

传承汉兰达的高级车基因

# 威兰达势如破竹

在汉兰达国内销量已经超过 90 万辆,牢牢占据中大型 SUV 榜首的“神车”光环下,威兰达作为“兰达系列”成员应运而生,并将加入到竞争极为激烈的中型 SUV 市场混战中。尽管用户定位和产品内涵上与汉兰达有所区别,但传承了汉兰达高级车基因的威兰达战斗力将如何,能否为广汽丰田明年的销量带来积极促进作用?暂时没有明确的答案,然而市场已经可以感受到一股势如破竹的威力蠢蠢欲动。

■新快报记者 陈铤

## 外观设计亦刚亦雅

### 高质感座舱把功能美学相结合

外观上看,采用“Adventure & Refined(冒险&精致)”设计理念的威兰达,既具备传统 SUV 的厚重与强悍,又具备了雷克萨斯的优雅精致,综合起来就是:“亦刚亦柔”。特别是车身线条使用“Cross Octagon(双八角形相扣)”设计手法,无论是俯视还是侧视,皆呈八角形,尽显时尚和力量感。

功能和美学相融合的设计理念,使威兰达座舱设计跟汉兰达有许多相似之处。坐进威兰达车厢,可以看到其水平“T”形中控台,相比汉兰达具有更多优美的线条。同时,威兰达多边形设计元素由外观延伸至车内,中控台大量的横向多边形设计,由上到下,层次感强,带来更宽敞的车内空间感。

空间设计上,威兰达的前后排头部空间宽裕无压迫感;后排座椅左右两边的臀点尽量拉宽,达到更大的横向调整

空间,纵向腿部空间也增加了 4.9cm。行李厢达到 580L 的超大容积,后排采用 4:6 分割可倒式设计,放倒后排座椅,可呈现平躺式的超大储物空间。值得一提的是,威兰达采用大尺寸全景电动天窗,开口率达 51%,优于同级竞品车型 43%-45%。此外,从配备脚踢式感应电子尾门,行李厢底部采用“双层双面可调盖板”以及遮阳板化妆镜加宽加大等,可以看出威兰达在细节上考虑得相当周到。

## 驾控突破传统 SUV 性能

作为一款中型 SUV 车型,架构平台尤为重要。威兰达基于丰田 TNGA 架构下的 GA-K 高端平台打造,其性能开发概念是“Confident & Natural(信心&自然)”,换句话说,相比一脚油门的加速快感,一脚刹车的制动性能,让驾驶者在任何场景下、任何路况下、任何操控下都有更加安心的感觉;



同时针对车主的每一个细微操控动作,都能给予更精准细腻的反馈。

据产品讲师介绍,威兰达的“信心与自然”来源于很重要的基石:全新的 TNGA-K 高端平台。它能使车型在基本的性能上得到强化,包括拥有最新的发动机、变速箱和四驱系统,这些整合在一起,是威兰达可以突破传统 SUV 性能的制胜法宝。其中,2.0L 发动机热效率达到 40%,综合工况油耗低至 5.7L/100km;2.5L 发动机达到了 41%,综合工况油耗低至 4.6L/100km。

与此同时,威兰达拥有三种四驱系统,在同级车型普遍使用 DTC 动态扭

矩控制四驱的基础上引入了全新四驱系统,通过对“发动机、变速箱、刹车控制、转向”等功能协调整合,进行综合控制,使车辆无论是加速还是减速过弯,都可以实现精准性、灵敏性和稳定性。

在安全方面,威兰达搭载了丰田最新的 Toyota Safety Sense 智行安全系统,实现准 L2 级自动驾驶,并且主要具备 PCS 预碰撞安全系统、DRCC 动态雷达巡航控制系统、LTA 车道循迹辅助系统、AHB 自动调节远光灯系统等功能,为安全的驾驶体验带来更多保障。

## 助攻领克品牌向上进军国际市场

# 领克 01 上市两年销量突破 14 万辆

新快报讯 记者

陈铤报道 日前,领克 01 迎来上市两周年;数据显示,领克 01 作为领克品牌和 CMA 基础模块架构的首款产品,自 2017 年 11 月底上市至今,销量已突破 14 万辆。而在领克 01 的助攻下,领克品牌不仅成为最快突破 20 万销量的高端汽车品牌,更是中国汽车高端化突围的领军力量。

记者获悉,从领克产品投放至今的两年间,领克品牌累计总销量达到 243685 辆。在领克 01 投放两周年之际,领克 APP 2.0 也于 11 月 28 日全新改版上线,它集领克精选、Co 客生态、多维用户评价、专属销售服务以及车联网体验于一身,目前已拥有注册用户 60 多万人,月活用户超 7.6 万人次,成为领克和用户沟通交流的重要纽带。

与此同时,产品方面也积极听取用户反馈,继今年上半年全新推出 2019 款领克 01,在功能、配置、版型、外观方面进行多项加推与升级外,在前不久才结束的 2019 年广州车展上,领克 01 HEV 作为中国品牌首款油电混动车型正式上市,与 01 燃油车、01 PHEV 车型共同构成了领克 01 全能家族,全面满足用户多元化的购车需求。

值得一提的是,领克 01 的持续热



销也支撑和推动了领克经销商网络、用户社群等的迅速发展。截至目前,领克经销商运营数已达 279 家,共覆盖超过 230 个城市;官方俱乐部 Co:Club 的粉丝数超过 100 万,各地“Co 客领地”车主社群数量 184 个,覆盖领克粉丝 133083 人,用户生态持续拓展。可以说,“领克速度”的背后,是广大用户思维的确切体现。

对领克品牌而言,领克 01 不仅是一个车型,更是领克品牌向上突破的基石。两年时间里,领克快速推出了“燃油+新能源”“SUV+轿车”的立体化产品布局,并推出了中国首款性能车领克 03+,全面出击中高端品牌市场。未来,领克还将基于全球领先的 CMA、SPA 等平台架构设计研发产品,实现从 A0 级到 D 级的全系覆盖,计划到 2020 年在中国推出 10 款全新产品,形成最新、最全面的产品布局,满足消费者的不同需求,并助力吉利汽车集团全球化战略。

# 沃尔沃全新 S60 正式上市

“北欧绅士”的安全之道

■新快报记者 张磊 文/图

长轴距中型车一直是高端品牌的必争之地,继 BBA 相关车型改款换代之后,沃尔沃也亮出了自己的王牌。12 月 12 日,沃尔沃全新 S60 在上海正式上市,7 款车型的售价区间为 28.69 万—46.19 万元。现场还推出了“体贴有爱”上市礼包,包含有全额购置税补贴、24 期免息等金融政策。

作为沃尔沃布局豪华中型车市场的重量级产品,外形层面全新 S60 的设计风格依旧彰显出典型的北欧血统。短前悬、四轮外扩、宽车身、极具立体雕塑感的车侧等设计的革新,使得整体车身年轻化的同时也具有很强的辨识度。车身尺寸方面,相对于上一代 S60L,全新 S60 车长增加 46mm,轴距增加 16mm,乘坐空间更为宽裕。中控台上方搭载了 12.3 英寸全液晶仪表盘与 9 英寸中控屏组合。

沃尔沃这位“北欧绅士”,向来在安全和关怀层面做到极致,全新 S60 也同样秉承了家族在安全和健康领域的优秀基因。全系标配 City Safety 城市安全系统、道路偏移预防和保护系统、LKA 车道保持辅助、DAC 疲劳警示系统等安全配置,体现了“入门即安全”的底气。另

外,在众多智能驾驶辅助和护航系统的加持下,用户的驾乘体验得到进一步优化。Pilot Assist 领航辅助系统结合 ACC 自适应巡航系统,能在 0-130 公里/小时的全速域中工作,主动控制加速、刹车,用户的安全得到进一步保障。

安全第一准则之上,沃尔沃则是被造车耽误的“健康大师”。无论是携手脊椎医生打造的人体工程学座椅,还是婴儿可接触级别的亲肤织物材料,全新 S60 的座舱都做到了对用户身体的加倍呵护。公开道路上 95% 的 PM2.5 过滤率也充分保障了驾乘者的呼吸健康。

从水土不服的蛇吞象,到成长为新中产消费的主力军,沃尔沃在华经历了全新的蜕变。近期数据显示,沃尔沃在中国市场表现稳步上升,1-11 月在华销量已达 138053 台,已经超过去年全年在华销量总和。全新 S60 是四年多来沃尔沃的第七款新车型,也是基于 SPA 可扩展模块架构的最新力作。

