



## 凯迪拉克车队备战2013赛季倍耐力世界挑战赛

### O'Connell和 Pilgrim欲蝉联冠军

凯迪拉克车队在成功卫冕2012赛季倍耐力世界挑战赛总冠军后，将在新赛季继续冲击冠军宝座。

2012赛季 GT组 别 冠 军 车 手 Johnny O'Connell和亚军车手 Andy Pilgrim整装待发，将驾驶凯迪拉克 CTS-V Coupe赛车共同出战，力争在2013新赛季取得优异成绩。

在 2012 整个赛季中，O'Connell曾四次荣膺分站赛冠军，分别是圣彼得堡大奖赛揭幕战、长滩街道赛以及底特律贝尔岛的周末赛事。在休赛期，他一边工作，一边享受与家人团聚的欢乐时光。

O'Connell表示：“这是一个漫长的休赛期。我们只花了两天时间在Sears Point测试车辆。尽管那两天都在下雨，我们还是收获不小。除此之外，绝大部分时间我都呆在凤凰城，我是邦杜兰特驾驶学校的副校长。当然，我也陪孩子们度过了一段开心的时光。”对于新赛季将引入的两条新赛道，O'Connell表示非常期待。

“车手们都觉得新落成的COTA赛道感觉很好，我也希望凯迪拉克CTS-V Coupe能很好地适应新赛道。在美洲勒芒系列赛中我曾驾驶雪佛兰科尔维特在休斯顿站夺冠，这次以CTS-V Coupe为战车，希望也能夺冠。”

不过，要蝉联GT组别冠军，O'Connell也倍感压力。“回首去年夺冠之路，速度绝不是唯一最重要的因素。我们一路坚持不懈，力争做到每一个细小环节不出现纰漏，”O'Connell回忆道。“尽管我和Andy只在一圈中领先，但最后我们仍登上了底特律的领奖台。”对这位来自佐治亚州弗劳沃利布兰奇的车手来说，新赛季也意味着新挑战。“随着诸如奔驰和改进后的奥迪R8等新车的加入，要取得胜利，我们必须足够敏捷迅速并坚持到底。”

在整个休赛期，Pilgrim都在忙于录制新的一段Driving Zone短片。在短片中，他分享了一些重要信息，驾

驶教练可以借此帮助新手顺利度过最初也是最危险的几年。“我一直在剪辑新的DVD。小孩子们是坐在车上慢慢长大的，这个DVD将引导父母帮助孩子为未来驾驶做好准备，并指导他们如何做到不分心。这是个巨大的工程，几乎占用了我所有的时间。”

同样，Pilgrim也非常期待在德克萨斯州奥斯汀新的COTA赛道上驾驶凯迪拉克CTS-V Coupe参赛。“我很喜欢新的COTA赛道，只可惜我们不能对它进行完整的全程体验。不过我相信将会同样精彩。”

这位来自佛罗里达州波卡拉顿的车手不但与他人分享正确的驾驶技巧，在新赛季中也将应用到这些关键技巧。谈到对新赛季的期待，他表示：“我的想法比较简单实际。2012年，我们取得了里程碑式的胜利，因为我们是一个团队，一个强有力的车手组合。在一场接一场的比赛中。在一个又一个极速转弯中，我们并肩作战，这就够了。只要不放弃，坚持下去，我相信我们会领先，会有机会，这就是我们所能期待的。”

“我们的目标是卫冕冠军，这样说感觉很好。因为在2012赛季已经成功夺冠，我们有信心再来一次。”与此同时，Pilgrim也很关注加入本赛季

的新车手，以及老车手和他们升级后的“战车”。他补充道：“目前看来这像个谣言，巨大的谣言。听说奥迪、阿斯顿马丁、奔驰和宝马车队今年都要加入。如果是真的，这个赛季我们将看到更高水平的比赛，我感到非常兴奋。”

“我非常想知道到底哪些人和赛车将要加入新赛季，这有利于我们更好地备战，希望这不会让我失眠。如果这些伟大的车队和厂商都加入，我们将迎来更加公平的竞争环境以及自2005年以来水准最高、最有深度的比赛。我简直迫不及待了。”

凯迪拉克赛事及V系列赛事市场经理John Kraemer希望车队专注于比赛，而他的另一个团队则致力于推进系统的设计。

Kraemer表示，“进入到2013赛季，推进系统牢牢地装配在后保险杠上。Pratt & Miller团队整个休赛期都在工作，力图使CTS-V Coupe保持领先地位。尽管有来自德国的新对手，但我们依然有实力蝉联冠军。得益于赛场上的出色表现，凯迪拉克车队在赛道之外拥有了一批追随者。”

2013赛季倍耐力世界挑战赛将在圣彼得堡举行的本田大奖赛拉开帷幕。



## 英菲尼迪西南地区首家旗舰店 成都尊崇启幕

近日，豪华汽车品牌英菲尼迪西南地区首家旗舰店成都运通英菲尼迪4S店尊崇启幕。这是继全球首家旗舰店落户北京之后，英菲尼迪在品牌旗舰店战略布局和服务提升践行上的又一重要里程碑，再一次彰显了英菲尼迪对中国市场的诚意和西南市场的重视。

状如风帆、气势优雅的英菲尼迪成都旗舰店，位于成都市金牛区。它秉承英菲尼迪全球旗舰店标准，通过“灵感区”、“精品区”、“性能区”、“灵感会所”和“概念车（新车）展示区”等特色区域的设置，突破了展示和销售产品的常规功能，不仅为消费者带来极致的服务体验，更成为展现英菲尼迪品牌魅力的平台。

“灵感区”以设计感十足的平面灵感墙为承载，播放震撼感官的品牌短片，消费者可以领略英菲尼迪品味独到、与众不同的品牌文化。“精品区”通过展示英菲尼迪跨界合作的精品，展现出英菲尼迪品味独具的生活方式。在“性能区”，消费者可以通过iPad和大屏幕，选择爱车的外观与内饰，配合与英菲尼迪车型相同的Bose音响系统，还可提前体验爱车的配置。“灵感会所”设计优雅且极具现代感，为车主提供了高级会所级的尊享空间和更多个性化的服务体验。此外，英菲尼迪的全新车型和一系列经典概念车型将会在“概念车（新车）展示区”进行轮番展示，消费者不仅可以在第一时间品味新车魅力，更可以近距离感受英菲尼迪未来设计趋势和行业领先的尖端科技。在英菲尼迪品牌旗舰店中，消费者可以深度体验英菲尼迪完美的待客之道。英菲尼迪融汇于产品性能的澎湃激情，渗透于完美设计、精湛工艺与可靠品质的精准细腻，以及突破常规、不断挑战自我的品牌魅力也得以完美展现。

为消费者提供“致情致盛、完美体验”的客户服务，是英菲尼迪一直秉承的发展理念。从4年/10万公里免费保养、24小时道路救援、CCC（客户关怀中心）等一系列完善的服务项目，到与以周到服务培训而著称的专业机构（“全日空”培训学院）合作，为消费者提供全球标杆性的“头等舱”式服务等，英菲尼迪一直致力于为消费者提供极富行业竞争力的服务体验。2012年7月，英菲尼迪将全球首家品牌旗舰店引入中国，以最高标准确立了英菲尼迪全球服务新标杆，并将逐步向英菲尼迪全球市场推广，成为行业创举，也获得了极佳的市场反响。未来，英菲尼迪将继续完善品牌旗舰店的战略布局，覆盖北京、上海、广州、成都四大城市，从而为更多消费者提供超出期望的豪华汽车服务。

英菲尼迪中国事业总部总经理吕征宇表示：“成都是西部地区具有战略意义的城市，以成都为核心的西南市场，凭借着强劲的经济增长势头，成为了继北上广之后，高端汽车消费的‘第四极’。英菲尼迪成都旗舰店的建立，将推动该区域的汽车服务升级，



嘉宾剪彩



英菲尼迪中国事业总部总经理吕征宇与运通集团总经理张建华等嘉宾合影



英菲尼迪成都旗舰店风帆状外观

更好地满足西南地区消费者对于高端汽车产品与优质汽车服务的日益旺盛的需求。”

伴随着中国经济的快速发展，新一代拥有年轻心态的豪华汽车消费者正在迅速崛起，中国豪华汽车市场呈现出巨大的增长潜力。2013年伊始，英菲尼迪汽车有限公司总裁约翰·德·尼琛（Johan de Nysschen）先生曾专程来到北京，向国内消费者展现了

“英菲尼迪要成为豪华车主主流阵营不可或缺的一员”的品牌发展愿景，并强调了中国市场在其全球发展战略中的重要地位。英菲尼迪成都旗舰店的尊崇启幕，标志着英菲尼迪在追求成为在设计、性能、技术，以及服务上，都饱含激情，且精益求精的豪华汽车品牌进程中又迈出了重要的一步。

## 宝马集团四款产品 荣膺“2013年红点设计大奖”

在“2013年红点设计大奖”的评选中，宝马集团旗下共有四款产品荣获这一国际权威设计奖项的认可，续写其在该奖项上的辉煌成绩。全新BMW M6四门轿跑车、新一代BMW 1系、全新BMW 3系旅行轿车和BMW R 1200 GS摩托车凭借出色设计，摘得“汽车和交通运输工具”领域的红点设计大奖。

宝马集团本次获奖的四个车型展现了卓越的设计品质。全新BMW M6四门轿跑车代表了运动性能与美学设计的极致融合。作为BMW M产品阵容中的首款四门轿跑车，其车身侧面与M6双门轿跑车明显不同，降低的车顶线条流畅地融入车尾；穿过车门把手的腰线延伸至C柱，凸显了动感的

侧面轮廓。车顶采用的是兼具轻量和高强度优点的高科技材质——增强型碳纤维，碳纤维网状结构和车顶中央的动感凹槽设计引人注目。

三门版的新一代BMW 1系拥有级富有量感的BMW标志性车身比例，独特的外观造型和动感流畅的车身线条，不仅使其在紧凑型细分市场的竞争中脱颖而出，与5门版的1系相比也别具魅力。配备无框车窗的宽大车门，甚至不受B柱影响的“独立式”侧窗设计，结合极低的车顶线条，令新一代BMW 1系显得格外优雅动感。

全新BMW 3系旅行轿车的加入，拓展了BMW品牌的核心价值，使其产品阵容更加多样化，更具时尚生活品位。流畅的车身线条和略微倾斜的后

车窗设计，令这款车在静止时也不失运动风范，向下倾斜的车顶线条与宽大的尾门体现了车厢的多功能性。与新一代BMW 3系轿车一样，这款旅行轿车的前端设计延续了BMW一贯秉承的精确特征，尤其是独立大灯和双肾型进气格栅。驾驶舱的突出特点是采用“分层”设计，即：驾驶舱不同区域之间相互关联，充分体现BMW“以驾驶者为中心”的设计理念，令所有重要功能触手可及。

新款BMW R 1200 GS摩托车以精准的设计语言将这款越野车型强健、动感的形象表达得淋漓尽致。该设计基于被誉为经典的GS平台发展而来，并再次将这款全地形休旅摩托车的基因诠释得更具风范，堪称产品设

计的又一典型案例。

近年来，宝马集团的产品一直深受红点设计大奖的青睐。2012年，BMW共斩获11项大奖，其中，BMW AirFlow2头 盔 和 Husqvarna Nuda 900 R摩托车荣获两项“best of the best”最高荣誉奖。2011年，BMW 6系敞篷轿跑车和BMW X3获奖，BMW 5系旅行轿车更是荣膺“best of the best”最高荣誉奖。

自1955年创办以来，红点设计大奖已成为全球范围内最重要的设计奖项之一。评委会由37位国际设计专家组成，表彰众多领域最为优秀的设计作品。2013年红点设计大奖颁奖仪式将于今年7月1日在德国埃森市的阿尔托剧院举行。

## F1新赛季澳洲首战 英菲尼迪-红牛车队摘得季军

3月17日，2013赛季F1大奖赛首场角逐在澳大利亚站精彩落幕。各路英豪在阿尔伯特公园的赛道上激烈开战，志在为新赛季拔得头筹。豪华汽车品牌英菲尼迪冠名赞助的F1车队——“英菲尼迪-红牛车队”在首战中即有亮眼表现，英菲尼迪全球品牌形象大使——天才车手塞巴斯蒂安·维特尔(Sebastian Vettel)，驾驶新战车RB9夺得季军，与路特斯车队的莱科宁和法拉利车队的阿隆索共同登上领奖台。

全新的赛季，维特尔驾驶的RB9在赛道上表现格外夺目。这款被誉为“火星车”的座驾，由英菲尼迪-红牛F1车队于今年2月3日正式发布。新车的涂装除了将英菲尼迪的标识放在更加显著的位置之外，还在车队原有的颜色基础上融入了具有英菲尼迪品牌特征的紫色。维特尔在今年F1的三轮季前测试中的表现不算突出，并直言与新车还处于磨合和适应阶段，首站就能取得如此成绩，说明这位最年轻的F1“三冠王”已经对新车重新上手。

F1 2013赛季首战不仅开启了英菲尼迪-红牛车队的全新篇章，对英菲

尼迪来说也具有里程碑式的意义。自2011年起，英菲尼迪开始赞助尚为年轻的红牛车队，并一路见证其发展壮大，成为今天令人敬畏的一支实力强队。在全新赛季中，英菲尼迪与红牛车队的标识由之前的左右分列布局，演变为现在的合二为一，印证了双方的合作关系进一步深化。英菲尼迪作为冠名赞助商和车队主要技术伙伴，将继续助力英菲尼迪-红牛车队在F1赛道上留下光辉足迹。

季军成绩无疑为英菲尼迪-红牛车队对全年比赛的优异结果奠定良好基础。维特尔表示，“今年，我会为第四次卫冕而战，尽管这很艰难，但我仍然无比期待。”言下之意让车迷们对于维特尔是否会有更为传奇的表现更加期待，这也使得即将在亚洲马来西亚及上海站的开赛更有看点。

对于新赛季的前景，车队领队克里斯蒂安·霍纳保持乐观心态：“今年的竞争将异常激烈，不过这正能充分展现出过去三年我们努力的价值所在。这已经是维特尔和韦伯在一起搭档的第五个年头，车队人员的默契配合让我更加坚信，我们会继续将车队和车手总冠军的奖杯收入囊中。”



全新BMW M6四门轿跑车



新一代BMW 1系



全新BMW 3系旅行轿车



BMW R 1200 GS摩托车