



雷诺纯电动车ZOE及雷诺“The Bump”展台设计理念双双荣膺红点设计“2013产品设计”大奖

2013年7月8日，2013年红点设计大奖颁奖仪式在德国埃森市阿尔托歌剧院隆重举行。在37名国际专家组成的评审团的严苛评判下，雷诺纯电动车ZOE凭借强大的创新力，从4,662件入围产品中脱颖而出，荣获电动乘用车类别“2013产品设计”大奖；雷诺“The Bump”展台设计理念则在贸易展览展台类别夺冠，充分印证了雷诺在设计领域的卓越理念和先进技术。

创立于1955年的红点设计大奖，现已成为国际上衡量设计品质的风向标。2012年，红点设计大奖共收到了来自70个国家的15,000多份参赛作品，从而使这一赛事成为全球规模最大、声望最高的设计奖项。

“2013产品设计”大奖的获奖产品是高度发达的设计文化和设计工业的产物”，红点设计大奖创始人兼首席执行官彼得扎克(Peter Zec)教授表示，“如今，要在众多设计出色的产品里区分优劣越来越困难，品质的差异往往体现在细节之处。因此，这些经历了红点设计大奖评审团挑剔眼光的产品不会沦于平庸，它们将会在全球竞争中占得上风。”

■雷诺纯电动车ZOE 散发强大创

新气息

ZOE凭借极富表现力的设计和革命性的创新技术，受到了红点设计大奖评审团的青睐。继雷诺梅甘娜二代(Mégane II)和Twizy后，ZOE成为第三款获此殊荣的雷诺车型。

作为一款从研发之初就作为电动汽车设计的车型，ZOE的设计纯粹、流畅、简约。独特的前脸设计诠释了雷诺品牌的全新家族特征，亲切且极具吸引力；雷诺车标、头灯和车窗玻璃都配以蓝色光影，电动车的特征一目了然；秉承纯净的设计理念，驾驶舱旨在营造一种惬意的氛围，所用材料触感柔软，搭配先进配置，科技感十足且易于掌握。ZOE应用了雷诺在电动车领域的丰富经验，集60多项专利和6项全球首创技术于一身，具有人

性化、续航里程长和充电便利等优势。凭借堪与内燃机车型相媲美的安全表现，ZOE在2013年荣膺Euro NCAP五星安全评价。

■“The Bump”展台设计理念

展现“运动”创新魅力

自2012年巴黎车展首次使用以来，雷诺“The Bump”展台设计理念受到了广大参观者的喜爱，在多个全球性车展上应用，包括日内瓦车展、上海车展及法兰克福车展等。全新的“The Bump”展台设计通过开放和友好的方式，向参观者展现雷诺坚持不懈的努力及改变。

“The Bump”展台设计理念源于展现整个展台“运动”魅力的构想。展台由两个“小山”组成，展出车型

呈同心圆布置。新车型在“小山”顶部平台不断旋转，伴以发光球不断变化的灯光和色调，尽显车型生动气息。

红点设计大奖评审团称赞道：“充裕的空间及逼真的展示手法为雷诺展台营造了丰富且生动的氛围，展台设计的巧妙之处在于恰如其分地诠释运动和变化，让置身其中的参观者得以深刻体会其所传递的雷诺品牌内涵。”

此次获奖是对雷诺设计团队的又一次肯定。未来，雷诺还将继续加大在汽车设计领域的投入，通过不断创新，将先进设计理念及技术运用到雷诺整个车型阵容中，丰富消费者的汽车生活。

多项配置升级，产品更具竞争力 雷诺2013款塔利斯曼正式上市

2013年7月3日，雷诺中国宣布2013款塔利斯曼正式上市。在原有车型的基础上，2013款塔利斯曼在内饰及配置等方面进行了多项升级，产品综合竞争力显著提升，为追求驾驶愉悦性、崇尚个性、注重品质、富有格调的中国新一代C级车消费者提供了更时尚且更具竞争力的选择。

2013款塔利斯曼共推出3个版本，包括3.5L Nappa行政版、2.5L Nappa旗舰版和2.5L豪华版。全系车型在内饰及配置等方面进行了多项升级，以满足中国消费者的多样化需求，包括：

- 全系车型的下进气格栅升级为镀铬条；
- 全系车型增加车外后视镜倒车自动照地功能；
- 3.5L Nappa行政版和2.5L Nappa旗舰版增加BSW盲区警示系统；
- 主力车型2.5L Nappa旗舰版增加驾驶座记忆和按摩功能、后排防夹电动车窗等配置，并进一步提升内饰质感，添加了皮木方向盘、内饰缝线装饰和车内氛围灯等。

“凭借大气动感的外观、宽敞舒适的内部空间、微视同侪的豪华配置、充满驾驶乐趣的操控性能以及全面的安全保证，塔利斯曼成为C级车市场有力的竞争者。”雷诺中国执行总裁陈国章表示，“2013款塔利斯曼的推出，不仅加强了雷诺产品阵容的综合竞争力，更大力提升了雷诺的品牌形象。”

作为雷诺首款C级旗舰轿车——塔利斯曼，凝聚了雷诺全球设计开发团队的力量和智慧，应用了雷诺-日产联盟的顶尖技术，传承了雷诺品牌在设计品质、操控和安全方面的优秀基因，兼具驾驶愉悦性和商务功能，为崇尚个性、注重品质、富有格调的中国新一代C级车消费者提供了全新选择。

2013款塔利斯曼在外观、空间、配置、操控以及安全等方面均表现不俗，而雷诺中国全面升级的“诺相随”全方位客户体验，更将强化其综合竞争力。购买2013款塔利斯曼的消费者，均将享受3年/10万公里的整车保修（发动机总成和变速箱总成保修期为5年/12万公里）、5年/12万公里免费保养、5年24小时免费道路救援等十余项优质服务，使车主尽享轻松、实惠的拥车生活。



畅享新动力，挑战新风朗 雷诺新风朗挑战赛正式启动

2013年7月12日，雷诺中国“2013雷诺新风朗挑战赛”在深圳正式启动。消费者可以通过全国86家雷诺经销商或雷诺中国官方网站报名，亲身参与到挑战赛中，体验新风朗带来的极致舒畅、适享无上的驾乘体验。报名者将有机会赢取前往上海F1国际赛车场与“壹基金”众位明星同场竞技的资格。

新风朗凝聚了雷诺-日产联盟全球设计开发团队的力量和智慧，首先由雷诺欧洲设计团队以领先的设计和超前的工艺为全球市场开发，继而根据不同的市场需求进一步度身打造。自2013年4月上海车展上市以来，新风朗凭借个性时尚的外观设计、动感激情的驾驭品质、舒适智能的科技配置和全方位的安全保障，成为追求时尚、个性独立、注重品质的年轻消费者的心动之选。而F1世界冠军车手基米·莱科宁的倾情代言，有力强化了新风朗的个性和运动印记，使更多年轻消费者了解并喜爱这一F1世界冠军之选。

在今天的挑战赛中，参与者充分体验了新风朗带来的极致舒畅、适享无上的驾乘体验。新风朗全系车型搭载2.0L发动机，最大输出功率为137马



力，扭矩峰值达191牛·米，配备雷诺-日产联盟开发的CVT无级变速器，组成兼具稳定性和驾驶乐趣的动力系统，动力十足，提速灵敏。轻踩油门，新风朗便咆哮而出，动力输出源源不绝。避让障碍物时，新风朗配备的ABS防抱死制动系统、EBD电子制动力分配系统和EBA紧急制动辅助系统充分发挥作用，让参与者有充裕时间修正路线和驾驶方式。现场一位参与者在试驾新风朗后表示：“新风朗具有良好的操控性，发动机的声音非常好听，动力平顺。特别值得一提的是，由于精准的调教，新风朗的悬挂非常

有韧性，过弯从容，上下坡也没有顿挫感，让我对新风朗是一见倾心。”

除此之外，时尚的外观和智能化的配置也是新风朗的两大优势。在外观方面，新风朗具有流畅、优雅的线条，让整车设计时尚而动感。内饰设计简约，极具现代美感。高精度数字仪表盘、智能卡片钥匙、R-Link系统、USB接口等，都让消费者驾乘更加轻松便捷。新风朗不仅产品竞争力傲视同侪，而且还可享受全面升级的“诺相随”全方位客户体验，包括：5年/12万公里的发动机总成和变速箱总成

保修；5年/12万公里的免费保养；5年24小时免费道路紧急救援，令拥车生活更加轻松。

“通过新风朗挑战赛活动，我们希望将雷诺品牌在F1赛场上的运动基因传递给全国的消费者，让更多消费者现场体验新风朗带来的极致舒畅、适享无上的驾乘乐趣”，雷诺中国市场总监王政雄表示：“凭借个性时尚的外观、动感激情的驾驭、舒适智能的配置以及全方位的安全保障，新风朗必将获得中国年轻一代消费者的青睐，成为雷诺中国的又一款明星产品。”

自“2013雷诺新风朗挑战赛”启动后，凡亲临雷诺经销商展厅的消费者便可报名参加新风朗挑战赛，或直接登陆赛事官方网站www.newfluencechallenge.com在线报名参加挑战赛。在指定的赛道上驾驶雷诺新风朗车型，经过层层选拔，最终将有机会参与9月28日-9月29日在上海国际赛车场“壹基金慈善明星赛”，与来自全国各地的驾驶高手和众位港台明星一起，角逐“2013雷诺新风朗挑战赛”决赛，争夺雷诺新风朗“全国挑战赛冠军”的美誉。

包揽F1德国大奖赛前三甲 雷诺发动机再创佳绩

在2013年7月9日结束的F1德国大奖赛上，雷诺RS27发动机助力红牛车队的塞巴斯蒂安·维泰尔夺得其在德国站的首个冠军。这位F1历史上最年轻的“三冠王”以1秒的优势险胜路特斯F1车队的基米·莱科宁，获得该站的胜利。同样来自路特斯F1车队的罗曼·格罗斯让位列第三。这意味着登上F1德国大奖赛领奖台的冠军季军均使用雷诺RS27发动机，这也是雷诺发动机在本赛季继巴林站之后，再次统治领奖台。

我们将会在匈牙利站取得更加优异的成绩。”

自1977年征战F1大奖赛以来，雷诺便一直在这个世界顶级汽车赛事中书写着传奇的战绩。在过去的35年时间里，搭载雷诺发动机的车队共获得11次车队总冠军，7位车手10次斩获冠军车手头衔。在F1大奖赛2013赛季中，雷诺为红牛车队、路特斯车队、威廉姆斯车队和卡特汉姆车队共4支车队提供发动机，数量超过所有参赛车队的三分之一。这些成绩和数据充分印证了雷诺F1发动机的可靠性及雷诺F1运动部门的专业性。

尽管F1大奖赛的规则日趋严格，发动机研发的众多领域已被冻结，但雷诺F1运动部门依然不断探索，力求使雷诺F1发动机的性能发挥到极致。6月底，雷诺正式发布了最新研发的F1大奖赛2014赛季动力单元——Energy F1-2014。该动力单元通过1.6升V6直喷涡轮增压器与尖端能量回收系统和电动化技术的完美配合，带来了更加强劲的动力表现和更加高效的燃油经济性。抢先体验该动力单元的F1三冠王塞巴斯蒂安·维泰尔对其赞不绝口，并表示对明年的比赛“信心十足”。而雷诺发动机的可靠性也使其收获了红牛二队的信任，双方表示将建立长期合作关系，雷诺从2014年起为红牛二队提供动力单元（包括V6涡轮增压器和能量回收系统）。

作为雷诺新风朗代言人的“冰人”基米·莱科宁在本赛季表现稳健，自揭幕战勇夺澳大利亚站冠军以来，不仅一直稳居车手积分榜前三甲的位置，更是将车手舒马赫连续24站得分的纪录刷新至26站。

“祝贺搭载雷诺发动机的四支车队在F1德国大奖赛上取得优异成绩。”雷诺F1运动部门赛道运营主管雷米·塔芬(Rémi Taffin)赛后表示，“取得如此令人欣喜的成绩，离不开雷诺发动机团队与底盘团队的默契配合。距离匈牙利大奖赛还有一段时间，我们将在本周末回顾所有赛事，以期四支车队征战匈牙利站做好准备。根据以往经验，匈牙利赛道非常适合雷诺发动机，我相信



欧洲以外市场销量达646,274辆，同比增长4.3% 雷诺汽车发布2013年上半年全球销量数据

2013年7月17日，雷诺汽车发布了2013年上半年全球销量数据。在国际市场增速放缓、欧洲市场低迷的情况下，雷诺汽车全球销量达130万辆，市场份额基本保持稳定。其中，雷诺汽车在欧洲以外市场的销量达646,274辆，同比增长4.3%，创历史新高。而为了应对因经济衰退所造成的欧洲车市萎靡状况，雷诺汽车制定了良性的定价策略并持续更新产品阵容，最终实现销量656,580辆。

“雷诺集团再一次证明了‘国际发展战略’的正确性，这一战略吸收消化了很大一部分欧洲市场的跌幅。”雷诺汽车销售及市场兼轻型商用车执行副总裁Jérôme Stoll表示：“如大家所见，我们在欧洲以外市场获得了巨大成功，比如俄罗斯和印度。而在欧洲，雷诺品牌和达契亚品牌的持续产品更新，也使我们的利润率和市场份额基本保持稳定。”

以4.3%的销量增幅，巩固在欧洲以外市场的增长态势

今年上半年，在欧洲以外市场，雷诺汽车共实现销量646,274辆，同比增长4.3%，再创历史新高。

在东亚地区，雷诺共销售114,189辆汽车，同比增长9.9%。其中，在俄罗斯市场，雷诺已成为第二大汽车品牌，市场份额高达7.8%。

在亚太地区，雷诺共实现销量125,400辆，同比增长7.8%。其中，在印度市场的销量达39,490辆，占据2.5%的市场份额，成为该市场的第一大欧洲品牌。

在地中海—非洲地区，雷诺汽车销售量达196,543辆，同比增长6.7%。其中，在摩洛哥市场，达契亚品牌和雷诺品牌占据了39.3%的市场份额，创下新高。

在美洲地区，雷诺汽车的轻型商用车销量增长20.4%，远超7.8%的平

均市场增幅。

欧洲市场：危机依旧，核心市场持续低迷

为了应对因经济衰退所造成的欧洲车市萎靡状况，雷诺汽车制定了良性的定价策略并持续更新产品阵容。

在低迷不振的法国市场，凭借雷诺品牌车型的优异表现，雷诺汽车在乘用车和轻型商用车市场的份额上升了0.2个百分点，达到24.9%。在乘用车市场上，雷诺新Clio成为法国市场上半年销量冠军。在今年日内瓦车展上正式发布的雷诺Captur，累计销量达11,309辆，实现了入市的良好开局。而在轻型商用车市场上，雷诺Kangoo Express在该细分市场的销量比拼中，拔得头筹。

在欧洲，雷诺品牌市场份额为7.2%，继续保持了在乘用车和轻型商用车市场前三甲的地位。其中，雷诺品牌连续第16年领跑轻型商用车市

场，占有率高达14.2%。同时，凭借Duster等多款热销车型，达契亚品牌在乘用车和轻型商用车市场份额扩大到2.0%，成为上半年市场份额和销量增幅最为强劲的品牌。

值得一提的是，在电动车市场，雷诺品牌凭借4款零排放电动车型成为该细分市场的领导者，在欧洲电动乘用车和轻型商用车市场占据了48.9%的市场份额。截至6月底，雷诺ZOE成为欧洲市场销量最高的纯电动车，市场份额高达29.5%。

雷诺汽车销售及市场兼轻型商用车执行副总裁Jérôme Stoll表示：“目前，雷诺汽车产品阵容更新正在顺利进行，在各个市场也已初显成效。我们相信，只要欧洲和法国市场不再进一步恶化，通过提高在欧洲以外地区的产能并持续推出具有竞争力的产品，雷诺汽车在2013年将会取得出色的业绩。”