

SUV 市场细分升级 全新福特锐界缔造 SUV 领军者

■ 本报记者 谢育辰

近日,长安福特正式公布旗下首款中大型 SUV——全新福特锐界的厂商建议零售价。全新福特锐界提供包含 5 座、7 座版在内的共 7 款车型供消费者选择,售价 24.98 万元至 42.98 万元。

作为“全方位领先的 7 座 SUV”,全新福特锐界凭借同级最优的空间表现、同级最强的动力组合、众多越级智能配置、卓越的整体品质和安全性能,打造出宜商、宜旅、宜私、宜家的全能品质,完美满足了消费者在商务、家庭等多种情境下的用车需求。

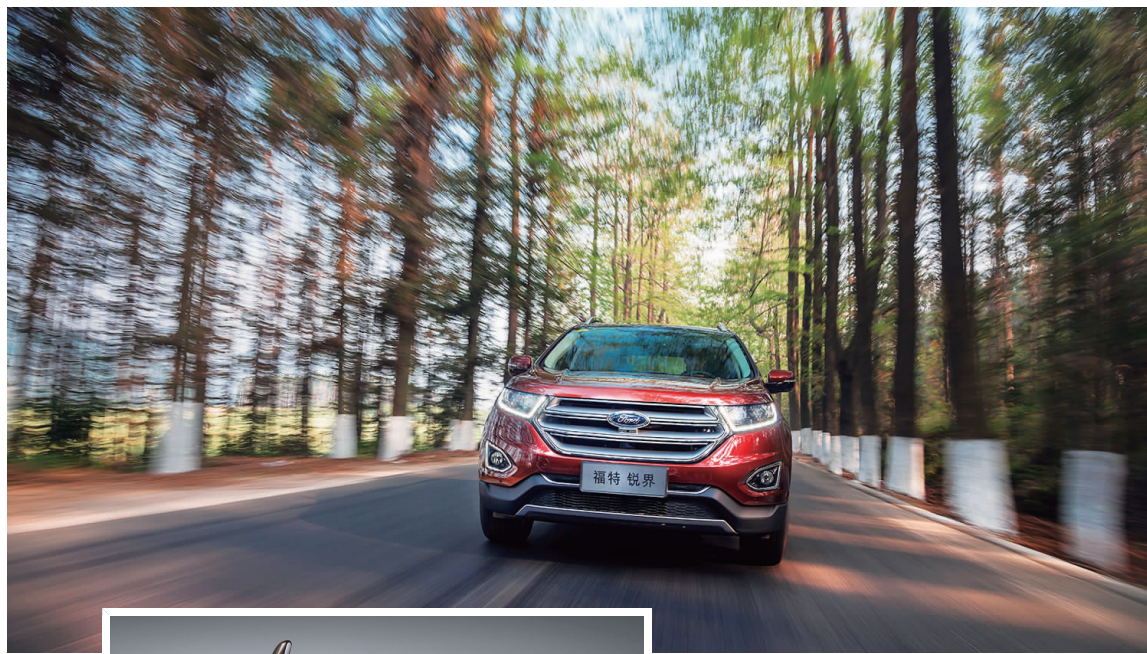
至臻品质 成就“商”界风范

大气恢弘的外观动人心魄,精致豪华的内饰超越期待,全新福特锐界以精湛工艺打造出豪华尊贵的驾乘体验,成就领袖锋芒。时尚且霸气的造型符合亚洲人审美,最吸引人的就是六边形的宽大镀铬进气格栅,凸显 SUV 的气度。车身侧面线条流畅修长,尾部线条外扩,LED 尾灯组十分醒目。同级独有的 21 寸超大尺寸轮胎,不仅让全新福特锐界更显霸气,也带来卓越的越野性能。

大气的外观,与彰显宽空气度的内部空间相得益彰,完美呈现商界风范。全新设计的内饰用料考究,配置丰富。深色钢琴烤漆和磨砂材质搭配完美,豪华 10.1 寸全数字彩色仪表盘彰显一流品质,中控台上方的 8 寸中控面板触控彩色液晶屏集合 SYNC 车载电话信息娱乐系统。车顶则是长 1.45m,宽 0.85m 的超大尺寸可开启全景天窗,不但拥有广阔的视野,更采用全新的夹层技术,双层隔热玻璃中间加了一层隔热膜,能够有效阻挡红外线和紫外线,并进一步降低车内温度。

3 排 7 座设计的全新福特锐界拥有宽敞灵活的内部空间,同时在同级市场率先实现了后排座椅电动可折叠功能。其中,第二排座椅不仅可以一键放倒,还具有 Easy Entry 方便进出功能;而第三排座椅则拥有同级独有的一键自动放倒和还原功能,并可以独立控制。即使 6 人乘坐,也可拥有灵活的储物空间。后排座椅全部放倒后,行李舱地板完全平坦,最大容积可达 2039 升。超大的装载空间、灵活的座椅变换,能够轻松灵活地应对各种场合,让空间宽敞度、灵活性与舒适性均有质的提升。

同级领先的主动降噪系统(ANC),通过先进的算法,依据先进智能的声学原理,主动、实时地营造静谧舒适的驾乘空间,带来更加尊贵的乘车体验。无论是接待宾客或是以



商会友,都能创造出“大音希声”的尊贵私密空间,让出行品质加倍提升。

绿色动力 打造完美“旅程”

作为一款“全方位领先的 7 座 SUV”,全新福特锐界不仅达到了内饰外观设计的新巅峰,也将福特最新的动力系统完美融入。首次引入长安福特车型的 2.7 升 EcoBoost GTDi V6 发动机,采用双涡轮增压技术,具有同级最强动力。最大输出功率 242 千瓦,最大扭矩为 475 牛·米,百公里加速时间仅 7.5 秒,性能表现堪比跑车。

装备了这台发动机的全新福特锐界,其出色的加速性能令人印象深刻。完全不需要深踩油门,也能感受到强劲动力的释放,而且发动机的表现非常平顺。最关键的是这款发动机的综合油耗只有 10.6L/100km。全系匹配的 SelectShift™ 6 速手自一体变速器与这台澎湃的 V6 发动机配合顺畅,驾驶过程中还可以通过方向盘上的换挡拨片随时手动换挡,驾驶体验更加出色。

另一款全新升级的 2.0 升 EcoBoost GTDi 发动机的动力表现同样出色,最大输出功率达 180 千瓦,最大扭矩 350 牛·米,引入的双涡轮增压技术和 S/S 自动启停系统,实现了强劲动力与高效节能的完美平衡。

全新福特锐界的绿色也体现在对车内环境的重视。全系标配的花粉过滤器可有效滤除 PM2.5,对追求健康生活的消费者有着极为实际的意义。

智能科技 雕刻“私”享时光

全新福特锐界众多领航时代之先的智能科技配置,全面优化了驾乘体验,让驾乘者在忙碌的事业中暂且放慢脚步,安心享受私密时光。

同级独有的 Glare free 防眩目 LED 前大灯带有随动转向功能,可在对向来车时通过“防眩目”功能,智能调节远光灯光型,在增大驾驶员视野范围的同时,避免给其他车辆造成眩光影响。360 度全景影像系统同样也是同级独有配置,由全车多达 4 个摄像头提供全景的车身俯视图,并与倒车后视图像一起分屏显示,让驾驶员享受置身车中方可掌握全局的极致体验,更进一步保证了行车安全。众多同级独有的装备,为只属于私人的驾乘之旅,提供更安心的保障。

借助同级领先的主动泊车辅助系统(APA),在停车时,驾驶员只需根据系统提示,控制挡位、油门和刹车,即可轻松完成平行泊车或垂直泊车,即使在车位紧张时也不许担心。不仅如此,该系统还带有泊车出库辅助功能(Park Me Out),可以通过图像与语音引导驾驶员控制油门、换挡杆和刹车,自动控制车辆从泊车位置驶出。

此外,全新福特锐界还搭载 MyKey 我的智能钥匙、感应式电动后备箱门、方向盘加热、带随动转向功能的 LED 前大灯、智能自适应巡航控制(ACC)以及 AWD 智能四驱系

统等多项领先同级的智能科技配置,打造前沿的智能驾乘享受。

全面安全 守护“家”庭幸福

当然,美好的旅程必须有坚实的保障。全新福特锐界也提供了丰富的主、被动安全系统。诸如车道保持辅助系统(LKA)、盲区监测系统(BLIS)、防翻滚稳定系统(RSC)等等,为安全行车提供万无一失的安全屏障。

先进的主动安全装备之外,全新福特锐界也全方位地提高了被动安全性能,全系标配包括驾驶员膝部气囊在内的 7 个安全气囊,其中侧安全气囊从第一排延伸到第三排,为车内所有乘客提供全方位的周到保护。另外,防撞梁等关键部位都采用了高强度和超高强度钢,A 柱超高强度液压管一直延伸到 C 柱,结合激光焊接、热成型、液压成型、辊压成型等领先工艺,打造出坚固可靠的车身。配合吸能设计,有效分散碰撞力,最大程度地保护乘员安全。

全新福特锐界是长安福特继紧凑及中级 SUV 市场获得成功,顺势推出的一款集多重优势于一身的大成之作。它不但拥有 5 大同级独有和 14 大同级领先的配置矩阵,营造出极致豪华的驾乘体验,以极具竞争力的价格让消费者轻松享受豪华的驾乘品质,完美满足了消费者在商务、家庭等多种情境下的用车需求,让消费者真正享受到多面掌控、多样精彩的 SUV 生活。

全新福特锐界的出现,必将让整个中大型 SUV 市场面貌焕然一新,刷新中大型 SUV 市场的产品价值高度,成为精英人群座驾的绝佳选择。

创新承诺 宝马应对“新常态”

■ 李逸

日前,宝马集团公布了最新的财报,一季度 209.17 亿欧元的全球营收同比增长了 14.7%,15.16 亿欧元的净利润,较去年同期的 14.58 亿欧元增长了 4.0%。

宝马像一只上足了发条的时钟,源源不断地将生产出来的产品发往世界各地。其中,美国和欧洲市场的复苏成为其主要推力,且利润较高的 SUV 车型 X5 销量跳增 30%。

但颇为困扰宝马高层的问题是,宝马全球最大的市场中国正在面临增速放缓的“新常态”。今年一季度,宝马集团全球汽车累计销量为 526669 辆,同比增长 8.1%。中国市场贡献了其中 11.5 万辆的成绩单。但同比 6.5% 的增长率,预示宝马正在面临在华前所未有的挑战。

不仅是宝马,其在华的劲敌奥迪也面临同样的困惑,一季度 13.3 万辆的销量,奥迪同比增长为 7.1%。相比之下,奔驰正在奋力追赶,虽然 7.8 万辆的销量与奥迪宝马仍存在巨大差距,但 16.6% 的同比增长,侧面印证奔驰的市场潜力。

前有堵截,后有追兵。这就是宝马在华所处的现状。这也直接促使宝马加快新车型的导入计划,比如华晨宝马拟将国产车型由 3 款变为 6 款。在上海车展上,宝马集团大中华区总裁兼首席执行官安格透露,今年中国市场将引入 10 款新车型。其中最关注的是 BMW 2 系多功能旅行车。凭借该车型,宝马集团希望开创一个全新的细分市场。

除此之外,宝马还将目光放得更远。上海车展上全新 BMW X5 插电式混合动力全球首发,宝马集团董事罗伯森认为,中国有望成为世界最大的新能源汽车市场。宝马作为可持续出行的领航者,将在该领域不断前行。宝马计划在确保原有驾驶乐趣的同时,以 BMW i 带来的革命性创新为基础,为所有 BMW 品牌下的车系配备插电式混合动力系统,不断降低车辆的碳排放。

据悉,BMW X5 插电式混合动力整合了一台 2.0 升 Twin-Power Turbo 双涡轮增压引擎和一台同步电动机,百公里综合油耗低至 3.3 升,二氧化碳排放量也仅为 77 克/公里,在纯电动模式下,最高时速可达 120 公里,续航里程最高 31 公里。此前,宝马 i8 曾现身好莱坞电影《碟中谍 4》,而宝马 X5 插电式混合动力也将加盟《碟中谍 5》。

去年,伴随宝马新战略车型 i3 和 i8 的上市,宝马创新性地推出了“360°电动”系列电动汽车支持服务。这项服务也同样支持 BMW 插电式混合动力产品。“360°电动”服务向 BMW 新能源汽车的消费者提供了一整套的服务支持:家庭充电解决方案;ChargeNow 公共充电网络建设;以金融服务、租赁共享为主要内容的灵活出行服务;以及新能源汽车无忧服务等一揽子解决方案,从而确保客户可以畅享新能源汽车的环保优势。

在新能源车领域,无论是新品牌 i 和“360°电动”服务的推出,还是插电式混合动力车型的导入,宝马均提前布局,但这并不意味着竞争对手坐以待毙,奥迪和奔驰纷纷表示将尽快推出同款车型,而沃尔沃也已推出 S60L 智能 E 驱插电式混合动力车,这场“承诺”低碳环保的商战,尚未开始就已硝烟弥漫。

丰田谋破局 延伸“双擎”本土化概念

■ 李逸

两年前丰田曾在中国启动云动计划,推出了以油电混合动力为技术支持的“双擎”概念,并首次采用阿童木的漫画形象作为代言人,借助阿童木脚底安装的喷气喷射引擎,丰田巧妙地向外传递混合动力技术的高效动能。

几乎一夜之间,北京、上海等一线城市的户外宣传栏被以阿童木为蓝本的丰田广告占据,电视、平面、网络同期轰炸。然而,缺乏连贯性的投入,相对昂贵的车型售价以及中国消费者对于“混合动力”的陌生,令“双擎”效应来势汹汹,去势快。

“我们这几年推广方面做得不够。”丰田中国执行副总经理董长征对《中国企业家》记者说。

丰田的混合动力技术开展较早,至今已在全球范围内累计销售 750 万辆混合动力车型。但在中国却遭遇“尴尬”,以凯美瑞混合动力版为例,在中国只卖了 1.5 万辆。

在新能源车的顶层设计上,中国政府倾向于电动汽车。因此,丰田的混合动力车型并未获得插电式混合动力车型一样动辄数万元的政府补贴。但有些“愚直”的丰田仍然计划在明年推出两款混合动力车型——混动卡罗拉和混动雷凌。由此,“双擎”概念再出江湖。

值得玩味的是,与两年前采纳日本漫画形象阿童木不同,此次丰田聘请了两位中国国家喻户晓的影星高圆圆、张震作为代言人。董长征坦言,希望借此激发更多中国人的共鸣,且可以发酵的社会化延展话题。

丰田对于混合动力的前景,向来拥有充足的自信。董长征简述为三个原因:首先,环境问题越发受到外界关注;其次,中国对于石油进口的依赖已超过 60%。“2020 年国家要求达到 5.0 的油耗标准,没有混合动力技术,任何一家都达不到”;最后,丰田有能力和条件使混合动力价格变得“触手可及”。

在打造“双擎”概念解决营销本土化的同时,丰田也提速了产品本土化的步伐。

丰田中国总经理小川哲男认为,眼下混合动力技术很难获得来自中国政府的支持。纯电动汽车时代又相对遥远。为了让更多中国买家选购混合动力车型,丰田正加紧混合动力相关组件国产化开发进程,包括电池、逆变器和变速驱动桥等关键零部件都将在中国生产。这是丰田首次在日本之外的国家实现混动技术核心组件的本地化生产。目的在于通过本土化降低成本,从根本上缩小混合动力与消费者之间的距离。与此同时,丰田也打算迎合中国的政策,研发插电式混合动力车型,而最终目标则是燃料电池驱动。

车市速读



乐视造车:“颠覆”还是“玩票”?

■ 李逸

“五一”期间,笔者在京东网上订购了一部 50 英寸的乐视电视,加上 3 年的服务费一共花了 3469 元。促使笔者掏出钱来的原因,首先在于好奇,其次是源自超高的性价比。

在此之前,笔者和多数人一样经常在乐视网观看免费视频,但不得不忍受熬人的片前广告。除此之外,心中埋藏着一个更大的疑惑,一个靠视频起家的网站怎么能生产出靠谱的电视机?甚至在业务员送货上门后,还小心翼翼地问他如果不喜欢是否可以退货?

经过 10 多天的使用,这部乐视电视彻底打消了笔者的困惑。对它的评价是 UI 清爽、操控方便、片源众多、系统流畅。总之,性价比确实很高。要知道,如今一部智能手机动辄数千

元,而这部 50 英寸的电视,还额外赠送了 3 年的乐视会员服务,这项功能屏蔽贴片广告,还可以免费观看会员服务。如果安装插件,甚至可以抛弃机顶盒,直接收看电视直播。因此,听到乐视手机的首日预约量达到了 263 万人次的消息,笔者并不吃惊。

但问题来了,乐视能否将这种成功嫁接到乐视汽车的项目上?与电视和手机相比,汽车行业需要更高技术含量和工艺复杂度。此外,对于这种产业资金密集型的项目,乐视是否有那么多的钱去烧?

前不久的上海车展,笔者与乐视汽车的高管团队进行了沟通,其副总裁吕征宇解释称,未来这一块业务融资是向外面开放的,乐视汽车可以接受诸如资本上、技术上、人员上的多种合作模式。

看起来,乐视是在认真地玩“颠

覆”,且四处网罗汽车界精英。年初,英菲尼迪原中国及亚太区总经理吕征宇加盟乐视,任乐视超级汽车(中国)有限公司副总裁。今年 4 月,原广汽丰田副总经理、广汽吉奥总经理高景深加盟,出任负责生产制造的副总裁。此外,原一汽-大众生产总监 Frank Sterzer 出任乐视汽车高级总监。更早之前,搜狐前副总编、汽车之家事业部总经理何毅力加盟乐视,担任乐视车联网 CEO 兼乐视控股副总裁,主导车联网项目。

作为全球第一家宣布造车的互联网公司,占得先机的乐视汽车已在美国硅谷成立了近 300 人的研发团队,其中不少骨干是通过与美国苹果公司的 PK 战中胜出“抢来的”。如果说苹果在智能手机领域先行一步,那么在这次汽车人才引进战中,乐视汽车扳回一局。