

上海通用汽车纯电动车上市



11月22日,在第十届广州国际车展上,上海通用汽车旗下首款国产新能源产品——赛欧SPRINGO纯电动车宣布上市,售价25.8万元。作为国内合资企业首次推出的量产纯电动车,赛欧SPRINGO是上海通用汽车和泛亚汽车技术中心整合优势资源自主研发,上市之后,赛欧SPRINGO将率先在上海小批量试销。

上海通用汽车总经理叶永明表示,赛欧SPRINGO纯电动车量产是上海通用汽车“绿动未来”企业战略的重要里程碑,拉开了上海通用汽车面向未来的“Green Drive绿色科技产品战略”的序幕。赛欧SPRINGO展现了上海通用汽车在电动车技术方面的努力以及强大的新能源技术储备。通过首款纯电动车量产尝试,上海通用汽车将更好地了解中国消费者的电动车消费和使用习惯,为未来进一步普及和推广纯电动车积累经验。

都市电驱先锋

作为国内合资企业首款量产纯电动车,赛欧SPRINGO搭载的永磁同步电机能够输出85kW的峰值功率,峰值扭矩高达510Nm,百公里加速仅为10.4秒;最高车速可至130km/h,而为电动车度身定制的全框式副车架、包含加强型横向稳定杆的底盘和全新优化的悬架系统,都有效提升了这款电动车在高速和过弯行驶的稳定性。在综合工况下,它的续航里程超过130公里,而60km/h等速工况的续航里程则可达200公里,百公里电耗小于15千瓦时,低于市面上绝大多数新能源产品,以上海波谷电价计算,行驶百公里只需4.6元,在节约能源的同时,大大节省了用车成本。

人性便利配置

赛欧SPRINGO使用壁挂式充电器和普通家用插座都可为车充电,在220V电压下,最快7小时可充满。同时还有即插即充、延时充电、差时电价延时充电三种充电模式可选择。而赛欧SPRINGO搭载的安吉星Onstar智能行车伙伴(支持手机APP),可实现远程监控车辆状态,监测充电状态,也可以通过手机远程启动车辆,预热空调。

用车安全无虞

相比传统汽油车,电动车的安全性尤受关注。在整车安全上,赛欧SPRINGO按照世界先进的电动车安全

标准设计开发,完全符合国内电动车安全法规测试要求。全新设计的前/后高强度防撞钢梁和下部车身结构为乘客、电池及电路系统提供周全防护;在电力驱动系统安全上,电池组及电驱系统都通过严格的产品开发测试流程,保证了在振动、冲击、潮湿、热疲劳等各种复杂的工作环境下,系统仍然能够可靠运转;而在电池安全上,则通过了常规试验及严格的极限试验,并进行了总时长超过20万小时的电池使用测试,确保各种状况下的电池安全。

上海地区小批量销售 可享受国家地方双重补贴

上海通用汽车宣布,赛欧SPRINGO纯电动车启动小规模量产,并将率先在上海销售。按照相关新能源车鼓励政策,赛欧SPRINGO将可享受国家6万元购车补贴,以及4万元上海地方购车补贴。并将可获赠免费的电动车专用上海牌照。这些鼓励政策将有助于这款高效电驱先锋家轿真正驶入上海市民家庭。

根据上海通用汽车Green Drive绿色科技战略,包括赛欧电动车在内的新能源产品将在Green Drive专属销售与客户体验展厅网络销售。首个新能源车体验展厅将于2013年上半年在上海开业。此外,上海通用汽车还将根据新能源产业发展和市场需求,在全国有新能源汽车消费基础的重点城市汽车市场逐步扩展销售和服务网络。在售后保养方面,赛欧SPRINGO享受整车3年8万公里,电池5年10万公里的质保;上海通用优选别克与雪佛兰现有售后服务网络作为电动车客户专属服务的通道,使消费者坐享安心无忧,上门服务,专属管家三大专属服务,为驾驶、用车、维修保养提供周到服务。(王连庆 广州报道)



BMW i3 Concept Coupe电动概念车 赋予未来更卓越灵活性

在2012洛杉矶车展上,BMW i3 Concept Coupe电动概念车全球首发!宝马集团BMW i品牌以一款极具灵动、感性的新产品,向世人呈现其秉承的可持续性、零排放高档汽车理念。在BMW i品牌的首款纯电动车正处于量产攻坚阶段的同时推出这款概念车,彰显BMW i产品系列丰富的拓展潜力。BMW i3 Concept Coupe概念车展示的最前卫、最鲜明、最具开放性的设计理念,代表了一种最具创新精神的城市交通解决方案,让可持续性发展成为豪华概念的重要组成部分。此外,这款双门车型沿用了BMW i产品特有的设计风格,传递出无与伦比的动感风范和驾驭乐趣。

优雅流畅的Coupe车顶线条,以及侧车窗造型对BMW i“流线型(stream flow)”设计的全新演绎,突出了碳纤维车身的视觉冲击力,将其轻盈、透明和行云流水般的空气动力学特质显露无遗。内饰方面,两个独立后排座椅的设计完美呈现了BMW i品牌标志性的空间理念与私密休息室风格。此外,BMW i3 Concept Coupe概念车还当之无

愧成为全球首款实现完全互联网络化的电动车。得益于针对BMW i品牌特点专门设计的“BMW 互联驾驶”功能和导航系统,概念车实现了车辆、外部空间、智能手机与驾驶者四者之间的信息传输,而且完全满足电动车使用的特殊要求。

BMW i3 Concept Coupe概念车着重展示BMW eDrive电驱技术所能实现的极致性能。与四门版BMW i3概念车相同,这款双门概念车由宝马集团开发的电动机驱动,最大输出功率可达125千瓦/170马力,峰值扭矩250牛·米,通过单速传动装置驱动后轮。电动机的能量来自于放置在车辆地板下的锂离子电池组。将电池单元放在地板下可以显著降低车辆重心,进一步提升驾控灵活性。

BMW i3 Concept Coupe概念车长3,964毫米,宽1,768毫米,高1,555毫米,独特的车身比例让人过目不忘。与四门版BMW i3概念车相比,轴距保持不变,依然是2,570毫米,但是车身更宽、更低,一眼望去,更加凸显出其灵动、敏捷的运动特质。

宝马集团设计中心一举摘取 2013年“iF设计奖” 13项大奖

近日,宝马集团设计中心再次凭借卓越的设计表现一举将2013年“iF设计奖”的13项大奖尽收囊中,再度证明了德国汉诺威国际设计论坛对宝马杰出设计成就的高度认可。其中,全新BMW 3系旅行轿车、全新BMW 3系轿车、BMW HP4以及Husqvarna Nuda 900 R摩托车荣获“iF产品大奖”,Scholten & Baijings设计团体创作的COLOUR ONE for MINI设计装置斩获“i传播大奖”,而宝马集团全球创意设计咨询公司(BMW Group DesignworksUSA)也尽揽其它8项“iF产品大奖”。2013年2月22日,“iF设计奖”颁奖仪式将再次在慕尼黑宝马世界举行。



获得“最佳广告奖”的宝马品牌广告

“iF设计奖”至今已有60历史。今年,来自全球51个国家的制造商和设计师的共计4,325件作品参与评选。2012年11月20日-22日,由49位全球知名的设计专家组成的评委组在汉诺威评选出年度获奖作品。

通用汽车在华年销量再创历史新高 11月创其月销量历史第二高

通用汽车及其合资企业现已再度刷新其在中国年销量历史纪录。随着2012年11月份在华售出260,018辆汽车,通用汽车今年前11个月在华累计销量已经达到2,593,642辆。而2011年,通用汽车及其合资企业全年在华销量为2,547,171辆。2012年11月,通用汽车在其全球最大市场——中国的销量比去年同期增长9.7%,不仅超越了以往历年11月

销量,亦创下了通用汽车在华有史以来月销量第二高。11月,上海通用汽车公司创下其成立15年以来国内销量的最高月度纪录,同比增长20.6%至136,444辆;上汽通用五菱国内销量为118,536辆,同比下滑0.5%;一汽通用的国内销量为4,837辆,同比增长4.2%。别克品牌11月再度领跑上海通用汽车在华销量,同比增长17.4%至

70,172辆,为11月历史最高销量。其中,凯越销量为23,381辆;英朗XT与GT销量紧随其后,同比增长16.1%至17,716辆,创下该车型历史第二高的月度销售成绩;君威销量创下历史新高,同比增长12.4%至9,204辆;而SUV昂科拉上市首月销量已达到6,025辆,赢得市场开门红。雪佛兰品牌同样创下11月历史最高销量,同比增长15.3%至63,012

辆。其中,赛欧销量同比增长10.6%至22,394辆;科鲁兹销量同比增长1.6%至22,216辆;而雪佛兰中高级旗舰迈锐宝上市以来的首个11月销量则达到7,697辆。凯迪拉克品牌11月创其有史以来在华最高月销量,同比增长8.4%至3,260辆。其中,SRX以2,082辆的销量领跑该品牌;SLS赛威同样刷新其月度销售历史纪录,达到1,029辆。2012年前11个月,通用汽车及其

五菱品牌11月的国内销量为108,304辆,同比减少0.5%。其中,五菱之光以40,420辆的销量继续领跑该品牌。宝骏品牌11月的国内销量同比劲增70%至10,232辆,创该品牌月度销量历史第二。其中,宝骏品牌旗下最畅销车型——宝骏630销量同比增长6.8%至6,429辆。2012年前11个月,通用汽车及其

合资企业在华累计销量同比增长10.4%。其中,上海通用汽车国内销量同比增长8.7%至1,220,887辆;上汽通用五菱国内销量同比增长12.5%至1,318,473辆;而一汽通用的国内销量则同比下滑1%至50,345辆。



普利司通未来科技炫亮广州车展

11月22日,以“引领方向·驾驭未来”为主题的2012第十届广州国际车展开幕。普利司通以“绿色创新·多彩未来”为主题,携旗下引领未来的先进理念和最新科技成果高调入驻广州车展,并连续第三年赞助新闻媒体中心,为2012广州车展注入了一股炫丽多彩新鲜力量。普利司通在探索汽车社会可持续发展之路上早已将目光投向未来,以“科技创新”作为企业发展的源动力,致力于打造绿色、安全又充满无限乐趣的未来汽车生活。本次参展主题“绿色创新·多彩未来”,不仅充分体现了普利司通展台的核心概念,更紧密呼应本届广州车展主题,意在把握新时代发展之脉搏,面向未来汽车社会探索出一条超越自我、充满生命力的可持续发展之路。此次普利司通展台依然延续了展出4月北京国际车展时“可信赖的”、“经济的”、“未来的”这三大板块,集中展示旗下安全环保主力商品

和面向未来的前沿科技。“未来”主题区域内,打破传统轮胎理念的非充气轮胎*、采用新型轮胎印刷技术的彩色轮胎*这两款最能代表普利司通引领行业未来发展的最新技术,立足于普利司通的先进环保理念,在谋求轮胎环保技术变革与未来发展的同时,极大地彰显车主个性并为未来汽车生活增添色彩,成为了对主题中“绿色”“多彩”未来的完美写照。今年刚刚完成在中国市场从轿车向SUV/越野车、乃至商用车领域全方位覆盖的普利司通环保旗舰品牌ECOPIA绿歌伴家族“集体亮相”。凭借对安全性能(湿路制动性能)和环保性能(低滚动阻力)这一矛盾体实现突破性平衡的尖端技术,绿歌伴已成为崇尚环保之爱车一族的不二之选。与此同时,今年年初成功配套华晨宝马5系、并已实现国产化的搭载可缺气行驶技术的轮胎*也通过一种生动的互动方式向来宾传达着尖端科技轮胎的无穷魅力。(王连庆)

MINI COUNTRYMAN 滑雪版正式上市 限量30辆

12月14日,MINI中国宣布正式推出MINI COUNTRYMAN滑雪版,全国限量30辆。这款限量版基于MINI COOPER S COUNTRYMAN ALL4,专为滑雪狂热爱好者打造。它不仅配备专属的车身颜色及特殊涂装,还随车附赠Burton单板一套,价格与普通版MINI COOPER S COUNTRYMAN ALL4保持一致,售价为41.5万元。MINI COUNTRYMAN滑雪版不仅可以成为MINI滑雪爱好者征服这个冬季的伙伴,也可以与中国的冰雪健儿及滑雪运动爱好者一道,将MINI的个性运动精神贯彻到底。

MINI COUNTRYMAN滑雪版所配备了MINI原厂滑雪板支架。除了适合户外运动的健康身躯、过人动力和MINI ALL4全轮驱动系统带来的越野能力,这款特别版车型采用了特别设计的滑雪概念涂装,整车的黑红搭配为白雪皑皑的冬季带来了一抹亮眼的色彩。车身颜色采用了专属的辣椒红,车顶及后视镜盖均为黑色,并标配了熏黑大灯、黑色拉力头灯及黑色18寸轮毂。在车内也渲染了全黑配色的炫酷效果,采用了碳黑色座椅与黑色钢琴漆内饰表面。这款五座版的MINI COUNTRYMAN滑雪版还提供自动

空调、座椅加热、MINI Visual Boost系统和高品质的哈曼卡顿音响系统。MINI长期以来一直是冰雪运动的亲密战友。从2012年1月1日到2014年12月31日,MINI携手中国滑雪协会,成为中国自由式滑雪空中技巧队和中国单板滑雪队的主赞助商。三年中,MINI将伴随他们的训练和比赛,并且为冰雪健儿们参加2014年索契冬季奥运会呐喊助威,将MINI的运动精神发扬光大到全球。



英菲尼迪宣布全新的 车型命名体系

豪华汽车品牌英菲尼迪近日宣布全新的车型命名体系。自2014年型的车型起,新的命名体系将适用于英菲尼迪旗下全系列产品。作为英菲尼迪又一重大举措,此举将进一步加强其在豪华车领域的品牌认知度。首款采用字母“Q”命名的车型,是即将在2013年1月北美国际车展上首次亮相的全新豪华运动型轿车。根据该全新命名体系,自2014年型起,英菲尼迪将以字母“Q”作为其轿车、跑车和敞篷车型系列的命名前缀;以字母“QX”作为其SUV车型和跨界车型的命名前缀。在Q或QX之后再以一个两位数字来划分车型的级别。英菲尼迪全新的命名方式,旨在建立一个清晰、统一的车型命名体系,传递出英菲尼迪雄心勃勃的发展方向,包括了英菲尼迪产品线的扩展。英菲尼迪汽车有限公司总裁约翰·德·尼琛先生表示:“在过去的几个月里,我们做了一系列深入的调查与研究,调研对象涉及我们的经销商、消费者和商业伙伴。结果显示,随着我们产品线的扩展,一个清晰、明确的识别体系,十分有利于增强消费者对英菲尼迪产品的了解。因此,我们需要一个简洁的、具有一致性的全新命名架构。经过详尽的研究和评估,结果表明,字母‘Q’体现了英菲尼迪未来车型的灵感所在,同时也强调了英菲尼迪品牌发展的成就与传承,这可以追溯到1989年英菲尼迪第一款标志性的经典车型Q45。”随着2014年型的新车发布,英菲尼迪的全新命名体系将逐步地应用于各个车型。英菲尼迪品牌未来将引进一系列采用Q和QX标识的下一代车型。