



全新 雷克萨斯 UX 300e 安全即是豪华

雷克萨斯旗下首款纯电动车——全新雷克萨斯纯电动 UX 300e 全球首发,它保留了 UX 智·混动车型上的匠心细节,独特内饰质感融入了平滑连接车内外视野的圆润概念。全新纯电动 UX 300e 的三重监控系统分别对总电压、电芯以及整个电池包进行监测,在低温和高温条件下均可正常运转。

而在 GA-C 平台低重心优势基础上,全新纯电动 UX 300e 的电动机和电池系统进一步降低了车身重心,优化了前后重量分布和惯性力矩;额外的支撑和减震器阻尼优化,进一步提升了 GA-C 平台的高性能表现,从而使全新纯电动 UX 300e 实现了动力、转向、悬架和制动系统的全面进化,无论是线性加速、减速亦或是转弯,都能保证平顺且稳定的车身姿态。

广汽 Acura CDX A-SPEC 概念版 为性能而生

CDX A-SPEC 概念版首次亮相,设计灵感均源自 Acura Precision Concept 概念车,以及传奇超跑 NSX,代表了 Acura 品牌最为前沿的设计理念。它为渴望驾驭激情者而生,在完美承袭 Acura 强大运动基因的同时,也融入了 A-SPEC 专属设计元素,极大地增加了外观的冲击力和运动感,赋予了 CDX 全新的生命力。从 RDX A-SPEC 概念版到 CDX A-SPEC 概念版,广汽 Acura 通过不断推出个性十足、充满 Acura 运动基因的产品,旨在与中国消费者建立更多维的情感共鸣,满足年轻一代精英群体对于个性和运动豪华的需求,实现对中国市场更深层次的开拓。



全新迈凯伦 GT

最优雅的美

新车遵循流畅优美、动感凌厉、大胆优雅三大设计理念,为长途旅行特别打造,集速度和奢华于一身。沿袭品牌全系车型秉承的设计原则,有效优化和引导车体周围气流,全新迈凯伦 GT 的车头特别采用别具匠心的锤头线和鲨鱼鼻设计,将这一原则以优雅的方式加以呈现。

2020 年款捷豹 XEL 内外兼修全面进化



作为新英伦豪华运动轿车家族中最年轻的一员,全新捷豹 XEL 以“内外兼修,全面进化”的革新理念驰骋而来,重新拓宽豪华运动轿车细分市场新边界。新车首次采用了“一车两款”的创新设计方式,推出运动系列和优雅系列两种车型,并计划于本月底以特别的方式正式上市。

全新捷豹 XEL 为满足现代都市青年“玩物立志”的生活需求而打造,为了更生动诠释这一市场传播主题,更将以首席战略合作伙伴的身份鼎力支持上海文广集团的沉浸式戏剧《秘密影院:007 大战皇家赌场》。

发现不止所见 广汽三菱新劲炫带你领略

电动化、智能化、网联化和共享化的智能网联汽车行业,正从“概念”走向应用落地,年轻消费群体的快速崛起,让汽车从移动出行的工具,变成消费者通往美好生活的载体与连接器。未来已经来临,只是尚未流行,在这个变革的时代,该如何抓住时代的脉搏呢?广汽三菱给出了自己的思考。

11月22日,广汽三菱携新劲炫等数款明星车型莅临广州车展,首次搭载车联网的新劲炫用全面革新的产品力彰显出广汽三菱“发现不止所见”的品牌内涵,一个“活力、运动、乐趣、分享”的广汽三菱,在2.2馆等你来挖掘。

“1314”最懂你 有趣有范有发现

“1314”因谐音“一生一世”,常常被当成一个表达“爱”的数字,深谙消费心理的广汽三菱新劲炫,用“1314”这么有爱的数字来阐述自己的“驾值”内涵。“1314”——10万级 SUV 优选、品质 3 大件、时尚内饰、10.1 英寸智能网联系统、4 大设计革新,这些核心卖点,让新劲炫成为了“入门级 SUV”的最优之选。

为何这么说?因为新劲炫是三菱汽车在中国市场上深度洞察消费者需求,将国际设计风范与本土化需求紧密融合而成。首先从四款车型的名字来看,1.6L 锋尚版、乐趣版和 2.0L 活力版、智领版,名字的精准定位,消费者一目了然。

更加硬朗的 Dynamic Shield 家族式前脸,在凌厉的前 LED 大灯和



矩阵式竖状布局设计的雾灯与转向灯映衬下,独具辨识度。18 英寸轮毂、熔岩橙定制色、“水平分体式”中控台、双色款座椅、可 6/4 分割的后排座椅靠背……每一项煞费苦心的变革设计,都是在为中国年轻消费者“量身定制”。

最值得一提的,是智能科技方面的领先性。新劲炫搭载 10.1 英寸高清大屏和“菱云悦享智联”系统,集人机交互、防盗追踪系统、道路救援系统、手机镜像互联等多项功能,开启汽车移动终端的非凡体验。

此外,动力方面新劲炫传承百年三菱的造车工艺,搭载的是三菱最新 4J 系 MIVEC 发动机,匹配 IN-VECS-III 无级变速器、专业 SUV 底盘,让驾驶者畅享驾驭乐趣自在驰

骋。此外,同级罕有的 7 安全气囊、RISE 抗冲撞安全强化车身、胎压监测系统等,新劲炫更是致力提高行车安全。

洞察需求并悄然而变,“趣发现”,这是新劲炫的“态度”。新车售价 9.98 万—13.98 万元,还配有最符合年轻人的购车方案,购车可尊享 3 年 0 息专属金融计划、最高 5000 元置换补贴以及 3 年 10 次免费常规保养,广汽三菱可是携带了满满诚意而来。

从“SUV 世家”到“SUV 生活家” 不一样的广汽三菱来了

无论是“1314”的产品卖点,还是别具匠心的名字,又或是各种“量身定制”,从新劲炫的这种变化,可以窥见广汽三菱对时代变革的思考和探索。

“积极拥抱变化,才能立于不败之地。广汽三菱正加速从整车制造企业向‘SUV 生活方式引领者’转型,致力成为消费者信赖的‘SUV 生活家’。”广汽三菱总经理葛城慎辅在广州车展新闻发布会上说道。

从“SUV 世家”到“SUV 生活家”,标志着广汽三菱由产品导向战略,向消费者价值战略的转型。今年,广汽三菱发布了“发现 不止所见”全新品牌口号,以及“活力、运动、乐趣、分享”全新品牌形象,并围绕这一品牌的全新变化,在 9 月份于新疆举办了发现“未历之境”2019 发现之旅。“历未历之境,赏未赏之景”,在欧蓝德、奕歌、劲炫等广汽三菱全车系专业产品的护航下,穿越峡谷、风蚀地貌、山地等复杂地形,发现壮丽风景后的人文、风俗等“不止所见”的精彩。

广汽三菱执行副总经理李曲明表示,“对广汽三菱来说,2019 年是‘发现之年’,在完善研发、制造和销售服务产业链体系的同时,我们也在品牌力方面寻求突破与提升。”为了全面展示这一全新的品牌形象和口号,除了这场发现之旅外,广汽三菱还与综艺节目《极限挑战》,以及益跑长沙、长沙马拉松等线下活动的跨界合作,不断夯实这一品牌内涵。

自 2012 年成立以来,广汽三菱的产销量一直以高于行业平均水平的速度持续攀升。从 2017 年到 2019 年,短短 2 年时间,广汽三菱实现从 30 万台到 50 万台的跨越,刷新了“广三速度”。而在时代变革之下,相信将在产品、市场、渠道及服务等企业运营的多个领域,将消费者价值战略全面落地的广汽三菱,将更加具有活力和创造力。

(付花)