞将让自己的产品拥有灵魂。每一个著名品牌都有自己的灵魂,那么奇瑞通过什么方式来赋予产品和品牌以灵魂?答案就是正向体系下的Chery Design。从这个角度来说,Chery Design要打造的是奇瑞之魂,是中国汽车之魂。”

传承中国品牌SUV经典 新瑞虎3亮相

作为中国品牌最经典的SUV车型之一,外观方面,新瑞虎3的车身线条运用更加硬朗,呈现出更多的阳刚之气。车头部分悬挂着奇瑞全新Logo标识的中网,从设计语言来看,新瑞虎3采用了与艾瑞泽7、瑞虎5高度一致的家族式设计。车身尺寸方面,新瑞虎3较现款有细微的变化,其长宽高尺寸分别为4420mm×1760mm×1670mm,相比现款车型的4390mm×1765mm×1705mm,新瑞虎3身形更显修长,比例更加协调。

内饰方面,新瑞虎3的内饰不仅在设计、材质、装配工艺等方面均给

人以耳目一新的感觉,配置上也实现了大幅升级,特别是操控台上的LED显示屏,其操作界面呈现的功能信息与艾瑞泽7和瑞虎5相似度极高,说明新瑞虎3的数字化程度将向前两款车看齐。新瑞虎3凭借过硬的品质以及丰富的高科技配置,不仅会在中小型SUV市场中形成强有力的竞争优势,其对10万元以内轿车的潜在用户也相当具有吸引力。

从“正向研发”到 “正向体系”全价值链演变

从去年发布新品牌战略到今年的北京车展,奇瑞刚好经历了一年的时间。去年,处于转型初级阶段的奇瑞推出了三款真实的好车,即艾瑞泽7、瑞虎5、E3。随着奇瑞“三剑客”逐步进入主流市场,奇瑞也完成了新体系下的第一轮产品布局,正向研发之路也渐渐获得行业认可。

种种迹象表明,经过三年时间,奇瑞的战略转型已到了收获期,而选择正向开发的道路也是正确的。奇瑞要想获得可持续发展,势必要将“正向”的思想贯彻整个价值链,从而形成一个闭合的“正向体系”生态圈,使企业走上一条良性循环的发展道路。此次北京车展,奇瑞概念车的惊艳亮相、极具品牌个性特征的“Chery Design”秀以及广受好评的新瑞虎3让我们看到奇瑞经过一年的演变,已经形成了具有自己品牌基因的“正向体系”。

主编视点



造好车, 就得要脚踏实地

近两年,中国车市出现了一些很有趣的现象,特别是乘用车,对新技术和互联网的要求是越来越高,智能等全副武装的车型成了最强劲年轻购车族的必选。什么语音通话、导航、多媒体、云技术等成了一款新车是否时尚、现代的代名词。以至于一直坚守本位的欧美名车进入中国市场也不得不入乡随俗。

还有就是对新车型的追求几近疯狂。在中国,一个车企每一两年没有新车型的推出,市场就开始遗忘你。这群购车欲望最强的年轻人,购车的首选就是新上市的新车型,他们对车企的评价也是将新颖、潮流、大方、上档次的车型作为重要评价标准。这是不是一种理性消费呢?

中国正处于转型的关键期,对新求变的要求非常迫切。尤其是年轻一代,加快的生活节奏,无处不在的生存压力,渴求快速过上好生活的期望等因素,强化了他们对技术和创新的要求,这也是当下的中国色彩。这种正向、合理的市场情绪不仅支撑了我国自主知识产权的创新升级,也在改变着世界汽车产业的技术变革。

对于这方面的解释,很多自主品牌车企的掌门人都一致认为,汽车产业一直是创新的领航者,以前是车企的创新引领着市场和消费者,现在是市场和消费者在倒逼车企把最好的创新和技术尽快呈现出来。但是他们也肯定地回答,在这一迎合时代潮流的进程中,一定不能被花花绿绿的技术和多姿多彩的车型迷失了方向,一定要把品质贯穿于企业发展的各个环节,竞争最终还是要靠品质,只有这样,我们的每一步才是坚实有力的。

正如一位我国自主品牌领军者所说,造好车,就得要脚踏实地。

形神兼备,“Chery Design”书写奇瑞之魂

■本报记者 张骅

4月19日,北京车展前夕,奇瑞汽车在北京举办了一场主题为“铸造中国汽车之魂”的Chery Design秀,向媒体展示奇瑞全新的产品设计理念。国内权威媒体、汽车专家以及奇瑞汽车副总经理、汽车工程研发总院院长陈安宁、奇瑞汽车总经理助理、营销公司总经理黄华琼、奇瑞汽车造型设计总监James Hope等出席了本次活动。活动现场,奇瑞以最新概念车concept α与concept β为载体向与会媒体、汽车专家展示了象征其家族设计语言的Chery Design。

据了解,concept α与concept β两款概念车完全由奇瑞现有设计团队打造,该团队由前通用设计师James Hope、前保时捷设计师Hakan Saracoglu两位现任奇瑞造型总监领衔。在接受媒体采访时,奇瑞副总经理陈安宁说道:“对于中国人来讲,Design不仅是一种时尚,更是一种发自内心的精神。中国的企业和品牌要想走得更远,必须要有属于自己的Design。”

诞生于正向体系Chery Design下的concept α与concept β不但“形神兼备”,更为奇瑞未来的设计指明了方向。通过这两款概念车我们不难看出,无论是产品规划,造型设计理念,还是营销体系的调整,在“技术奇瑞 正向体系”引导下,奇瑞正一步步构建起属于自己灵魂的品牌基因。

高端性 轻量化 新能源 大运重卡“终身质保”的底气

■本报记者 张晓梅

4月20日,大运重卡在北京车展上推出N9、N8H和新N8E三款新车型,还携N8C、N8E和N6全系车型亮相。大运重卡副总经理刘宝乾为在场媒体做了详细的产品解析。据了解,N9系列为大运重卡高端旗舰产品,在安全性、可靠性、舒适性和经济性等综合性能方面实现全面提升。N8H系列在设计上则更加轻量化,具有更强的防磨损性及更长的使用寿命。而新N8E系列作为大运重卡中高端车型,在N8E系列轻量化成熟技术的基础上,通过更加科学的匹配和核心技术的运用,整车自重大幅降低。

大运重卡总经理陈瀚利在发布会上提到:“大运重卡推出这三款车型对企业有着非凡的意义,它代表着大运重卡至此完成了重卡全系列产品线的建设”。从2010年首次亮相北京车展到2014年北京车展,大运重卡仅仅用4年的时间就完成了行业需要几十年来完成的全系列产品线的设计和生产,着实让业界惊喜,这意味着大运重卡在重卡行业开启了自己的新篇章。

在发布会上,除了三款新车的发布,大运重卡还宣布从2014年3月,开始实施“终身质保”的售后服务政策,此政策针对大运重卡用户,在车辆报废前,只要使用大运重卡的正品配件,就能享受原车该配件的质保期限,从而获得质保期内的质保服务。“终身质保”可以说是大运重卡在重卡行业售后服务方面的创举,构建了重卡行业最高服务标准。

本刊主编:吴明



4月20日上午9时,每两年一次的北京国际车展在众多国内外媒体记者和车企参展商的声浪中拉开了大幕。从展厅的布局和参展的层次看,本次展会毫不逊色于世界任何顶级车展,可以说该来的都来了。除了抢眼的世界名车展厅照样人头攒动外,自主品牌的展厅更是自信满满。以江淮、奇瑞为代表的汽车皖军阵容直逼合资和外资品牌,发布会上表露出来的沉稳、干练和多彩,厅台上自成体系的产品组合和预示着自主品牌汽车发展未来的最新概念车推出,都彰显出我国汽车产业目标更高,升级转型加快。

瑞风S3产品首发 江淮四款重磅新车联袂“首秀”

作为中国三大车展之一,每一届的北京车展都是各大厂商展现新形象的重要舞台。本届北京车展,以全新产品阵容参展的江淮汽车颇具看头,瑞风M3、瑞风A6、概念车SC-9以及和悦IEV5四大乘用车二代重磅新品联袂亮相,全面展示江淮全新研发实力;更有SUV领域新军瑞风S3产品发布,预计售价区间在7万—8万元,预示着江淮乘用车全面吹响进军城市小型SUV的号角。

在“江淮十二五中期战略”调整的背景下,江淮本次全新产品阵容更显底气,涵盖轿车、MPV、SUV、新能源汽车四大品类,贯穿从A0级到C级的二代平台新品为江淮下一阶段市场扩张提供了充足弹药,也让江淮展台成为本届北京车展自主品牌阵营的最大亮点。

瞄准年轻消费群 江淮落子小型SUV市场

在本届车展上重点发布的瑞风S3是江淮遵循“敬客经营 服务销车”理念,深入洞察时下年轻消费者需求进行研发的全新一代车型。该车在外

观、配置、动力等方面均遵循江淮全新研发思路,以别具动感气质的整体风格,为SUV市场带来又一款优秀的年轻化产品。

瑞风S3的外观造型,由意大利大师遵循流动的雕塑艺术风格设计,前脸采用富有家族特色设计,镀铬装饰件的点缀与前大灯相得益彰,配合三段式下格栅,构造出富有冲击力的前脸造型;车型侧面以饱满有力的腰线和裙线贯穿,配合尾部多重横向扩展的U型线条,为瑞风S3塑造出矫健有型的风格;内饰造型层次鲜明,色彩搭配精妙,科幻风格十足。外观粗犷,做工细致。

动力方面,瑞风S3搭载了1.5VVT“中国芯”十佳发动机,小排量、高功率、高扭矩、低油耗。最大扭矩可达146N·m,搭配同级唯一的6MT变速箱,实现了更强的挡位传递效率,激情驾控和燃油经济性兼顾。同级别领先的配置水平也是瑞风S3一大价值点,配备了同级独有的自适应大灯、后视镜电动加热和GPS导航系统等高科技便利配置,充分满足新生代对科技元素的追求。安全方面,瑞风S3整车根据C-NCAP五星标



准设计,车身大量采用高强度钢,而且采用德系车使用的高强度热成型材;加上合理的结构设计,轻重分配合理,安全与轻量化兼顾。胎压监测功能、LED日间行车灯等多项安全装备,保证了瑞风S3的超高安全性能。

乘用车二代阵容豪华 自主研发体系硕果累累

本届车展,江淮乘用车二代平台

新车参展阵容强大,多达9款二代新车集中参展,充分展示江淮自主研发新实力和技术成果。二代产品的集中亮相也展示出江淮正加速产品更新换代的节奏,为消费者带来更丰富的选择。

车展现场最受媒体及消费者关注的是首度亮相的四款二代乘用车新品:瑞风M3、瑞风A6、和悦IEV5、SC-9。

(下转第二十二版)