



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看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品牌概念车,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况下最远可行40英里,该里程数与即将上市的雪佛兰Volt是一样的。

卡迪拉克概念车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概念车代表日产对未来的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。

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大幕,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、不取宠观众、不偏离市场的“四不”原则。比亚迪参加本届车展的9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,无论是国际车展,还是区域性的车展,都习惯于一种浮躁,无以眼花缭乱的车型,超级前卫的概念,空旷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

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。先前日产已宣布将在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概念车并非量产车款,但Nuvu概念车身上所见的崭新科技,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日在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。

Nuvu概念车代表日产对未来的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。

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,每款车型都打造精品

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,比亚迪参展车型款式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。

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“