



2009上海车展开幕在即,各个汽车厂商云集黄浦江畔,要说车展除了各款闪亮的首发新车大家最喜欢的车就是那些未来气息十足的概念车了,这些车一般都要比马路上跑的现有车辆更加大胆,更加靓丽,可以说车展上看起来最为过瘾的就是概念车了。现在我们就来盘点一下即将在本届上海车展中亮相的概念车。



2009上海车展新车看点 车展必看概念车

吉利系列概念车

这次上海车展吉利将携 22 款整车、9 款发动机和 3 款变速器参展,其阵容之大,展品的品质之高,都将超越北京车展。其中北京车展中展出的概念车,本次大部分将以量产车状态亮相。

长安 E301

从 2003 年开始,长安汽车集团在国内每届大型车展上都有自主研发的概念车亮相。长安杰勋、“长江鲟”、“龙腾”、“星晴”、“CV8”、氢动力概念跑车“捷径”等概念车均成为历届车展上引人瞩目的焦点。此次上海车展,长安将一举推出两款自主概念车,再次展现长安汽车惊人的自主研发速度和领先的技术实力。这次长安带来的 E301 概念车造型大胆、新颖,是一款为追求时尚、热爱运动、富有创新精神、勇于尝试新鲜事物的年轻人倾力打造的双门三座小型运动越野车。

现代 HND-4 Blue-Will 混合动力概念车

这款最新的概念车被命名为 HND-4 “Blue-Will”,该车将搭载一款由现代汽车韩

国研发中心研发的独家插电式混合动力传动系统。该动力传动系统包括一款配备直喷技术的 1.6 升四缸汽油发动机,该发动机可以为一组锂聚合物电池充电。而这些电池则是用来为驱动前轮的一个小型电动机提供动力。该系统的总动力输出为 154 马力(115 千瓦),据称这款新的混合动力车在只依靠电力的情形下最远可行驶 40 英里,该里程数与即将上市的雪佛兰 Volt 是一样的。

凯迪拉克概念车 Converj

Converj 概念车是凯迪拉克设计艺术与“Voltec”革命性的电力驱动科技的最新结晶。这项技术的应用可以确保在为 Converj 概念车提供澎湃动力的同时,仍能坚守凯迪拉克一贯的“绝不妥协”的设计风格。这项新技术可以实现零油耗、零排放,纯电动状态下行驶 64 公里,并拥有数百公里的续航能力。

日产 NUVU

NUVU 概念车代表日产对于未来都会交通工具的理想蓝图,3 米的灵巧车身,NUVU 概念车拥有独特的 2+1 座椅设定,提供都会居民一种截然不同的移动方式。

Nuvu 概念车拥有曲线圆滑的可爱外型,不论在车头、车侧或车尾皆运用大量的圆形元素,展现贴近年轻都会族群的设计风格。先前日产已宣示将在 2010 年在美、日市场推出电动车,并于 2012 年推广至全球各地。尽管 Nuvu 概念车并非该量产车款,但 Nuvu 概念车身上所见的崭新技术,也将成为量产电动车的灵感来源。

劳斯莱斯概念车

劳斯莱斯汽车将于 4 月 20 日 2009 上海国际车展上揭幕其最新试验车型 200EX。200EX 代表着劳斯莱斯汽车对现代四门轿车设计的探索,同时也体现了其计划于 2010 年推出的全新车型 RR4 的设计方向。

RR4 将采用劳斯莱斯独家推出的全新 6.6 升涡轮增压 V12 发动机,结合 8 速 ZF 自动变速箱。这一全新动力传动系统将极大地改善油耗和二氧化碳排放,与在同级别车型中已居于领先地位的幻影系列相比,表现更加出众。发动机最大功率将超过 500bhp。

上海车展比亚迪拒绝花哨 坚持“四不”原则

本报综合消息 2009 上海国际车展即将拉开帷幕,尽管受全球金融风暴的影响,参展厂商的热情和各界的关注都异常高涨。车展还未开幕,不少车企就摆出了多少展车、多大规模的阵势。

近日比亚迪有关高层对记者表示,比亚迪将以务实的态度参加本届上海车展,坚持不玩概念、不秀规模、不取悦观众、不偏离市场的“四不”原则。比亚迪参加本届车展的九款展车,也无一油泥车,全为量产车型和模具车型。

不搞概念,刺激需求为核心

近几年,随着中国汽车市场的火热,无论是一流的国际车展,还是区域性的车展,都习惯于一种浮躁,无不以眼花缭乱的车型,超级前卫的概念,空前的展台规模来取宠消费者,吸引镁光灯的闪烁。

在经济寒冬中,2009 年车展不再盛世年华,众多车企还坚持玩味概念、务虚参展的风格似乎与环境有点不搭调。车企若

欲借助上海国际车展提高销量,重振车市,需要少一些虚浮的概念,多一些精品的车型,以刺激需求为核心。

不求规模,每款车都打造精品

本届上海车展将创下历届参展面积之最,总规模达 17 万平方米。很多国内车企继续走高调展出路线,展馆面积再创新高。

据了解,比亚迪今年参加车展的重点是推广精品车型,培育全新的热销车型,而不是追求展台规模之最。

据悉,比亚迪参展车型款款都是细分市场的精品车型。打造细分市场品质新基准,如已上市车型比亚迪 F3 销量突破 40 万辆,精品形象深入人心;微轿 F0 和中高级轿车 F6 都是各细分市场的精品车型,迅速成为市场的重磅车型。即将上市的 S8 和 M6 又沿袭比亚迪的精品高端路线,以品质取胜。

不哗众取宠,务实为重

在参展风格上,很多参展车企本末倒置,不以消费者的实际需求为根本,而是

打“擦边球”,凭借眼花缭乱的概念车、战略车取宠消费者。

在经济危机下,汽车企业更应务实,通过制造过硬的产品,博得观众的认可和喜爱。比亚迪就是始终坚持务实做品质,抓住消费者的实际需求,量产的 F3、F3R、F0、F6 等车型才取得相当不错的销量,成为车市销量常青树。

不偏离市场,细分领域渐变突破

比亚迪务实参展的“四不”原则,着实带给我们更多引人关注的思考:汽车企业应该以市场为基础,为车市提供更多的精品车型,而不是“画饼充饥”,搪塞消费者。

比亚迪展出的车型都是各细分市场的主力车型,如参展车型中,功勋车型 F3 月销万辆以上,凸显冠军气质;精品微轿 F0 上市首月就拿下月销量冠军;中高级轿车 F6 销量稳步提升,突破中高级轿车天花板;即将上市的轿跑车型 S8 和豪华 MPV 车型 M6 也将亮相车展,培育销量新的增长点。

东风日产“阳光关爱·教育援川”行动受到好评

本报综合消息 4 月 4 日,东风日产阳光关爱基金联合广东教育活动中心共同发起的“阳光关爱·教育援川”项目的首批专家志愿者结束了为期一周的援教工作,顺利返回广州。

本次援教活动主要集中在映秀小学、映秀幼儿园、水磨小学和威州中学等。在实地调研的基础上,东风日产“阳光关爱·教育援川”志愿者的课程主要围绕心理健康疏导、教学方法培训、高中学习方法及心理辅导等几大板块的内容展开。专业的课程设计、真诚的授课态度,受到了震区师生的热烈欢迎,当地教育系统的领导也给予了高度评价。

映秀小学坐落在一片震后过渡性板房之中,马路对面就是漩口中学地震遗址,仰头望去,楼体开裂坍塌,一座楼房一侧已经斜插入地面,可以想见 5.12 地震来临时情形之惨烈。而让志愿者感到欣慰的是,映秀小学劫后生还的 150 多名学生心态要比想象中的阳光、开朗而且坚强。

志愿者队伍中的“明星”——“轮椅英雄”尹小星从自身不幸经历讲起,给小学生们作了关于“只要心灵有翅膀,就能自由飞

翔”的讲座,鼓励他们积极面对人生坎坷,以更加乐观的心态面对现实。尹小星的不幸遭遇和坚强毅力,在这些经历过巨大灾难的孩子们心中引发了强烈的共鸣。在孩子们与尹小星的互动中,我们可以深切的感受到,虽然他们眼含热泪,但心中的激情和力量却在不断增长。

水磨小学也是一所板房小学,建在半山腰上,东风日产“阳光关爱·教育援川”志愿者分乘两辆面包车,行驶在前车留下的深深车辙里,艰难抵达。

在这里,援教的重点工作是针对教师的教学方法示范课。由广州市越秀区文德路小学副校长林伟贞主讲,没有课程安排的教师全部参加,小小的板房教室座无虚席,拥挤却有序。新鲜的教学方法让教师们非常兴奋,课程结束后,教师们仍然意犹未尽,与林老师展开了热烈的讨论。还有老师录下了示范课的全程,作为给其他未能参加示范课的教师参考。

水磨小学的王洪校长站在窗外认真地听完了整节课,看着课堂内老师、孩子与志愿者的互动,王洪校长脸上不时露出笑意。就是这位果断豪爽、思路清晰的

校长,在 5.12 地震中,带领勇敢的水磨小学老师,在不到 2 分钟时间里将全校 700 多名学生全部安全转移出教室,建简易雨棚,煮雨水稀饭,守护着学生,直到救援部队的到来。

在向志愿者们详细介绍了水磨小学的发展规划后,王洪校长说:在物质财富逐步恢复和积累的同时,震区学校更需要精神上的给养,东风日产组织的援教活动让众多教师在学校里就能够接受专业的教学方法方面的培训,既不影响正常的教学工作,又无需车马劳顿远赴他乡,是实实在在的雪中送炭。

东风日产作为优秀的企业公民,一直热心于各项公益事业,尤其是在教育方面有大量财、物力的投入。“阳光关爱·教育援川”活动作为东风日产 2009 年企业社会责任的开篇之作,第一阶段的工作已经胜利结束。志愿者、工作人员和震区的师生依依惜别,相约再见。

东风日产赴汶川的代表吴前火表示:东风日产的教育援川工作一定会持续下去,而“阳光关爱·教育援川”活动本身蕴涵的示范效应将带动更多的企业和个人参与其中,源源不断地为灾区的老师、孩子送去关怀和温暖。

长城签约小沈阳代言酷熊妙棋还是败笔？

记者从长城汽车得到证实,其与小沈阳的协议已经签订,广告片将于近日开始拍摄,而对于代言费用却始终讳莫如深。圈内人士认为,此次代言费不会低,可堪比当红影星。

企业签约名人代言早已司空见惯,不过近日长城汽车签约当红二人转演员小沈阳的新闻却引起不少波澜,一时间各大媒体纷纷转载评论,而对于此次代言能否成功更是众说纷纭不见分晓。

小沈阳在春晚走红,知名度飙升几乎家喻户晓,演出费暴涨并且排期紧张。不过这种特立独行的表演风格在给他带来无数风光的同时,也带来了不少的争议。前日就有人代表公开表示“我不喜欢赵本山和小沈阳的小品,不注重思想内涵,缺少价值观念。”网络上关于小沈阳的话题从来没有停止过。

名人代言看重的是名气,这点小沈阳完全具备,即使有争议,在可以预见的范围之内也未必是坏事。但是名人的知名度以及能够影响的群体更应该是名人代言、汽车代言应该慎重考虑的关键点,毕竟高额的代言费用企业已经付出,“代价”是否值得,关乎产品,关乎企业。

一位汽车营销人士在接受记者的采访中直言不讳的说:“我有些不明白长城签约小沈



阳意欲何为,我也找不到酷熊与小沈阳更多的关联性,这样的搭配有些出人意料。”

对此我们特意联系了长城汽车,这位负责人表示:“小沈阳在舞台上用其特有的艺术表达形式给观众带来快乐,并不代表小沈阳本人就是这样,其实现实中的小沈阳在成名之前历尽生活磨难,在成名之后与妻子不离不弃,孝敬父母,这样的男人才是真男人,是纯爷们。正因为舆论褒贬不一,也是他的人气日益飙升,我们也正是看重了这点,借此来提高酷熊的知名度。”

可以看到厂家对于此次代言还是相当有信心的,据了解,酷熊是长城推出的第三款小排量车,也是一款以“超主流”为主要特征的

个性小车。这款小车除搭载了长城最新研发的 1.5 全铝 VVT 发动机外,最大的创新就在于其外形的设计完全不同于当下主流的圆润、流线等阴柔美的设计风格,大胆的尝试在大灯、进气格栅、轮毂等重要外形的设计中增加直线、直角等工业初期汽车设计元素,因此赋予了整车硬朗、阳刚的“纯爷们”气质。记者见到酷熊后发现,这款车果然有着惊人的另类感,棱角分明,刚毅威猛,完全不同于当下大街上可以见到的小车。

有汽车营销人士也这样表示,酷熊能否在小沈阳的代言下大卖特卖暂且不谈,至少从名人代言的“娱乐营销”角度来讲是值得一试的。其一,小沈阳的名气,不用赘言;其二,80 后、90 后是小沈阳广大粉丝的中坚力量,与酷熊定位吻合;其三,长城汽车知名度低而做事低调,皮卡市场 11 年销量冠军与 SUV6 年销量冠军都没几个人知道,如今签下家喻户晓的小沈阳不敢说平步青云至少是事半功倍。

在现场的采访中一位受访者表示,他非常喜欢小沈阳,酷熊虽然没关注过,但是因为小沈阳他倒是想看看到底是什么车让小沈阳奉献了自己的“第一次”。酷熊能否在小沈阳的推荐代言下“Piapia”的走向全国我们就和广大的“阳粉”一起继续关注吧。

ALL-NEW VOLVO
S80L
全新沃尔沃

全新沃尔沃S80L加长版尊贵上市
为尊贵人生全面护航
(全国统一售价: 39.8万元-67.86万元)

更多精彩 敬请登录: <http://www.fudecar.com>

至尊尊山行, 谁来保驾护航? 唯有雍容阔朗、沉静内敛; 观则高山仰止, 动则气吞万里者, 方可胜任。全新沃尔沃S80L加长版, 震撼视觉神韵的超长轴距, 营造后座尊贵豪华的阔卓空间, 更以沃尔沃领先全球的全方位安全性能, 为至尊尊而瞻后视, 倾力护驾。阁下自可高座无忧, 尽享沃尔沃的独特尊崇境界。

■加长1400mm后座空间 ■加厚真皮座椅及加宽后座 ■BLIS盲点信息系统 ■DSTC动态稳定和牵引力控制 ■AWD全轮驱动系统 ■FCC人车沟通系统 ■TDS智能驾驶信息系统 ■Dynaudio尊贵级音响系统 ■RSE后座娱乐系统 ■三年免费沃尔沃道路救援服务 ■三年10万公里保修

海南沃尔沃4S店 地址: 海口市南海大道113号 贵宾专线: 6682 5999 售后专线: 6682 3912

一起发现更多精彩

宽量的空间任您随机应变! 复杂的路况让您从容应对!
如此时尚、炫酷充满魅力的汽车,
三菱ZINGER君阁, 精彩上市!

越野 恶劣路况轻松面对

商务 多人乘坐灵活空间

休旅 超大储物空间

三菱2.0L MIVEC(三菱创新式气门正时电子控制系统)引擎●轮胎尺寸: 205/70R15●驱动系统: 2WD●变速箱型式: 5MT/4AT●ABS+EBD●驾驶席/副驾驶席SRS安全气囊●智能防夹天窗●驾驶座8向电动调整●座椅材质: 织物/皮革●1/2或2/3排平铺功能●高保真CD音响+USB接口(支持ipod)●DVD+7寸LCD●喇叭: 6个●车载蓝牙免提功能●道路偏移警告系统●后排独立空调●方向盘音响控制按钮●倒车雷达●倒车CCD●遥控钥匙

海南福德汽车集团三菱4S店
地址: 海口市南海大道113号(保税区斜对面)
销售电话: (0898) 66826137
售后电话: (0898) 66801135
客户关系中心电话: (0898) 66831532

虎丘广告节4月18、19日福州车展盛大开幕
化广场车展迎新可免
券领取精美礼品一份

www.mitsubishi-motors.com.cn 制造: 东南汽车 服务热线: 8008581666 4006611666 www.soueast-motor.com www.mitsubishizinger.com