

2014日内瓦车展雷诺全面展现创新成果

新Twingo首秀 全新Flexi充电器和Energy dCi 160发动机首展

Clio R.S. 200 EDC Monaco GP限量版首次亮相

在3月5日开幕的2014年日内瓦车展上,雷诺通过一系列让人振奋的新车型和新技术,全面展现品牌创新成就。在此次车展上全球首秀的新Twingo沿袭了上一代车型的设计理念,个性俏皮、活力十足,且操控性能极佳,充满驾驶乐趣。其次,雷诺首次展出了全新Flexi充电器。ZOE车主可以通过该充电器连接到普通家用插座上为车辆充电,快速便捷。基于在双涡轮增压和小型化技术方面的丰富经验,雷诺推出全新Energy dCi 160双涡轮增压发动机。其动力可与2.0L发动机相媲美,油耗和CO₂排放却减少25%。此外,雷诺为纪念F1摩纳哥大奖赛而推出的限量版Clio R.S. 200 EDC Monaco GP也首次亮相,让人一见倾心。

新Twingo全球首秀,展现雷诺在小车型领域的创新姿态

沿袭上一代车型的设计理念,新Twingo将与完美融合,活泼俏皮,充满驾驶乐趣。“新Twingo的设计灵感不仅源于第一代Twingo,还从雷诺5中汲取相关元素。它注重车身线条和结构的创新,是对现代都市车型的形象表述。”雷诺工业设计部负责人劳伦斯登阿克(Laurent Van den Acker)表示,“新Twingo是一款充满乐趣、活泼动感的都市车型,拥有极佳的操控性能和宽敞实用的内部空间。甫一见到,你便会有驾驶它出去兜风的冲动。”

新Twingo的外观极具表现力,个性俏皮且充满活力。其整体造型借鉴了Twin Z和Twin Run概念车,代表了雷诺“人生阶段”(cycle of life)设计理念中的“娱乐”阶段。新Twingo采用全新家族式前脸设计,放大的雷诺徽标醒目地矗立在黑色底面上。线条分明的发动机盖,配合上方装有眼睑状转向灯的前大灯,充分彰显了这款新型都市车型的个性。位于保险杠下方宽大的进气格栅,为新Twingo的外观添上了画龙点睛的一笔。值得一提的是,新Twingo的后门把手采用隐藏式设计,给人留下三门轿车的印象。但事实上,它是五门轿车,这一设计是史无前例的。

得益于发动机后置的大胆决定,新Twingo内部空间宽敞实用,灵活性更强且操控性极佳。虽然新Twingo车长仅有3.59米(比上一代车型减少了10厘米),但其轴距却有2.49米(比上一代车型增加了13厘米),位居同级车之首。由于发动机位于行李厢下方且轮毂拱不影响可用空间,再加上可折叠后排座椅,让新Twingo成为唯一一款能够装载长



2.2米物品的都市车型。新Twingo最小转弯半径为8.65米,在狭窄的空间中仍能转向自如。凭借较短的前罩和超大的挡风玻璃,新Twingo前方垂直视角可达12度,能够提供微视同侪的开阔视野。

与上一代车型一样,新Twingo提供红蓝黄白四种时尚亮丽的车身颜色。同时,新Twingo的内饰也活泼多彩,还可进行个人定

制。其座舱底面为黑色,而仪表盘周边、方向盘、排风口和门护板均为白色,对比鲜明,营造出一种活力的氛围。中控台优雅简洁,采用类似高尔夫球的饰面或光滑饰面。座椅配有绘有简洁图案的一体式头枕,并采用红色、蓝色或灰色滚边,以实现与坐垫、靠背之间的协调。此外,新Twingo还提供个性化定制服务,以满足消费者的不同需求。

新Twingo是唯一一款可搭载两种多媒体系统的都市车型——R&GO系统(配备智能电话)和R-link多媒体系统。R&GO应用程序可以通过智能电话自动连接车上的无线系统。同时,新Twingo还可选配最新版内置R-Link多媒体系统——R-Link Evolution。该系统拥有电容屏幕(可缩放和滚屏)和DAB数字收音机(因市场而异)。

全新Flexi充电器,让ZOE充电更为便捷

在本届日内瓦车展上,雷诺首次展出了针对ZOE而推出的Flexi充电器。它为ZOE车主提供了更为灵活的充电选择。Flexi充电器可以通过230V的标准家庭电源为ZOE进行充电,3小时内即可获得30公里的补充续航里程。如使用专用插座,8至10个小时就能为ZOE充满电。

今年1月份,雷诺还推出了Z.E. Access电池租赁计划,以满足车主的短途需求。该租赁计划每月49欧元,最短合同期限为36个月,里程限制为每季度1,250公里,相当于平均每天20公里的上下班开车里程。

此外,在本届日内瓦车展上,雷诺还展示了其在发动机和运动跑车领域的新成果。得益于在F1发动机领域的丰富经验,雷诺推出了首款1.6L双涡轮增压柴油发动机Energy dCi 160 Twin Turbo。其性能可与2.0L发动机相媲美,但油耗和CO₂排放量却降低25%,不仅充满驾驶乐趣,而且更加节能环保。在运动跑车方面,作为向F1摩纳哥大奖赛致敬的车型,雷诺Clio R.S. 200 EDC Monaco GP限量版惊艳亮相。它拥有动感的外观、强劲的动力、顶尖的操控和丰富的配置,必将赢得众多新生代消费者的青睐。



雷诺连续第7年成为法国凯撒电影奖官方合作伙伴

2月28日,第39届法国凯撒电影奖(Cesar Film Awards)颁奖典礼在巴黎夏乐剧院隆重举行。作为本次颁奖典礼组织者——法国电影艺术与技术学会的合作伙伴,雷诺提供Espace作为本次活动官方用车。这款兼具舒适性与大空间的经典MPV再次出色地完成了将各界名流和法国影视明星送上红毯的任务。

凯撒电影奖是法国电影界的最高荣誉,有“法国奥斯卡”之称。此次是雷诺连续第7年为凯撒电影奖颁奖典礼提供官方用车服务。

Espace:明星钟情的太空车

25年来,Espace(“太空车”)一直是豪华MPV的典范。如今,新Espace采用雷诺全新设计理念,更加动感时尚。宽敞的内部空间和上下车的便利性使Espace赢得了众多明星大咖以及注重空间的消费者的青睐。

Espace由雷诺位于法国的桑杜维尔(Sandouville)工厂生产。不论是设计和制造工艺,还是选材和动力系统,Espace都全面呈现了雷诺对品质的追求。

雷诺和电影:世纪情缘

谈及雷诺与电影的不解之缘,那可谓源远流长。雷诺与电影之间的罗曼史已有100多年。这不仅是众多电影巨星与明星车型魅力闪耀的一个世纪,同时也是电影与雷诺碰撞出美丽火花的一个世纪。

1895年2月13日,奥古斯特卢米埃尔(Auguste Lumière)和路易卢米埃尔(Louis Lumière)兄弟获得了电影及放映机专利。4年后,雷诺创始人路易雷诺(Louis Renault)携手他的爱车Type A Voiturette出现在卢米埃尔兄弟的首部影片中,自此开启了雷诺汽车与电影的世纪之缘。同时,路易雷诺也成为最早意识到可以通过电影来宣传产品的汽车先驱之一。

20世纪,电影和汽车行业都在不断地变化和发展,但雷诺始终是电影艺术的鼎力支持者。自创立以来,雷诺一直保持其与影视制作企业之间的紧密联系。从电视剧到电影,雷诺汽车在世界各地与观众见面。每年,都有约40辆雷诺车型参与200个电视节目或电影的制作,与众星一道,在一部部大片中留下经典的瞬间。

雷诺不仅以提供车辆的方式支持影视制作,更成为多个电影节的合作伙伴。戛纳电影节与雷诺汽车的30年携手便是最好的佐证。在2013年的戛纳电影节上,引领中高端轿车舒适风潮的纬度、纯电动车Twizy和ZOE、经典MPV车型Espace和全新跨界车型Captur等5款雷诺车型共218辆车组成车队,在电影节期间接送现场的贵宾。此外,雷诺还为法国多维尔(Deauville)美国电影节、摩洛哥马拉喀什(Marrakesh)电影节、伦敦(London)电影节、西班牙圣塞巴斯蒂安(San Sebastian)电影节等提供官方用车。

雷诺集团荣登欧洲最低CO₂排放品牌榜首

3月4日,法国汽车制造商委员会(CCA)附属机构AAA-DATA公布的数据显示,雷诺集团荣登欧洲最低CO₂排放品牌榜首。根据2013年全年乘用车销量数据统计,雷诺集团已成为首家CO₂排放量低于115克/公里**的汽车品牌。这正是雷诺长期以来坚持车型更新、研发Energy系列发动机以及推广电动车战略取得成功的有力佐证。

“雷诺成为欧洲市场CO₂排放的领导者,证明了我们电动车战略和以Energy系列发动机为代表的动力总成战略已取得显著成果。”雷诺集团环境规划总监Jean-Philippe HERMINE表示,“得益于在这些领域的不断创新,雷诺集团收获了切实的回报。未来,雷诺将一如既往地坚持降低汽车生活对环境的长期影响。这些改善不仅有利于保护全球环境,亦将惠及我们的客户。”

雷诺集团将这一成绩归功于其车型更新计划,尤其是CO₂排放量低于100克/公里的5款车型,包括Twingo、新Clio、Captur、Megane和达契亚Sandero。其中,搭载Energy dCi 90 eco2发动机的新Clio CO₂排放量仅为83克/公里,成为小型五座柴油汽车市场的佼佼者。总体而言,新Clio每公里CO₂排放量较上一代车型降低了18.5克。

同时,雷诺的电动车战略也对该集团降低CO₂排放做出了巨大贡献。2011年,雷诺提出指导未来发展的“2016-驾驭变革”战略,承诺致力通过技术创新降低CO₂排放,率先成为首家拥有全系列产品中的电动车产品的汽车制造商。迄今为止,雷诺已经推出了ZOE、Twizy、风朗 Z.E和Kangoo Z.E 4款量产电动车,展现了其实现减排承诺的信心与决心。2013年,雷诺电动车系列表现出色,销量达到19,093辆,同比增长13%。

KWID概念车展现雷诺在新兴市场的新愿景

国际化设计团队联手打造首款搭载“飞行伴侣”的概念车

2月28日,雷诺在印度新德里车展上展示了全新KWID概念车。作为首款在欧洲以外地区发布且专为印度等新兴市场的年轻消费者打造的概念车,KWID具有个性鲜明的设计风格,同时搭载了汽车行业中的首款“飞行伴侣”等高科技配置,不仅展现了雷诺在设计和技术方面的雄厚实力,更体现了雷诺不断开拓印度等欧洲以外新兴市场的雄心。



个性十足的设计风格 搭载首款“飞行伴侣”

KWID是基于雷诺“人生阶段”设计理念中的“探索世界”阶段而设计研发的车型,凝聚了雷诺全球设计开发团队,特别是印度团队的力量和智慧,具有个性鲜明的设计风格。独特的车身比例、尺寸以及悬架,使其短小精悍又不失活泼。宽大的保护罩、粗犷的翼子板以及凸出翼子板的大尺寸轮毂,让这款匹配双离合变速箱的概念车具有浓重的硬派越野气息。黄与灰的车身色彩搭配形成对比鲜明的视觉效果,不仅展现了雷诺品牌的主色调,也唤起了消费者对印度的联想:灰色象征着土地,而黄色和金色象征着花朵和香料。

KWID的内部设计灵感来源于鸟巢,以打造温暖而舒适的座舱为设计理念,充分考虑印度等新兴市场的特殊需求。其轻盈的内饰设计适于印度较温暖的天气,而黄、白双色材质的

运用则使座舱更显明亮。作为一款紧凑型五座轿车,KWID在满足一般印度家庭旅行需要的基础上,别出心裁地采用了前排3个、后排2个的座椅布局。座椅悬挂于白色实心底座之上,洋溢着灵动气息。位于前排中部的驾驶员座椅稍稍前倾为其留出肩部空间,同时也满足了国际驾驶的需求,使驾驶员无论在靠右,还是靠左行驶的国家均可自如驾驶。另外,KWID在驾驶员座椅后方还安装了空调控制旋钮,方便后排乘客调节车内温度。

不仅设计独具匠心,KWID更搭载一系列高科技配置,为新兴市场的年轻消费者提供安全且充满乐趣的驾驶体验。创新搭载的“飞行伴侣”是汽车行业中的首款同类产品,可以通过自动、手动两种模式操作:自动模式采用预先编制的飞行次序和GPS定位,而手动模式则使用车内平板电脑进行操控,使驾驶员可轻松查看交通状况、拍摄风光照片以及探测前方路

面的障碍物等。KWID的仪表盘整合了“飞行伴侣”导航、联网服务等多项功能,极大提升驾驶便利性。除此之外,KWID还搭载了包括位于中心横杆上的电动前排座椅、电动门、LED照明以及无换挡杆设计等高科技配置。

在动力方面,KWID搭载了最新一代的小尺寸1.2L汽油涡轮增压发动机,匹配双离合变速箱,兼具驾驶乐趣与燃油经济性。此外,KWID还可成为一辆零排放汽车,通过电池提供动力并配有充电插头,体现了雷诺品牌秉承的环保理念。

国际化团队携手合作 大力发展新兴市场

作为雷诺首款针对新兴市场而研发的国际化车型,KWID一经亮相便引起全球媒体的广泛关注,充分体现雷诺对印度等新兴市场的高度重视。来自雷诺法国设计技术中心、雷诺设

计印度公司以及雷诺巴西工作室的法商、俄商、印度商和日商等设计师根据当地市场需求联手合作,通力打造的针对印度等新兴市场需求的车型。这不只是雷诺首次在欧洲以外地区发布概念车,更成为雷诺重视印度等新兴市场的又一有力佐证。

雷诺对新兴市场的全力投入源于当地市场的强劲增长态势。2013年,欧洲以外地区的市场共售出1,326,344辆汽车,占雷诺集团总销量份额的50.5%。其中,印度是雷诺未来关键的战略市场。得益于Duster的成功热销,雷诺成为本地第一大欧洲汽车制造商。

在“创新为人人”理念指导下,雷诺此次为消费者展示了一款极具前瞻性的概念车,彰显了雷诺在设计和技术方面的强大实力。相信,凭借新产品的推出,雷诺在确保欧洲市场稳步回升的同时,将赢得在欧洲以外新兴市场的长远发展。