

编辑 刘洋 美编 张彬 责校 池红云 电话:64101879 sbsdcar@vip.sina.com

智能安全两厢车 首选新TIIDA

随着国内消费者对汽车文化的不断了解,汽车消费不再追求大而全,安全性能成为衡量一辆车是否值得购买的主要因素。在10万~20万元级别车型中,东风日产新TIIDA是值得推荐的一款车型。

新TIIDA不仅是在同级别车型中惟一完整配备了四大智能安全系统的车型,甚至在面对很多定位及售价更高的车型时也丝毫不落下风。

据了解,新TIIDA的智能防碰撞安全系统源自英菲尼迪,该系统中的FEB智能预碰撞刹车系统可以监测行驶速度与前方障碍,智能减速刹车;而LDW车道偏离预警系统则能够监测路面车道;还有BSW变道盲区预警系统,能够监测车辆侧后方盲区来车;此外,CTA倒车车侧预警系统,在倒车时通过雷达监测车辆后方的移动目标,向驾驶者预警风险。新TIIDA对安全的重视远不止于此,车子配备的全新EPS车速感应式电动助力转向、VDC车辆动态控制系统在提升车辆灵动操控的同时,也在一定程度上确保了高速行驶的稳定性、车辆转向的精准性。

总体而言,新TIIDA无论在主动安全还是被动安全方面,都为驾乘者提供了可靠、有效的安全保障。不过,再高科技的配置也只能起到辅助的作用,所以各位驾驶者还是要将安全驾驶谨记于心。



东风雷诺押宝科雷傲

在科雷嘉上市8个月后,东风雷诺推出了第二款国产车型。11月10日,东风雷诺全新一代科雷傲正式上市,推出“售价区间17.98万~26.98万元,12月31日前全系享万元购置税补贴”的营销策略,销售前景也一致被业内看好。

业内人士认为,全新一代科雷傲的到来,意味着东风雷诺实现了小型、紧凑型、中型SUV全产品线覆盖,在前期国产产品尚未站稳脚跟的背景下,科雷傲将帮助东风雷诺进一步打开增长最快的SUV细分市场,挽救其在中国市场的颓势。

作为雷诺全球旗舰SUV,科雷傲在进口车市场已经为雷诺积累了近20万的用户,2014年曾一度摘得中国进口中级SUV销量桂冠。在东风与雷诺建立合资公司的消息确定后,市场期望东风雷诺国产的第一款车型就是科雷傲。

据了解,这是科雷傲第一次在法国之外的市场生产。雷诺亚太区主席、高级副总裁兼东风雷诺汽车有限公司总裁福兰直言不讳地表示,希望科雷傲的单月销量能超过科雷嘉,成为东风雷诺销量上的支柱产品。

事实上,当东风雷诺推出首款国产合资车科雷嘉的时候,尽管请来了范冰冰做形象代言人,但市场并不看好。统计数据显示,10月,科雷嘉的销量达到4006辆,占10月东风雷诺总销量的88%,作为一款合资



SUV而言,虽然站在了中国汽车市场SUV的风口上,但这样的业绩显然不能让合资双方感到满意。

福兰表示:“全新一代科雷傲从研发伊始就将中国消费者的需求置于最前端,彰显了对中国消费者的十足诚意。”据介绍,该车定位“全新魅力中级SUV”,旨在为“新晋社会中坚力量”带来极具魅力的用车体验。从产品上看,定位于紧凑型SUV的车身尺寸看起来已经接近中型SUV,其长宽高分别为4672/1843/1673mm,轴距2705mm。而从价格上看,科雷傲相对务实。东风雷诺副总裁陈曦表示,在平衡两款产品的基础上,东风雷诺希望以高性价比给消费者最直接的购买理由。

尽管东风雷诺在华开始务实,并希望借助科雷傲扭转销售不畅的

尴尬局面,但依然面对着两大挑战:如何增强雷诺品牌认可度以及经销商网络建设的不足。陈曦透露,接下来东风雷诺将针对三四五线城市进行快速渠道下沉,以拉动科雷傲的市场销量。“四五线市场对SUV需求旺盛,投资人意愿强烈,我们将通过建卫星店下沉渠道,通过大篷车等展示活动将营销活动下沉。”

当前,东风雷诺已将经销店扩充至136家,按照规划到今年底这一数字达到150家。陈曦表示,在网络覆盖力度不足的前提下,东风雷诺扩展渠道的同时,更会重视务实营销,提高经销店运营效率。同时,在产品投放上,东风雷诺承诺未来每年将推出1~2款新车。到2020年东风雷诺还将有8款新车型推出,稳步推进国产化进程。

北京商报记者 蓝朝晖

腾势“心安实力 无畏极限”论坛圆满落幕 中国制造引发热议

11月11日,腾势“心安实力无畏极限”分享论坛在深圳大学成功举办,深圳腾势新能源汽车有限公司CEO严琛、80天纯电动汽车环球之旅中国队队长宗毅、腾讯智能创新业务部VR开放生态总经理叶顺福等嘉宾出席活动,向腾势车主、深大师生和社会精英人士分享了腾势80天纯电动汽车环球之旅的精彩点滴,分享他们对于“中国制造”的看法。



深圳腾势新能源汽车有限公司CEO严琛表示,作为本次80天纯电动汽车环球之旅唯一一款中国纯电动汽车,腾势以优雅舒适的驾乘体验和强大的安全及可靠性完成挑战,引领“中国制造”新动力。腾势秉承“以消费者需求为中心,造消费者最想要的电动汽车”的理念,持续推动中国新能源汽车的发展,让电动出行更从容、更心安。

作为80天纯电动汽车环球之旅中国代表队的队长,宗毅向现场的嘉宾们分享了自己旅途的精彩故事,他与腾势纯电动汽车在80天内穿越了位于三个大洲上的19个国家和地区,全程近3万公里,最终



与活动的其他10支国外特斯拉电动车队一起顺利完成了挑战。宗毅表示自己之所

以选择腾势,看中的就是它让人心安的品质和超长的续航能力,“作为中国的代表,

我非常高兴能够驾驶着中国最好的电动汽车腾势和来自不同国家和地区的朋友们一起环球旅行。腾势汽车的卓越表现不仅为我的旅程保驾护航,同时也让更多的外国朋友见证了中国制造电动汽车的实力”。腾势纯电动汽车的完美表现不仅征服了脚下的路,同时也让世界见证了“中国制造”的力量。

近年来,互联网行业凭借“创新”、“颠覆”的精神诞生了许多新兴的互联网产品,比如VR技术凭借带给人们身临其境的惊艳体验,让无数人为之着迷。腾讯智能创新业务部VR开放生态总经理叶顺福认为,企业在“创新”的路上虽然会遇到挫折,但如果没用这种精神便不会有人类和科技的进步。作为传统制造业的代表——汽车行业,创新精神同样重要,纯电动汽车便是对传统燃油汽车的颠覆,而腾势通过80天环游之旅,进一步颠覆了人们对于纯电动汽车特别是中国制造纯电动汽车固有的偏见。可见,不管是新兴的互联网领域,还是传统的汽车制造业,唯有具备创新和颠覆的精神,“中国制造”才能创造心安品质,方能走向世界。

心安实力,无畏极限。腾势是中国首个专注于新能源汽车的品牌,作为完美结合了戴姆勒的百年造车底蕴、尖端安全技术和比亚迪在电池技术方面领先优势的纯电动汽车,腾势与全球卓越的电动汽车一起完成80天环球之旅的挑战,展现了让消费者心安的卓越品质,向世界展示了“中国制造”的实力。