

大气中见品质 雪佛兰发布新爱唯欧外观图

5月16日,上海通用汽车正式公布雪佛兰新爱唯欧的外观造型图片,并宣布新车将在6月推出。新爱唯欧是继新生代城市SUV创酷上市之后,雪佛兰在“年轻创·造”品牌理念下推出的第二款车型,针对主流年轻群体审美需求全新设计,以经典设计的全新演绎和创新科技的主流化,为主流年轻家庭提供大气而有品质的出行之选。

雪佛兰新爱唯欧由包括泛亚汽车技术中心在内的通用全球设计师通力合作开发,历经4轮对爱唯欧车主和小车消费者的需求调研后,外观设计最终定稿。新爱唯欧是运用雪佛兰全新家族设计语言“令人心动的造型设计”(Design With a Heartbeat)的首款上市车型,外形运动大气,展现出超越同级小车的高档精致的设计品质。干练协调的车身比例、全新设计的八辐旋涡式轮毂、与前大灯连贯通的镀铬进气格栅以及车尾处由中部向外舒展的线条,不仅有效扩大全身视觉宽度,更营造出成熟大气之风,引领国内小车市场主流消费者的审美需求;干净利落的型面、车头多处别致而相互呼应的金属饰条、与车身同色的带转向灯外后视镜等设计,相比同级车型更具精致和档次感,凸显了新爱唯欧为年轻家庭精心绘制的设计巧思,向消费者传递了精品家轿的品质内涵,也展示了雪佛兰对于中国主流年轻家庭用车需求的精准把握。

新爱唯欧车头利落的型面与线条勾勒出一如雪佛兰经典跑车科尔维特的硬朗造型,为这款精品家轿整体注入肌肉感和运动风格。车头采用雪佛兰家族经典双格栅设计,下格栅宽度和高度都有所延展,视觉效果更显大气,搭配与全新一代科鲁兹一样悬浮于格栅上方的金领结,显示了雪佛兰品牌经典设计传承与下一代全球设计语言的高度统一。

与现款爱唯欧备受关注的个性风格相比,新爱唯欧的设计细节更显高档、精致。车头采用前大灯与上格栅高度一体化的贯穿式设计,同时用动感十足的镀铬饰条勾勒出一对锐利迷人的双眼。此外,雾灯处镀铬饰条与高质感磨砂黑底座的巧妙设计,营造出灯碗悬浮的效果,给凝视它的主流年轻人和年轻家庭带来“触电”感。



人的双眼。此外,雾灯处镀铬饰条与高质感磨砂黑底座的巧妙设计,营造出灯碗悬浮的效果,给凝视它的主流年轻人和年轻家庭带来“触电”感。



新爱唯欧侧面线条依然简洁利落,腰线和肋部雕塑线条分别与前后外扩式轮拱相连,使整车充满蓄势待发和迎风驰骋的速度之感。两侧腰线在微微起翘的仿扰流板设计尾部交接,



展示了美学与空气动力学兼顾的家轿设计理念。此外,新爱唯欧依然采用尺寸超越同级的16寸普利斯特宽轮,配以轮毂加长的轮毂造型,放大整车视觉比例,提升整车的视觉高度和稳重感,而出色的抓地力也将令年轻家庭的出行更为快意。

新爱唯欧车尾设计同样注重大气与细节品质。新增中部向外舒展的横向雕塑线条连接蝶形的尾灯灯碗设计,扩大视觉宽度,并形成如同围绕金领结翩跹欲飞的羽翼。此外,对于选车时追求品质设计的“细节控”年轻人来说,车尾更让人倾心的还有小中不多见的隐藏式排气管设计——这足见设计团队在细节上的用心。

雪佛兰爱唯欧自2011年上市以来,以源自通用全球最新小型车平台的扎实功底赢得消费者口碑,不仅配备同级罕有的DVVT发动机与6速手自一体变速箱,更拥有向A级车看齐的安全、空间和驾控感受。作为外观焕然一新的全新精品家轿,新爱唯欧的市场表现值得期待!

通用汽车阐述转变交通出行方式的具体举措

公司发布年度可持续发展报告,分享推动汽车行业可持续性发展的进展

鉴于当前汽车行业发展的不可持续性因素,通用汽车公司正对其全球汽车产品组合进行调整,对现有制造工艺弊端进行反思,并且寻求与非传统合作伙伴进行合作,以期推动行业向前发展。



通用汽车正致力于转变传统交通出行方式,在其最新发表的《2013年可持续发展报告》中,通用汽车详细阐述了公司在这方面的努力。

通用汽车首席执行官玛丽·博拉(Mary Barra)表示:“可持续发展是通用汽车现在与未来的最核心战略,这源于我们以客户为核心的基本原则。我们现在的关注点已不再局限于汽车产品本身,他们还关注我们的生产过程,甚至关注我们与周围世界之间的关系。这些认知与准则正在以令人难以置信的速度改变着我们在产品设计、制造、安全、质量、环境、客户服务以及众多其他领域的工作方式。”

从研发更小、更清洁的高性能发动机到降低车身重量,再到改善空气动力学性能,通用汽车在提升车辆效率方面做出了诸多努力,我们将在充分满足客户各种需求的前提下,降低碳排放并提高燃油经济性。公司当前共有5款车达到了5.8升/百公里的燃油效率。

通用汽车在产品方面的四个承诺均取得进展,包括燃油经济性、电气化、减排,以及为了赢得其最大市场而新增的一项承诺。这就是,通用汽车承诺,到2020年,将其在中国的产品平均碳排放降低28%,届时每年将可减少二氧化碳排放200万吨,节约汽油10亿升。截止2013年,通用汽车的电动车保有量为153,034辆,预计2017年将达到500,000辆。

通用汽车可持续性发展及全球法规事务副总裁Mike Robinson表示:“气候变化、能源安全、交通拥堵这些问题给我们的环境以及我们的行业带来了巨大的挑战,但同时也让我们在复杂中看到了潜在价值。我们正在以一种更为长远的、以客户为中心的方式重新定义交通出行的概念。”

越来越多的人开始期待他们的汽车能够配置来自于生活中其他领域的技术。通用汽车可以满足消费者对于互联性的要求,同时也让未来的交通出行更具可持续性。例如,客户可以利用安吉星的路线优化功能避开交通拥堵,接

收实时反馈来实现更高效的驾驶。通用汽车还在进行车辆互联技术方面的探索,旨在实现车辆之间以及车辆与道路基础设施之间的信息共享,帮助驾驶者预见并避免碰撞事故发生。

“这一创新有助于我们的产品保持与时俱进,并且拓宽互联世界的积极影响。”Robinson表示。

通用汽车还在积极改变汽车的生产制造方式,降低汽车行业对环境的影响。通用汽车已完成了一项产品生命周期分析,以便更好地理解其产品在供应链中所造成的温室气体影响,从而可以进行更深入的改进。

目前,通用汽车仍然是唯一一家签署了“气候宣言”的汽车制造企业,旨在表明解决气候变化问题也可以带来潜在的经济机会。通用汽车在2013年《碳信息披露项目(CDP)世界500强气候变化报告》中所列企业中位列前10%,充分展示了公司在减排、能源计量以及气候变化战略上的高透明度。

去年,通用汽车又有9家工厂达到“能源之星工业节能大奖”评选标准,使公司全球范围内的达标设施总数达到63家(其中包括中国的7家),领跑整个汽车行业,并且节约能源成本1.62亿美元。从拆除底特律Hamtramck总厂的燃煤锅炉,到增加Fort Wayne和Orion两家总装厂垃圾填埋气的利用量以实现每年节约能源开支1000万美元,通用汽车正对全球工厂逐一进行改进,减少碳足迹。

通用汽车及其所在社区正持续受益于当前正在进行的能源、水源消耗减量以及废弃物减量的努力。通用汽车已比计划提前7年完成了其承诺目标,将废弃物和挥发性有机化合物排放总量各降低10%,并且建立了25家非生产性废弃物零填埋设施。如今,它又将设定新的目标。

在中国,通用汽车目前共有10家废弃物零填埋工厂,其中7家属于上海通用汽车,其余3家属于上汽通用五菱。这些工厂对日常运作中所产生的所有工业垃圾进行回收再利用,



通用汽车公司 2013 可持续发展报告

或重新转化为能源。

通用汽车正逐步改善其在华各家工厂的可持续性。例如,在上汽通用五菱位于柳州的一家工厂中,除了对温度和湿度有特定要求的喷漆车间,工厂其他地方都没有设置冬季供暖设施。由于广泛采用自然通风和自然光照照明,这家工厂已经跻身全球能耗最低工厂之一。

以2010年的数据为基础,通用汽车2020年全球制造工厂其他承诺目标的进展如下:

- 扩大可再生能源利用量至66.2兆瓦,争取实现125兆瓦的目标;
- 废弃物零填埋工厂及设施总数增加至83家,努力实现达到100家的目标;
- 耗水强度降低9%,努力实现15%的目标;
- 能耗强度降低10%,努力实现20%的目标;
- 碳排放强度降低7%,努力实现20%的目标。

玛丽·博拉指出:“对于现有成绩我们感到满意,但是对于未来工作的艰巨性我们也有充分的认识。我们必须继续创新,紧紧抓住机会,全力以赴取得真正的行业领导地位。当然,只有得到我们的客户、员工、社区以及其他利益相关者的认可,这个地位才是有意义的。”

仅凭一家公司的一己之力是无法实现产业转型的。为此,通用汽车与许多先前不太可能建立伙伴关系的实体也进行了深度合作,包括:与本田这样的竞争对手一起开发燃料电池系统及技术,与蓝绿联盟(BlueGreen Alliance)、忧思科学家联盟(Union of Concerned Scientists)、世界野生动物基金会(WWF)、以及全美投资人和环保团体联盟(Ceres)这样的非政府组织一起创建绿色经济,共同节约对行业至关重要的资源。



售出278,263辆 通用汽车在华创历史最好4月销量成绩

2014年4月,通用汽车及其合资企业在华销量共达278,263辆,同比增长6.3%,创历史最好4月份单月销量成绩。

上海通用汽车与上汽通用五菱,以及各自旗下的别克、雪佛兰、凯迪拉克和五菱品牌均创下了4月销量的历史新高。

凭借这些出色表现,通用汽车2014年前四个月在华累计销量已达1,197,375辆,同比增长11.0%,创历史新高。这是通用汽车在华销量连续突破100万辆的第八年,亦是其有史以来最早实现百万销量的一年。

4月份,上海通用汽车国内销量同比增长5.8%至128,608辆;上汽通用五菱国内销量同比增长7.4%至144,729辆;一汽通用国内销量同比下降3.9%至4,926辆。

别克品牌4月份销量同比增长2.7%至68,707辆。其中,凯越系列销量为24,092辆;英朗XT与GT的销量共计18,253辆;君威销量为8,126辆;紧随其后的是GL8系列,当月售出6,403辆。

雪佛兰品牌4月份国内销量同比增长6.4%至53,810辆。其中,作为雪佛兰旗下最畅销的车型,科鲁兹三厢和掀背车当月销量共计20,036辆,同比增长16.0%;赛欧当月销量为16,598辆,同比增长7.7%。

凯迪拉克品牌4月份在华销量同比增长49.4%至6,091辆。其中,2014款凯迪拉克XTS销量达到2,678辆,运动型豪华SUV凯迪拉克SRX销量为2,405辆。

4月份,五菱品牌国内销量同比增长11.2%至138,524辆。其中,五菱宏光系列车型销量超过60,000辆,同比增幅高达92.3%。

2014年1至4月,上海通用汽车国内销量同比增长9.3%;达到550,430辆;上汽通用五菱国内销量同比增长13.2%,达到624,740辆;均创下同期历史新高。一汽通用国内销量同比增长1.1%,达到21,893辆。

此外,今年前四个月,别克品牌销量同比增长11.2%至306,801辆;雪佛兰品牌国内销量同比增长2.8%至222,181辆;凯迪拉克同比劲增85.4%至21,448辆;五菱品牌国内销量同比增长14.9%至599,157辆;宝骏品牌销量同比减少15.7%至25,583辆。

通用汽车在华两家工厂 再获“能源之星工业节能大奖”

2014年4月,通用汽车公司全球范围内四家工厂荣获美国国家环境保护局颁发的“能源之星工业节能大奖”称号,其中两家位于中国的工厂——上海通用东岳发动机厂和上海通用金桥北厂再次获此殊荣。

能源之星(Energy Star)计划于1992年由美国国家环境保护局启动,目的是为了降低能源消耗及减少发电厂所排放的温室效应气体。“能源之星工业节能大奖”要求工厂在5年内降低10%能耗,上海通用东岳发动机厂和上海通用金桥北厂在降低能耗工作中成绩显著,分别累计降低能耗45%和43%,双双荣获“能源之星工业节能大奖”称号。

上海通用东岳发动机厂在动力总成发动机车间内推行除尘器控制系统优化,通过增加电动风阀和变频器等方式实现按需变频控制。优化升级后,既有效地节约了能耗,又很好地改善了车间内的通风效果,有利于员工的健康。系统优化后,年节能合计近人民币200万元。

上海通用金桥北厂对DVT车辆动态测试房风机进行了节能改造,降低了能源消耗并且改善现场实际吸风效果。通过增加PLC和变频器对风机进行控制,实现了各类变速、变频控制。风机改为由变频器驱动后,理论总功率及耗电量仅为原来的20%,年节能近人民币30万元。

上海通用东岳发动机厂和上海通用金桥北厂均为第二次荣获“能源之星工业节能大奖”称号,此前两家工厂都曾在2012年4月获此殊荣。目前为止,通用汽车在中国已有7家工厂累计9次获得“能源之星工业节能大奖”称号,为通用汽车在全球范围内提高能效、推广可持续发展做出了贡献。

通用汽车全球执行副总裁兼通用汽车中国总裁魏惠康先生表示:“此次获奖的四家工厂展现了通用汽车致力于在未来继续提高能效的承诺,也证明了我们在中国的工厂为达成节能目标所做出的努力。”

通用汽车公司继去年荣获美国国家环境保护局嘉奖之后,今年4月初再次被授予2014年“能源之星年度伙伴”最高奖项——持续卓越奖,以表彰其在节能环保方面杰出的持续领导力。到2020年,通用汽车计划将全球范围内生产设施的整体碳排放强度降低20%。