

## 三款进口SUV 带你领略不容错过的冰雪之旅

冰雪冬季, 乐于享受生活的你是否难抵滑雪的诱惑? 然而, 雪场往往距离市区较远而且冬季天气条件恶劣, 路途上的艰难可想而知。当然, 如果拥有一辆擅长应付复杂路况的座驾, 那么一切问题就迎刃而解了。在众多车型中, SUV以出众的越野性能脱颖而出, 而进口车的高品质更是你可靠的行车保障。现在不妨让我们为你推荐一下进口SUV中的冰雪勇士吧。

### 雷诺新科雷傲: 优雅浪漫的安全护卫

由于天气等原因, 冬季路况较复杂。因此, 保证往返途中一家老小的安全是享受滑雪之旅的前提。科雷傲早在2008年上市之际, 就获得了Euro NCAP(欧洲新车评估组织)最高级五星安全评价, 高水准的安全品质不必多说。经过多年的产品升级后, 如今的新科雷傲更匹配了胎压监测系统、雷诺自主研发的BSW盲区警示系统等多项安全配置, 为你提供高系数的安全保障。面对不同路况, 新科雷傲匹配的全模式四驱系统提供自动、

作为一款法系车, 新科雷傲自然不会让你的旅途太过乏味。全新搭载的R-Link多媒体导航系统凭借灵敏的7英寸大尺寸触屏, 可轻松照顾全家人的娱乐需求。BOSE顶级音响系统带来如临现场的音乐享受。在雪花纷飞的季节, 耳畔响起美妙的音乐, 透过面积达0.75平方米的全景天窗仰望纯净天空, 不失为一种优雅浪漫的旅行体验。

任何一辆车都要经受环境及时间的侵蚀, 尤其在冬季, 恶劣环境对车辆的损耗更易引起出行危险。及时的检测和保养非常必要, 然而某种程度

### 斯巴鲁森林人: 追逐性能的“大胃”先生

冬季旅行, 人们不仅穿得厚实, 携带的行李也多。若是滑雪之旅, 你更要为心爱的雪具准备充足空间。森林人拥有4,595mm(长)、1,810mm(宽)、1,735mm(高)的车身尺寸以及2,640mm的轴距, 虽然在三款车中表现中规中矩, 但已足够提供舒适宽敞的乘坐空间。同时, 其宽大而平整的行李箱, 完全能胜任长途旅行的装载要求。若是两人出行, 你还可放倒后排座椅, 从而释放高达1,541L的储物空间。森林人将你的大包小包通通收纳, 可谓是货真价实的“大胃”先生。

森林人拥有极佳的操控性能, 这一直是其保持销量和市场关注度的决定性因素。森林人匹配的左右对称全时四驱系统, 能够最大限度保障轮胎与冰雪路面的附着力, 助你从容应对

中的梦之车。如果你也有Jeep情结, 那么, Jeep指南者作为Jeep品牌的入门车型, 无疑是此次冬季旅行的又一选择。

指南者拥有与科雷傲、森林人相似的越野表现。遵循Jeep全路况智驱体系的“全能智控科技”理念, 指南者搭载主动全时四驱系统Freedom-Drive, 无论常规干燥路面, 雨雪积水路面, 抑或低摩擦力的雪地、沙地路况都可轻松应对。值得一提的是, 指南者配备了ERM电子防侧滚系统, 可自动监测行车状态并评估可能发生侧滚的状况, 通过控制发动机扭矩, 车轮制动以及扭矩四轮分配优化来保持车辆稳定性, 进一步提升行驶安全性。

虽然有着越野硬汉般的外形, 但定位于城市SUV的指南者同样为你考虑到城市行驶的需求。在短途行驶中, 悬挂的调校为你带来轿车的写



冬季可能遇到的危机状况。X-MODE系统更强化了其在非铺装路段的行驶性能。此外, 斯巴鲁引以为傲的水平对置发动机也是森林人的一大亮点。此款发动机具有体积小、重心更低的特点, 极大提升了雪地行驶的稳定性和驾驶乐趣。

同为进口车身份, 与科雷傲和指南者不同的是, 森林人的整体价格较高。然而, 凭借张扬的设计风格及极佳的操控性能, 森林人一定会让追逐“性能”的你毫不犹豫入手一辆。

### Jeep指南者: 硬朗的Jeep继承者

想必大多数中国消费者都知道Jeep品牌, 旗下车型更是众多男人心

敏感。6速自动变速箱搭配高性能D-VVT发动机, 不仅提升了操控灵敏度, 更具有卓越的燃油经济性。不过, 指南者内部很少采用软性材质, 一定程度上影响了乘坐舒适性。

在三款车中, 指南者的配置不如科雷傲丰富, 越野性能也不算出众。但, 梦想的伟大之处就在于你会对它产生不易动摇地狂热, 因此, 作为价格亲民的Jeep家族成员, 指南者更易实现你的“Jeep梦”。

无论你喜欢着哪一款车型, 冰雪季节都已如约而至。为了不错过这惬意美好的季节, 乐于享受生活的你赶紧选择一辆心仪的座驾, 向雪场出发吧!



## 雷诺ZOE荣膺

## Euro NCAP 2013年度最安全小型车

1月16日, 在独立机构Euro NCAP(欧洲新车安全评估协会)进行的年度最佳安全车型评比中, 雷诺ZOE脱颖而出, 凭借其全面卓越的安全性能荣膺“2013年度最安全小型车”(包括电动及内燃机驱动轿车)。继去年3月在Euro NCAP碰撞测试中获得最高五星安全评级之后, ZOE如今再获殊荣, 不仅进一步赢得了消费者的信赖, 同时也是对雷诺安全专家们不懈努力的最佳褒奖。

在ZOE的研发过程中, 雷诺始终坚持“安全为人人”的使命, 致力让这款全新电动车具备与其旗下内燃机车型同样出色的安全性能。得益于雷诺在被动和主动安全领域广泛的专业知识和丰富经验, ZOE从设计之初到全方位测试阶段, 始终坚持安全至上, 毫不妥协。除了达到Euro NCAP的安全标准之外, ZOE还特别关注了电动车的电池和低速行驶时的静音问题。

对于电动车而言, 电池如同传统轿车的油箱一样重要, 雷诺对此尤为重视。ZOE电池组均已重新加固, 同时线路也经过专门设计来预防损坏风险。此外, 雷诺还在“极端”的条件下对电池进行了严苛的测试, 包括火烧、浸水、氧化、过载、外部短路、松开、压缩、掉落、高压和硬度测试(比如将钉子钉入电池单元中)等, 目的在于保证电池不存在安全隐患。当ZOE完成碰撞试验后, 电池完好无

损。但为了更安全起见, 雷诺仍在系统中加入自动断路器作为预防措施, 如遇紧急情况, 可立即切断电流。由于电动车从静止到30公里的时速范围内几乎是完全安静无声的, 为了保证行人安全, ZOE特别配备了警告声——“Z.E.音”。“Z.E.音”在车速1-30公里/时就可通过人耳察觉(车辆静止时无声), 并根据行人与车辆的距离, 进行声音提醒, 从而避免汽车事故的发生。

“Z.E.音”是雷诺与法国音乐与声学协调及研究院(IRCAM)声学和设计专家们通力合作的成果, 它可通过专门定制以彰显ZOE的个性。驾驶员可以从“纯净”、“华丽”和“运动”三种不同声音中任意选择, 并可一键关闭这一警告系统。如果电动机关闭, 警告音会在车辆再次起步时重新响起。

ZOE是雷诺“驾驶变革”战略的重要组成部分之一, 也是雷诺Z.E.系列的先锋车型。它的推出, 标志着电动车成为人人都可享有的交通工具的新时代已经拉开序幕。这对于整个汽车行业和雷诺品牌来说, 都具有里程碑式的意义。作为一个具有社会责任感的车企, 雷诺将充分运用在电动车方面积累的先进技术, 帮助人们在享有便利交通工具的同时也拥有健康的生活环境, 为绿色出行提供更多新能源汽车。

## 雪佛兰全球小型SUV今年第二季度落地中国 雪佛兰新生代城市SUV定名“TRAX创酷”

1月17日, 上海通用汽车宣布将在今年第二季度引进雪佛兰全新小型SUV, 并正式定名为“TRAX创酷”。雪佛兰TRAX创酷是一辆集通用汽车优势资源, 为进阶人生全新阶段, 面对新挑战, 肩负新担当的中国城市新青年而道的新生代城市SUV。雪佛兰TRAX创酷作为通用汽车旗下第一款全球车, 之前已在英国、德国、加拿大、韩国、巴西等11个国家和地区上市。

雪佛兰TRAX创酷中的TRA是英文TRANSFORM的缩写, 中文意为创造、改变; X表示未知、无限。把TRAX中文定名为“创酷”寓意创造寻求一种变化, 让年轻人的个性生活充满无限可能, 更加精彩。TRAX创酷希望以创造性的思维, 为新生代年轻人提供更个性、更多元化、更富乐趣的生活方式, 以创新思维创造城市新生活。

1935年, 雪佛兰第一辆SUV Suburban作为SUV先驱上市, 自此改变了人们生活、度假以及出行的方

式。近80年来, 雪佛兰在SUV产品上不断开拓。TRAX创酷拥有雪佛兰家族纯正的美式SUV血统, 承载了美式肌肉车的设计风格, 整车强壮硬朗, 车身线条动感流畅, 恰如身姿矫健、肌肉线条明显的变形金刚。TRAX创酷的前脸饱满有力, 大面积的进气格栅设计演绎大气的外形。同时, 侧面造型也具有线条的张力, 搭配18寸大轮毂, 运动感十足。而尾灯与轮拱构成的立体折面, 拥有极佳的视觉效果, 与张弛有度的变形金刚相得益彰。同时, 雪佛兰TRAX创酷融合了时下最前沿的科技, 具备灵活空间、高效动力的特点, 并获得欧洲E-NCAP五星碰撞安全认证。

自2013年起, 国内小型SUV市场开始蓬勃发展, 雪佛兰敏锐地洞察到中国年轻人多元化的需求, 引入雪佛兰TRAX创酷, 以纯正的美式SUV风格及出色的产品性能为新生代年轻人提供更丰富的选择, 进一步开拓这一蓝海市场。



## 雷诺集团2013年全球销量创佳绩 总销量2,628,208辆 同比增长3.1%

1月24日, 雷诺集团公布了2013年全球销售业绩。2013年雷诺集团实现销售稳步增长, 全球共售出2,628,208辆乘用车和轻型商用车, 同比增长3.1%。其中, 雷诺品牌销量比2012年增长了0.4%, 达到2,131,494辆, 占集团总销量81.1%; 达契亚品牌售出429,540辆, 劲增19.3%, 占集团总销量16.3%; 雷诺三星自实施经销商网络和产品阵容重组计划后, 连续7个月实现销量同比增长, 全年较2012年增长2.3%。在2013年欧洲汽车市场销量整体下滑1.7%的背景下, 雷诺集团通过实施良性的销售政策, 实现集团销量增长2.4%, 将欧洲的市场份额提升至9.5%。欧洲以外地区的市场亦呈现强劲增长态势, 共售出1,326,344辆汽车, 占雷诺集团总销量的50.5%。

“2013年, 得益于新产品的成功推出和M0系列车型的精准定位, 雷诺集团不但在欧洲取得了市场份额的最大增长, 在全球其它市场也持续增长。”雷诺集团首席执行官兼销售和市场营销副总裁杰罗姆·斯托尔(Jérôme Stoll)表示。

### 欧洲地区: 销量同比增长2.4%, 市场份额实现最大增幅

雷诺品牌以7.4%的市场份额, 成为欧洲第三大乘用车和轻型商用车品

牌, 并以14.5%的市场份额连续16年领跑轻型商用车市场。作为第一个投放4款电动车型的汽车品牌, 雷诺共售出15,048辆电动车(不含Twizy), 以高达37%(不含Twizy)的市场份额成为欧洲电动车市场的领导品牌。新Clio和Captur的热销助力雷诺成为欧洲B级车市场的佼佼者。

雷诺品牌再次巩固了其在法国市场的领导地位。集团共有6款车型跻身法国十大畅销乘用车行列。其中, 新Clio以119,367的销量成为法国最畅销车型, Captur则成为最畅销的跨界车。虽然轻型商用车的整体销量下降了5.8%, 但雷诺品牌依旧以31.7%(下降0.5%)的市场份额继续主导轻型商用车市场。

### 欧亚地区: 销量大幅增长, 创下多项纪录

在集团的第三大市场俄罗斯, 雷诺集团共销售逾232,000辆汽车, 市场占有率首次超过7%。尽管去年俄罗斯市场总体下滑5.9%, 但雷诺品牌的销量和市场份额双双刷新纪录, 分别达到210,099辆(上升10.7%)和7.6%(上升1.1%), 成为俄罗斯市场上第一大外国汽车品牌, 销量仅次于Lada的第二大汽车品牌。此外, 雷诺在俄罗斯国家组成的独联体地区稳步

扩张, 其销量接近翻番, 同比猛增140%, 市场份额上升1.4个百分点至4.1%。

### 美洲地区: 销量增长3.6%, 巴西仍是雷诺集团的全球第二大市场

在该地区, 雷诺集团共售出466,976辆新车, 并赢得6.7%的市场份额, 创下销量与市场占有率的新高。得益于Clio、Duster和Sandero的热销, 雷诺成为阿根廷第二大汽车品牌, 全年售出141,217辆, 实现18.9%的增长, 市场份额升至15.4%。但在集团第二大市场——巴西, 一方面由于巴西市场总体下滑1.6%, 另一方面由于Curitiba工厂为提升产能进行扩建而停产2个月, 导致集团销量下滑2.2%。

### 欧洲地中海-非洲地区: 销量增长7.7%, 所有地区市场均得到有力巩固

雷诺集团在该地区共售出388,922辆新车, 刷新销售记录, 同时在大部分地区的市场份额也获得了提升——罗马尼亚提高4.7个百分点, 保加利亚提高3.9个百分点, 摩洛哥提高2.3个百分点。雷诺在土耳其市场份额增至17%(提升1.2个百分点), 是该地区市场份额增幅最大的品牌。得益于新Symbol、新Clio和风貌在各自细

分市场上的畅销, 雷诺以14.6%(提升1.5个百分点)的市场份额保持了其在乘用车市场的领导地位。在阿尔及利亚、摩洛哥和罗马尼亚, 雷诺集团的销量名列前茅, 市场份额分别高达26.2%、38.9%和38.1%。

### 亚太地区: 销量同比增长28.9%

除已撤出的伊朗市场外, 雷诺集团在该地区的销量同比提升28.9%。在印度, 雷诺品牌的市场份额达到2.6%, 几乎是2012年的两倍, 成为该市场第一大欧洲汽车厂商。2013年雷诺三星在韩国市场实现后7个月销售连续同比增长的成绩, 年增长率达0.2%。2013年, 雷诺中国在保持全年销量相对稳定的基础上, 在优化经销商网络、引入新车型、提升售后服务等方面不断突破。

2014年, 全球汽车市场有望实现2%的温和增长。欧洲和法国市场在2013年下半年开始复苏, 预计将出现1%的增长。“2014年的市场环境将更加有利, 我们将以欧洲市场的继续回升和全球销量的增长来夯实雷诺的盈利成长战略。”雷诺集团首席执行官兼销售和市场营销副总裁杰罗姆·斯托尔(Jérôme Stoll)表示。