设计为先

英菲尼迪闯入

美学认知新语境

作为一家以 美 为发展基础

无论是诠释了中国传统意义中桥

一直追求更好设计风格的车企,每年

车展前夕,英菲尼迪都会给广大消费

与水中倒影之间对话关系的家族式双

拱型进气格栅,还是灵感源自天上

一弯上弦月的弯月形C柱,抑或是

出自设计师对于米开朗基罗作品深

尼迪一直都没有追求时尚 而是用行

动和作品去打破常规 重新定义 何为

迪设计之夜在北京三里屯的英菲尼迪

品牌体验中心拉开序幕。英菲尼迪全

新概念车 Prototype 9、Q Inspiration

以及倍受瞩目的新车 全新英菲尼

迪 QX50 完成在华首秀 ,成就 突破

英菲尼迪主席及全球总裁罗兰

克鲁格表示: 设计始终是英菲尼迪

品牌发展的重要驱动之一。 设计为

先 的理念让英菲尼迪保持品牌的独

特魅力并由此不断焕发新的生机和可

英菲尼迪设计所秉承的 突破美学

并不局限于工业和技术层面,而是从

自然中汲取灵感,突破 力量 与

优雅 两大设计元素之间的美学边

界,创造出挑战地域界限、文化差异

和时代局限的独特美感。通过独创科

技和工艺,英菲尼迪的设计师们能够

尽情释放想象之力,不断挑战,引领

Prototype 9概念车、全新QX50以及

Q Inspiration 概念车,用风格迥异的

设计语言呈现英菲尼迪对于过往设计

传承、当下设计想象和未来设计走向

古概念赛车。充满创造精神和激情的 设计师和工程师们从一台曾在1966 年富士赛道夺冠的Prince R380传奇 赛车身上汲取灵感,以最先进的科技 手段、历经时间考验的手工技艺,让

在展台中央,一台英菲尼迪 Prototype 9成功吸引了不少人的目光。 Prototype 9是一台流线型的电动复

而英菲尼迪 Q Inspiration 概念车 采用针对全新动力系统时代的新一代

设计语言,揭示了英菲尼迪未来车型

的笔触走向。Q Inspiration 概念车线

条优雅简练。与传统轿车设计不同

的是,Q Inspiration概念车兼具轿跑 车身修长轮廓,极具时代感和科技

感。罗兰 克鲁格表示 2022年之

前,以英菲尼迪 Q Inspiration 概念

车为原型的量产版电动车将在中国

英菲尼迪 QX50。 秉承 突破美学

的设计精髓,全新OX50汲取自然灵

感,融合英菲尼迪家族 力量 与 优雅 两大设计元素,打造极具动

感的外观设计与极具前瞻性的风尚美

正如英菲尼迪全球设计总监卡里

哈比先生 (Karim Habib) 所

能够平衡 力量 与 优雅 设计元

素间的逻辑关系,以艺术的眼光诠释

现实的世界,进而探索汽车美学发展

的更多可能性,继续占据汽车设计的

中国北京、英国伦敦、美国圣迭戈和

日本厚木四大设计中心。身处不同地

域的设计中心深刻洞察市场需求与时

代变化,将 力量 与 优雅 共存

的 突破美学 通过不同文化理解外

是一次跨地域、跨文化的交流,在不

断的灵感碰撞中,英菲尼迪产品方可

呈现出 全球共赏 的独特魅力。

罗兰 克鲁格自豪地说道。

每一次新产品的设计过程,都

截至目前,英菲尼迪在全球拥有

绝对领先身位。

化于形。

设计为先 的英菲尼迪希望

出了英菲尼迪重要战略车型

此外,本次 设计之夜 同时展

全新

在 设计之夜 现场,英菲尼迪

设计美学的突破创新。

的突破和创新。

经典得到新生。

投产。

源自品牌与生俱来的挑战基因

美学 设计精髓的绽放。

今年北京车展前夕 ,2018 英菲尼

入洞察的雕塑感车身线条

中国青年报 中青在线

见习记者 张真齐

者带来一场视觉盛宴。

# 戴雷 :中国市场足够大 拜腾量产车明年 后发制人

中国青年报 中青在线记者 钟天骐

与往年车展前夕 攻占 媒体头条的 各种传统汽车巨头 品牌之夜 不同,在 本届北京车展上迎来 交卷时刻 的造车 新势力们最近不约而同地举办新车亮相、 上市发布活动。

4月16日,爱驰汽车发布首款车型 U5 ION并对外公布企业发展战略;4月 18日,奇点汽车宣布首款车型 iS6 在北京 车展发布;4月19日,新特首款电动汽车 DEV 1于北京首发;4月20日,威马汽 车首款车型EX5公布售价;4月20日,前 途汽车首家体验店落户北京三里屯;4月 20日,拜腾首款可驾驶概念车在北京举 行了中国首秀

在众多 新势力 的夹击下,拜腾还 是在4月20日将自己成功推上了头条。凭 借的除了其概念车的中国首秀,还有同 中国一汽签署了战略合作投资框架协 议。根据协议,一汽将作为战略投资者 参与拜腾 B 轮融资,双方未来将在产品 开发、生产、销售及服务等领域展开深入

一汽的投资,为此前融资规模并无显 著优势的拜腾注入了强大的底气。拜腾首 席执行官兼联合创始人毕福康在活动当天 表示,作为中国汽车工业的摇篮,一汽在 产品研发、生产制造、供应链管理等方面 拥有非常深厚的资源和经验, 本次与一 汽的全方位合作,将为拜腾的产品落地提 供有力支持。

中国首秀后的第二天,记者受邀参与 了拜腾首款概念车在北京举办的试乘活

首先看前脸。前车灯旁的 连接线 设计不仅是为了美观,而且可以与车主产

新能源战略快马加鞭

宝马 ACES 战略再落重子

生有 温度 的互动体验。工程师介绍, 当车主靠近时,连接线会亮起,同时会显 示车辆的电量情况。

车头两侧,在传统汽车后视镜的部 位,安装了两个摄像头。据了解,他们可 以将后方视线投射到车辆内部显示屏上。 工程师介绍,用摄像头取代后视镜是为了 车身侧面线条流畅。 不过按照相关法 规,在未来的量产车上还是会安装后视

提到侧面线条,拜腾概念车同样取消 了传统车门把手,而是以按键取代。同 时,在车辆 B 柱各有两组摄像头。当驾乘 者自然地面向B柱,三颗高敏感度摄像头 将会对其面部数据进行分析,实现开启车 门。车辆会根据不同的人脸识别抓取云端 数据,车内座椅角度及信息娱乐内容会随

进入车内,最惊艳的当属那块长 125cm、高25cm,面积高达49英寸的超 大全面共享屏。几年前,特斯拉横空出世 时,一块17英寸竖屏就曾让不少人惊 叹。 2017 年 拜 腾 公 布 首 款 车 型 BY-TON Concept 后,内部的那块1米多长 的全面屏就成为人们热议的焦点。

当时有质疑技术手段无法实现这样的 设想,甚至有人据此质疑拜腾是 PPT造

在试乘当天,工程师为记者展示了这 块大屏的手势控制功能。通过翻动、滑 动、抓取、拖拽、 ok 等常用手势,位 于主驾驶位的体验者能够将一部视频拖拽 给位于副驾的体验者,而位于副驾的体验 者也能够通过同样的方式将视频 拖拽 到后排共享屏当中。

此外,这块屏幕还可以实现物理操 控、语音识别、触摸控制、生物识别等多



拜腾联合创始人、总裁戴雷现场介绍工厂建设情况和产品生产进度。

资料图片

种交互方式。值得一提的是,前排摄像头 可以同时识别主驾和副驾两个人的手势, 后排两块小屏同样也带有摄像头,可完成 指纹、手势识别。全面屏可以根据环境光 照的变化来调整屏幕亮度,为驾乘者提供 最佳的视觉感受。

拜腾用户体验副总裁丛浩仁告诉记 者, 这些交互概念将有望搭载于拜腾首

据介绍,拜腾首款概念车除了是一辆 能够与人交互的智能汽车之外,还是一辆 纯电动汽车。据了解,量产车将提供两个 版本的电池和续航选择:后驱版本采用 71kwh 的电池组,续航为 400 公里;四驱 版本采用 95kwh 的电池组,续航可达 520 公里。在快充模式下,该车30分钟可充 满80%的电量。此外,拜腾也在积极探索 自动驾驶技术。拜腾的首款量产车将具备 L3级别的ADAS (高级驾驶辅助系统) 技

按照拜腾的规划,这次展示的概念车 中85%的设计将在量产车中得到保留。L3 级别的自动驾驶、49寸的全面屏幕会不 会使得拜腾量产车的价格过于昂贵?

面对记者的疑问,拜腾总裁兼联合创 始人戴雷表示,拜腾虽然是高端豪华品 牌,但一定要达到亲民的价格。

影响成本的因素中,供应商占据重 要位置。 戴雷表示,在跟供应商谈价格 时,尽管创业公司没有传统汽车巨头的优 势,但大多数供应商已经认可拜腾做的事 情。 供应商觉得我们是一个非常有竞争 力的公司,所以非常愿意合作。目前,我 们的供应链布局已经快完成了,和目标非 常接近。所以我们敢给大家承诺30万元

同在造车新势力阵营中的威马、蔚 来,产品都会在2018年内上市,而拜腾 的首款量产车上市时间是2019年第四季 度。对此,戴雷表示: 拜腾与这几家公

司定位不同,这个市场足够大,我们真 正的竞争对手是2000多万辆传统燃油

明年上市是最好的时间点,可以去 观察消费者对这些已经上市新品牌的态 度、反馈,我们可以充分学习和借鉴。 戴雷认为,未来汽车最核心的竞争是智能 化程度高低,真正把车辆变成智能终端的 企业将会胜出。

如今,除了面对众多造车新势力,传 统车企也在加速智能化转型。尽管已经获 得一汽集团的B轮融资,但作为创业公 司,拜腾依旧不敢放慢步伐。 我们必须 跑得比别人快,没有别的选择。 戴雷表 示, 销售模式方面,我们已经做了充足 的准备,下半年会有品牌体验店的发 布。 据他透露,未来拜腾还将基于同一 平台设计和生产轿车及MPV,预计在 2021年和2022年推向市场,目标市场包 括中国、美国和欧洲。

## 全新产品矩阵惊艳亮相 海马汽车强势登陆北京车展

近日,第十五届北京国际车展正式 开启。海马汽车以 创 鉴未来 为主 题,携旗下二代海马S5、SG00、福美 来 F5、新一代七座多功能家轿 VF00 等 8款新车和1.2TGDI、1.6TGDI、插电 混动模块等先进动力总成产品,惊艳亮 相北京车展,向公众展示了品类战略下 海马汽车的创新能力和科研成果。

董事长、总经理孙忠春表示,海马 汽车经过30年匠心创业,已经形成了 支撑可持续发展的积累沉淀与核心竞争 力。海马汽车通过持续创新和智能创 造,将绘就 品类战略、品牌发展、品 质海马 的新未来。未来几年,将加大 投入力度,加快产出速度,打造新产 品、新技术、新能力、新品质和新品

#### 聚焦战略成果显现 南北基地并驾齐驱

基于对市场趋势的把握和对消费者 需求的洞察,海马汽车正在通过品类战 略不断积蓄力量。郑州基地聚焦 强动 力 SUV ;海口基地聚焦轿车品类 家用多功能家轿。

在此基础上,海马汽车郑州基地陆 续推出了海马S5强动力版、2018款海 马S5、海马S5青春版(含定制版),在不 断丰富以 强动力 为特质的SUV矩阵 的同时,在细分品类市场赢得一席之 地。福美来 F7 的上市作为海口基地品 类聚焦战略迈出的第一步 获得专业机 构中国汽车工业协会的认证 七座多 功能家轿 开创者 成功卡位七座家轿 冷 年还将推出为年轻家庭客户打造的新一 代五座多功能家轿 福美来F5。

### 新品阵容强大 活力海马耀动展台

在本届车展上,海马汽车正式发布 了二代海马S5。作为海马汽车年轻化 转型下的一款力作,也是海马汽车首款





明确体现海马家族化设计元素的车型,二 代海马S5凭借大气硬朗的车身设计,收 获了不少年轻拥趸,引来大批 颜控粉。

发布会上,二代海马S5的主设计 师、来自意大利LD A的卢奇先生就全 新造型进行了全面解读。据卢奇介绍,二 代海马S5以 强健、运动、时尚、性 感 为设计原点,通过对车身线条的重新 构建,营造出强烈的视觉冲击,棱角分明 的前脸设计与分体式大灯富有力量感。侧 面U形腰线的最终汇聚点正好位于车头 的顶端,保证了车身侧面线条的俯冲视 觉,配合具有张力的前脸给人一种蓄势待 发的既视感 , 活力海马 的品牌基因一 览无余。

同台亮相的福美来 F5, 是海马汽车 基于30年合资品质传承,聚焦 多功能 家轿 的福美来家族重要车型。

此外,海马汽车战略转型后的首款产 品 SG00, 七座多功能家轿 福美来 F7 和新一代七座多功能家轿 VF00以及高能 效的纯电动SUV海马E5、福美来E7也亮 相北京车展。

### 技术为先 聚焦创新智造

新品的快速迭代升级,得益于海马汽 车近年在技术研发方面的不断积累。面对 全球汽车产业加速升级,科技进步,海马 汽车与全球著名研发机构AVL不断深入 合作,提升传动技术、混动技术、纯电动 力技术。本次车展发布会, AVL 集团皮 埃尔现场进行 PHEV 混动模块讲解。

这套混合动力系统按照国6排放标准

进行设计,将率先搭载在海马S5车型 上。在提升扭矩,降低油耗方面有着更 加出色的表现。使用液压回路将7DCT 和 P2 模块联合,更加紧凑的前驱横置 布置,为发动机舱预留了充分的位置来 搭载82kw的大功率电机。纯电续航里 程 80 公里,百公里油耗 5.4L。混合动 力下最大扭矩 350N·m, 百公里加速

7.8秒,极限速度达到200公里/小时。 纵观当下汽车行业, CASE 技术已 是大势所趋。海马汽车立于时下技术风 口,顺应行业电动化、智能化、网联 化、共享化的发展方向,与联想等行业 领先伙伴合作,推进大数据与人工智能 的深度融合。未来,还将以网联、人机 交互和自动驾驶为核心,打造智能网联 技术平台。具备 L2 自动驾驶级别的 SG00将于2019年投放市场。

基于强大的技术背书,海马汽车已 经厉兵秣马,蓄势待发。海马汽车将秉 承 一年商改,两年小改,三年换代 研发思路,加速完善产品布局。2019 年,插混产品、450kM 续航电动车投 放;2020年,深混产品、全新平台长 续航智能网联电动车投放;2022年, L3自动驾驶电动车投放。

通过本次北京车展,海马汽车展示 了其思路清晰、方向明确的发展之路。 以 品类,品牌,品质 的 三品 为 方略,以 品质海马 中国符号 为企 业愿景,海马汽车坚持转型升级和创新 发展, 创 造发展新动能。相信海马 汽车必定会在竞争日趋激烈的市场中占 领高地,鉴证海马新时代。

广告

英菲尼迪主席及全球总裁罗兰 克鲁格 介绍Q Inspiration概念车。 资料图片

### 全新BMW 5系插电式混合动力版。

中国青年报 中青在线

见习记者 程鸿鹤 电动化是全球汽车行业最重要的发 展趋势之一,宝马集团最早、也最坚定地 投身于这场变革,并且取得突出成果。尤 其在中国市场取得明显的先发优势。面向 未来,公司将继续进行强有力的投入,提升 我们的领先优势。 近日 在全新BMW 5 系插电式混合动力上市发布会现场,宝马 (中国)汽车贸易有限公司总裁刘智再次表 达了对宝马新能源战略的信心。

2017年的法兰克福车展前夕,宝马 集团董事长科鲁格透露了宝马在未来发展 的四大战略方向 ACES ,即自动化 (Automated)、互联化 (Connected)、电 动化 (Electrified) 和服务化 (Services)

在电动化方面,在2025年之前,宝 马计划在全球范围内推出25款新能源车 型,其中包含了12款纯电动车型,宝马 计划在电动车市场占有15%~25%的份 额。未来,宝马计划在所有品牌和细分市 场上为客户提供电动车型选择,持续领导 全球电动出行的发展。

在全新BMW 5系插电式混合动力 上市发布会上,宝马宣布在中国的新能 源攻势再次提速。据悉,在此前已经构 建的新能源生态系统基础上,宝马将启 动全面的 Mission i 攻势,从全新产品上 市、高档充电服务以及创新品牌体验三 个维度同时出击,再次加速在中国的电 动车业务发展。

据介绍,在产品方面,去年广州车展 首发的全新BMW 5系插电式混合动力正 式上市。全新BMW 5系插电式混合动力 搭载了BMW 最新的第三代 eDrive 技术, 集纯粹驾驶乐趣、智能能量管理、智能人 机交互、豪华驾乘感受及智能便捷充电服 务于一体。

该车型综合续航里程达到650公里, 其中纯电续航里程达61公里;百公里加 速6.9秒,百公里油耗仅为1.9升,在驾驶 性能和节能环保方面取得平衡;该车型不 仅具备与BMW 530 Li 领先型同样丰富 的产品配置,还增加智能触控钥匙、碰撞 防御辅助以及舒适型自适应空气悬架系统 作为标配。

华晨宝马汽车有限公司营销高级副总

裁高翔先生表示: 全新BMW 5系插电 式混合动力车型搭载了业内最先进的科技 装备,我们坚信这款车将为全国的精英人

士提供超值的电动驾驶乐趣。 值得一提的是,在目前全新BMW 5 系插电式混合动力上市后,宝马新能源 家族在中国涵盖了包括BMW i3、 BMW i8、全新BMW 5系插电式混合动 力、BMW X1插电式混合动力、BMW X5插电式混合动力以及BMW 7系插电 式混合动力在内的6个车系,涵盖了从 紧凑型轿车到大型豪华轿车,宝马已经 成为中国豪华新能源车市场上产品线最 丰富的品牌。

在公共充电服务领域,宝马宣布将联 手中国的公共充电服务合作伙伴,在今年 底之前进一步扩大即时充电TM公共服务 网络、将充电桩数量从6.5万个提升到8 万个,覆盖全国超过100个城市。

在业内人士看来,体验式营销一直是 宝马的强项。当日,首个针对电动车的 BMW Mission i品牌体验活动也正式启 动。据悉,该活动为期4个月,覆盖全国 超过20个城市近100家经销商。

通过这个创新平台,我们希望让更 多的消费者感受BMW 的电动出行和产品 体验的同时,继续强化我们的品牌与消费 者之间的情感纽带,为更多消费者打开电 动生活的大门。 高翔表示,客户可以在 BMW Mission i活动中,了解宝马集团 在自动驾驶、电动出行、智能互联及共享 服务四方面最新的前瞻科技,体验BMW 全系新能源车型带来的电动驾驶乐趣。

日前,宝马集团公布第一季度销售数 据,其中新能源车型在全球和中国市场均 取得大幅增长。全球宝马集团新能源车型 交付超过26858辆。在中国,宝马集团电 动车的销量在第一季度增长超过4倍,其 中新纯电动BMW i3 销量翻倍,BMW X1 插电式混合动力成为混合动力车型增 长的重要驱动力。

有分析认为,伴随着全新产品上市、 全新充电升级以及创新品牌体验平台的推 出,宝马集团在中国的新能源攻势将全面 提速。而作为宝马全球最大的单一市场, 宝马新能源产品未来在中国新能源市场的 表现将成为左右宝马 ACES 战略实现 的关键一步。