



QQ 报料:599179009
总第 74 期

浙江车界

12 月号刊
2016.12.21 星期三

浙江日报报业集团
浙江法制报主办 国内统一刊号:CN33-0019

我们只做汽车新闻

版式设计 阳 阳
责任编辑 孙望楠

1

望楠随笔

从新车试驾 看东风标致的较真劲儿



每次参加完东风标致的深度试驾体验活动,除了肢体上有些许疲惫,内心里总是有一种满满的惬意和满足。众所周知,任何一个汽车品牌的一款新车型,在推向市场前,总有两大步骤要走:一是产品定价;二是品质测试。

这两大步骤决定着这款新车型未来的发展趋势和市场命运。

产品定价是厂家的事,我们姑且不论。

而品质测试,则是通过业内的行家里手、专业媒体及消费者代表的一系列亲身试驾体验活动,来体会,对比,分析,考察及鉴定,最后形成一定的口碑,向市场传播。

通俗点说,新车型就象一个新嫁娘,而新车型的试驾体验活动,就象新嫁娘初见公婆,一颦一笑,一举一动,都决定着她未来的社会口碑和家庭地位。

由此可见,新车型的试驾体验是名声攸关的大事情。

我做车多年,受邀参加过的多个汽车品牌的各类新车试驾体验活动,少说也有百把场以上,自认为也称得上是一个“久经新车试驾体验的沙场老将”了。

然而,尽管如此,自从今年连续参加了几场东风标致厂家举办的新车型深度试驾体验后,我还是忍不住要为东风标致厂家的认真负责点赞:只有这样的深度试驾体验,才能够真正称得上是物有所值,行之有效。

汽车厂家的新车试驾体验活动,是多年来已形成了一种惯例,既能造声势,又能听意见。

尽管试驾活动名目繁多,主题各异,但目的基本都是一个:通过这些试驾体验者之口,为这款即将上市售卖的新车型赢得一个好口碑,铺垫出一个好市场。

再深度一点,就是通过这些行家里手、专业媒体及消费者代表的深度试驾体验,及时收集反馈意见,扬长避短予以改进,使上市的新车型更适合市场,更贴近消费。

然而,令人遗憾的是,就是这么一个事关新车销量及前景的重要环节,在不少品牌厂商及公关公司眼里,却成了一种可有可无的过场摆设。要么摆摆花架子,要么敷衍了事。很少有几个汽车品牌能像东风标致品牌这样,真正把新车试驾体验活动,当做一个让业内行家、媒体专业人士及消费者代表体验、品味、考察新车型产品品质,认真收集分析意见建议,改进新车薄弱环节,满足社会用车需求的重要环节来抓。

远的我就不说了。就以最近半年来,我参加过的东风标致 308 轿车及东风标致 4008 SUV 这两款车的深度试驾体验活动为例,从头至尾,无一不贯穿渗透着东风标致品牌厂家认认真真造车,规规矩矩办事,踏踏实实营销的较真劲儿。

“不入俗套,力求创新”是东风标致品牌选择试驾体验场地的一大特色。

东风标致将新一代 308 的深度试驾体验地点,选择在了平时鲜有汽车品牌厂家举办汽车活动的湖南长沙,

试驾线路则是选择了一马平川,车辆稀少,十分适合轿车试驾体验的平原公路。

而东风标致 4008 的深度试驾体验,则选择远在西南边陲的丽江举办。高原特有的崇山峻岭,盘山公路及白雪皑皑的玉龙雪山下,苍茫无际的天然越野场地,正好成了 4008 尽情撒欢的理想场所。

全新的景点,全新的试驾路线,新一代 308 和东风标致 4008 结合适合各自车型所营造出来的全新的驾驭感受,确实在给所有参与者带来了一种耳目一新,欲罢不能的试驾体验之感的同时,也给所有参与者增加了一种难以忘怀,回味无穷的人生经历。

“突出重点,淋漓尽致”则是东风标致品牌确定试驾体验内容的又一大特色。

凡是跑汽车线的媒体同行几乎都有一个共识,近年来,东风标致品牌不仅新车频出,营销活动也十分频繁。是众多合资品牌中屈指可数的“勤奋+勤快”的汽车品牌。

活动多,地点、内容却从不重复。这就是东风标致品牌每次新车试驾体验活动,都能够吸引全国众多媒体踊跃参与的一个公开的秘密。

新一代 308 轿车试驾是在湖南长沙。

清晨,30 多辆崭新的新一代 308 轿车列队由长沙往韶山进发。约 50 公里路程,也算是让来自全国的媒体试驾体验者熟悉一下路况和车辆性能。车到韶山景区,约中午 11 点钟,半个小时左右的自由拍摄,接下来便是早就准备好了的丰盛午餐。餐后,便是媒体自由组合,完全放手的自由试驾,深度体验。主办方要求只有一个:便是傍晚前安抵回长沙还车即可。

和我同驾一辆车体验的是杭州一家纸媒的资深同行。我们先去了韶山冲毛泽东的故居,随后便折回往长沙一路返程。50 多公里的坦途,我俩开着新一代 308,边测试探讨着新车的各项性能,边浏览欣赏着沿途的美景,海阔天空相谈甚欢。

到下午 3 点多回到长沙,我俩对新一代 308 的外观,内饰,操控,动力及油耗等多项性能,已是了然在心。

仅仅相隔数月,今年深秋季节,我和这位杭州媒体的资深同行再次相逢在景色旖旎的西南边陲云南丽江,参加东风标致 4008 的深度试驾体验。

4008 是东风标致的一款重点车型,外型时尚美艳,人见人爱。

那天,我们驾车由丽江前往香格里拉,一辆斯巴鲁正好切入我们车队之间。两辆车的尾部并列呈现在我们的车前。怎么看,4008 那婀娜动人的尾部造型,都要比斯巴鲁那呆板僵硬的尾部造型颜值要高得多。

因为 4008 是 SUV,所以,东风标致 4008 的试驾线路也就曲折复杂,试驾内容也更丰富诱人。

我们先是列队热身,试驾的线路是丽江到香格里拉

的 60 多公里各种路况。沿途包括城市道路,城郊公路,盘山公路等等。然后由媒体自由组合驾车回来。

值得一提的是那天下午的场地越野试驾,那才是真正的越野试驾。

玉龙雪山下一望无际的打靶场上,提前半个月就已到达的工作人员硬是在一片野草没过膝盖,荆棘丛生、乱石成堆的戈壁滩上,垒起了一座小土山,挖出了一条小河沟,构筑出了一个特别的试驾场。

我驾驶着 4008,紧踩油门,奋勇向前;下河趟水,上山爬坡,荒原上尽情撒欢。颇有点一车在手,无拘无束,淋漓尽致味的味道。

还有一个有惊却无险的小插曲。当我们驾车去往越野场地时,由于地方实在太,远远看见了越野场地,却来回寻找不到入口之处。不料,却误打误撞进入了一片野生动物的圈养基地,看见成群结队的似鹿非鹿的长角动物和一大群灰白的藏獒在丛林中活蹦乱跳时,我们才吓得赶紧反锁车门,急速倒退了出来。

在离玉龙雪山咫尺之遥的茫茫戈壁滩上,在一望无际的天然打靶场上,沐着灼热艳丽的骄阳,迎着凛冽寒冷的凉风,已在野外整整工作了近半个月的一个北京姑娘坦率相告:你们已是第 5 批 4008 的试驾了。前面已经有 200 多人已经试驾过了。你们试驾完了,我们也该打道回府了。

我闻言默然。

是啊,为了一款新车的深度试驾体验,也为了一款新车能有一个真正客观、公正的评价和传播,有多少人为此在默默地操劳着,工作着?

就新车试驾体验而言,认真安排落实与敷衍了事过场,对于厂家及操作公司来说,无论从财力、精力及人力等诸多方面来说,都要相差很多很多。当然,试驾体验及品质测试的最终效果也大不相同。

为此事,我曾当面请教过东风标致市场部区域营销负责人李南鸿,他坦然一笑:我们对自己的产品品质很自信,所以才敢放手让大家尽情地去试驾,深度地去体验。有实力,无所惧嘛。

据我所知,东风标致品牌的新车试驾体验活动,一般都要安排 2-3 天时间,试驾的路程一般都在 100 公里以上,试驾体验的线路则是根据车型不同而有所侧重。

充裕的试驾时间,自由的试驾空间,不仅让众多试驾者能够深度地测试体验和掌握新车的各项性能,而且能中肯地提出自己的见解和建议,以供厂家参考、跟进及改善,使上市后的新车能够更加贴近消费,更加贴近市场。

东风标致是一个“勤奋+勤快”的汽车品牌,也是一个办事认真负责的品牌。据悉,为了深耕细分市场,开拓营销渠道,仅今年以来,东风标致就已在全国各地举行各类营销活动 100 多场。而东风标致总经理李海港,因为经常在全国各地的营销一线上露面,所以被众多媒体同行亲切地戏称为“最能说上话的车企老总”。

辛勤的精耕细作,势必换来丰收的更大喜悦。今年以来,紧随新一代 308 轿车在全国的热销浪潮,东风标致 408 也是销量大增,近来月销量已超越 308 的万台大关,达到了 1 万 2 千多台。而 4008 也是行情上涨,销量逐月上扬。

一个工作“勤奋+勤快”、办事认真负责的汽车品牌,一个连新车试驾体验都不肯得过且过走过场,力求完美又完善的汽车品牌,难道离成功的日子,还会遥远吗?





掀开浙江市场发展新篇章

浙江首家 S 级旗舰店浙江豪众敞门迎客



■ 家满

12月3日,浙江首家S级旗舰店——浙江豪众吉利S级旗舰店开业庆典在“中华文明之光”的发源地——杭州良渚隆重举行。作为斥资千万以豪华汽车品牌标准打造的吉利汽车3.0时代全新示范店,此次浙江豪众S级旗舰店的开业展示了经销商对吉利汽车良好发展前景的信心,并将掀开吉利汽车在浙江市场发展的新篇章。据了解,此次开业的浙江豪众吉利4S店位于杭州市余杭区良运路129号,面积逾8000多平米,斥资逾1500万,是杭州地区首家以豪华汽车品牌高标准规划、高起点建设打造的吉利汽车3.0时代全新示范店,集汽车整车销售、零配件服务、售后服务、信息反馈、汽车金融信贷、汽车装潢装饰等功能于一体,可为用户提供全方位的汽车服务。新店在店面建设标准化、销售服务规范化等方面又上了一个新台阶,将成为浙江最大的吉利汽车体验中心,力争为家门口的用户提供最好的消费体验,也意味着浙江的用户在购买和拥有吉利汽车

的全程,都可享受到更加愉悦、周到的服务体验。

2016年是吉利汽车精品车战略发展的关键之年,凭借着博瑞、博越、帝豪GS、帝豪GL等3.0代精品车的热销,吉利汽车步入了跨越式发展的全新阶段,并实现了轿车与SUV齐头并进的良好格局。今年1~10月,吉利汽车总销量达到了55.52万辆,同比增长37%,增速远远高于行业平均水平,并将超额完成今年70万辆的销量目标。

作为一家本土品牌,吉利汽车在家门口同样取得了良好的口碑和不俗的业绩,1~11月份在浙江市场销量超过5.2万辆,同比增长达117%,细分市场排名第一。尤其是杭州,在限购的情况下,今年1~11月份销量超1.2万辆,同比增长超126%,充分展示出了吉利汽车在一线市场的强劲增长势头。值得一提的是,精品车战略不仅使吉利汽车的产品力有了飞跃式的进步,同时也让整个供应商体系和经销商投资者信心倍增。

豪帝汽车集团董事长姜晗俊说:“吉利这两年推出的博瑞、博越、帝豪GS、帝豪GL等3.0代精品很有市场

号召力,作为吉利的老经销商,我对吉利未来产品和企业发展充满信心,近年来,我们豪帝集团在省内已有6家全新标准展厅,致力于为消费者提供更便捷更好的购车体验和服务,浙江豪众是我们斥资千万打造的S级新店,从10月底试营业以来,短短一个月销量已经突破100辆,销售情况远超预期,让我们对后续的经营信心倍增。”吉利汽车销售公司副总经理陈晔先生表示:“得益于产品的适销对路,从去年开始,吉利汽车众多经销商加大投资力度,提升硬件设施,改善服务水平,谋划更大发展空间。今年前10个月,共有135家经销商加盟,仅浙江省今年就新增13家4S店。另外,全国还将有一批S级经销商开始运营,这些代表吉利目前最高标准的4S店,在建店位置、服务硬件等方面都对标合资品牌,力求为客户提供更极致的服务。

浙江豪众S级旗舰店的开业不仅将掀开吉利汽车在浙江地区发展新篇章,也是吉利汽车全力提升渠道软硬件实力,构建年销百万辆营销体系的缩影。”



浙江豪众 S 级旗舰店

杭州良运街 129 号

0571-28996655



中型 SUV KX7 盛装首秀

东风悦达起亚最强阵容亮相广州车展



■ 金婕 廖丽香

在 11 月份举行的 2016 年第十四届中国广州国际车展上,东风悦达起亚联合起亚汽车(中国)携 19 款车型精彩亮相,不仅东风悦达起亚首款中型 SUV KX7 带来全球首秀,新近上市的新一代 K2 也魅力登场,强大阵容备受各方瞩目。

这次车展,东风悦达起亚和起亚汽车展馆面积近 2000 平方米,展台沿用起亚全球统一的家族“虎啸式”3D 立体空间设计风格,体现出强烈的品牌张力。主舞台上,东风悦达起亚新一代 K2 和 KX7 交相辉映。其中,“越·享新生”新一代 K2 在延续 K2 产品 DNA 的基础上,以更加犀利新锐的外观设计,以及丰富智能配置和充满激情的操控性,引领细分市场新标杆。而 KX7 作为东风悦达起亚征战中大型 SUV 市场的旗舰之作,旨在通过外观、空间、安全、配置以及动力方面的领先实力,满足都市家庭多元化的用车需求。

此外,东风悦达起亚新 K3、K4、K5、K5 混动版等 K 系精品车型,以及 KX5、新 KX3、新智跑等 SUV 车型,与进口起亚 K9、NIRO、2017 款霸锐、全新索兰托 L、全新嘉华、佳乐等丰富产品也亮相本次车展。同时,凭借自主研发的 1.6T 发动机取得 CTCC 中国房车锦标赛超级杯 1.6T 组年度厂商杯冠军的东风悦达起亚新 K3 赛车展示,以及新 KX3《英雄联盟》展区、KX5 X-CAR 展区的展示,也全情呈现了企业的领先实力和品牌魅力。

新一代 K2 越级来袭

随着中国汽车消费群年轻化趋势的演变,以“第一辆车的新标杆”为产品定位的新一代 K2,将目光瞄准蓬勃进取的青年精英,旨在通过全面升级的驾驭体验,为他们奉上“人生的第一辆座驾”,创造充满惊喜的汽车生活。新一代 K2 继承发扬了“DESIGN KIA”的设计理念,通过更犀利的大灯及革新的虎啸式前脸,配合流畅腰线和一体式尾灯,打造出时尚动感的新锐外观,为车主引领生活潮流;科技上,新一代 K2 增加了车载互联系统、倒车影像、后备厢智能开启、静态转弯辅助灯和后排空调出风口等媲美中高级车型的智能科技,让驾驭更显品质。在空间舒适性上,新一代 K2 通过 6 速变速箱和 NVH 静音功能,营造平顺静谧的驾驶感受,辅以同级别

超长轴距带来的舒适空间,进一步激发驾驶乐趣,赋予车主身心满足的愉悦驾乘之旅。新一代 K2 以全面越级的产品力表现,完美诠释“越·享新生”的产品内涵。

KX7 尽展旗舰风采

东风悦达起亚即将于明年初上市的旗舰 SUV 作品 KX7 也盛装亮相本次车展,向观众盛情展现了东风悦达起亚敢为人先的设计理念及行业领先的技术实力。世界顶级汽车设计师彼得·希瑞尔准确洞察中国都市高端人群对不凡格调、极致品味的追求,以大气的前脸及简约的车身线条,呈现 KX7 的精英质感。KX7 车身尺寸领先同级,并具有 7 座版本,全情契合都市家庭的多元化用车需求。配置方面,KX7 汇聚多种尖端配置,全力打造出行至尊体验。安全性能方面,KX7 装载了完备、领先的主



被动安全配置,全力打造安心随行的汽车出行体验。KX7 将提供 2.0L、2.4L 及 2.0T 三款发动机车型,在释放强劲动力的同时还可实现高效燃油性,实现动力与节能环保的完美统一。

全力以赴 精彩未来可期

2016 年,东风悦达起亚在“革新经营 驱动未来”经营方针指导下,推出了 KX5、新 K3、K5 混动版、2016 款智跑、2017 款 K4、新 KX3、新一代 K2 等一系列满足顾客需求、具有差异化和极强市场竞争力的新车型。同时,继续坚持以顾客为中心,通过提升顾客购车、用车体验和满意度,塑造了深受中国消费者信赖的品牌形象。企业在 2016 年中国汽车行业用户满意度测评(CACSI)中取得了售后服务满意度合资品牌并列第二,销售服务满意度合资品牌并列第三的好成绩;在 J.D. Power 2016 年中国售后服务满意度研究(CSI)和中国新车质量研究 SM(IQS)中均位居主流车市场第四,旗下多款车型在细分市场也名列前茅。

今年,东风悦达起亚多元化营销领域同样精彩纷呈。体育营销方面,不仅围绕欧洲杯等体育赛事开展了一系列主题活动,还成功夺得 2016 年 CTCC 中国房车锦标赛超级杯 1.6T 组年度厂商杯冠军奖杯;文化营销方面,KX5 借力好莱坞大片《X 战警:天启》开展诸多精彩营销活动,新 KX3 携手全球顶级游戏《英雄联盟》2016 年全球总决赛及全明星赛打造全新营销体验,还成功植入热播电视剧《女不强大天不容》,让更多消费者感受到东风悦达起亚品牌的迷人魅力。接下来,新一代 K2 还将与凤凰网携手打造“2016 凰家嗨玩节”,青春魅力燃爆京城。

除此之外,作为负责任的企业公民,东风悦达起亚今年继续开展希望小学和“起亚家园”房屋援建等社会公益活动,并为“6.23 阜宁风灾”受灾地区捐款 300 万元,积极履行企业社会责任,回馈广大消费者的支持和关爱。

向着 68 万辆的全年销量目标发起冲刺,为构建百万产销体系的发展目标而全力以赴,东风悦达起亚在企业发展的征途上昂扬前行。前路虽曲折,未来犹可期。革新产品,完善服务,提升品牌,东风悦达起亚将与中国消费者携手并进,共创更加精彩的汽车生活。

品质直追合资

试驾吉利博瑞有感



■ 任民

溢美之词无意多写,因为早已铺天盖地。直接说结论:通过一整天的试驾体验后,吉利博瑞是一款能够让所有媒体挺起腰杆向亲朋好友推荐的中国品牌轿车。

外观:细节处理充满中国元素

吉利博瑞最早与我们见面要追溯到 2013 年的上海车展,当时它被称为帝豪 KC 概念车。2014 年 9 月,吉利发布了旗下全新中型车 GC9 的官方预告图,直至近日吉利将这款车命名为博瑞。

本次试驾,我们终于亲眼见到了这辆有着“最美吉利”之称的新车。总体而言,吉利博瑞成功地营造出了时尚而又不失大气的外观风格,在整个试驾体验过程中,不断有路人驻足观望这款车,并惊诧于它中国品牌的身份。

吉利博瑞的中网采用了“涟漪”状的设计,这与沃尔沃天地概念车如出一辙,据了解,这样的设计风格在未来还将成为吉利汽车的家族式设计语言。

在前格栅、下格栅处,还能够看到类似“祥云”字符的充满中国传统文化的设计元素。仔细观察,不仅外观,车内的音响、空调出风口调节钮以及空气净化系统的外壳上,都统一采用了这样充满“中国风”的设计元素,从中能够明显地感受到吉利对车辆细节的处理确实花费了一些心思。

前大灯采用了氙气大灯,并配备了远近光一体的透镜。一条反“S”形的 LED 日间行车带斜穿灯组,点亮后的视觉效果不错。

中网的吉利全新蓝黑 Logo 上方是全景倒车影像的前摄像头,车头还配备了 4 颗雷达,用来配合其自动泊车系统。

车身的侧面线条十分流畅,采用掀背式的设计,顶部线条自 B 柱后开始向下倾斜,勾勒出博瑞性感的尾部。不过这样的造型仅仅限于外观,行李厢依然是传统的开启方式,并未能做到真正的掀背。

博瑞的尾喉采用双边双出的形式,并配合镀铬装饰,塑造出了一定的运动感。下包围上同样出现了“祥云”回纹,上窄下宽的尾部造型看上去敦实沉稳,依稀保留着沃尔沃老款车型的影子。尾灯尺寸较小,采用反“C”形设计,转向灯位于制动灯内,夜晚的辨识度较高。

试驾的车型采用的是“叉状”双五辐轮毂,轮胎则是米其林 Primacy 3ST 浩悦轮胎,规格为 245/45 R18。

内饰:第一眼惊艳 细看有待提高

来到试驾目的地宁波,从机场到酒店的途中,担任通勤车辆的正是博瑞。因此我最先体验的也是车辆的后排。实话实说,刚刚进入博瑞,我十分吃惊。

最先跃入眼帘的是厚实的副驾驶席座椅,真皮材质包覆,在椅背上还安装有仿木纹的装饰条。继续观察,老板键、脚垫以及右后座椅电动调节依次出现。在后排,特

别是右边的座位,博瑞营造出了超过中型车的豪华感。

厚实的门板、精细的扶手布局和讲究的真皮用料,甚至营造出了入门级豪华车的氛围。不夸张地说,在同价位的竞争对手当中,博瑞堪称“右后座椅”的王者。

车内还有一大亮点就是良好的静谧性和音响效果。博瑞采用的音响供应商是美国的 Infinity (燕飞利仕)音响,据闻其在美国是音响销量前三的品牌之一,与 JBL 同属哈曼音响集团,但是定位更高。在实际乘坐体验当中,这套音响系统给我留下了非常好的听觉体验。

吉利博瑞的中控台设计得简洁大气,各个功能区域间的层次分明。中控面板、顶部均采用了软性材质包裹,用料十分讲究。但是这里不得不说的是,在一些接缝的处理上,和一些材质的边缘,吉利依然存在宽窄不一、甚至有细微的毛刺现象的情况。但是整体而言,吉利博瑞的内饰已经完全达到了同级别中型车的水准,相比以往吉利的产品,进步幅度更是令人吃惊。

仪表盘的设计美观大方、行车电脑的显示信息也很丰富。不过这里要吐槽的是,控制行车电脑显示信息的操作并不十分方便,需要长按 Mode 键 2 至 3 秒后,再利用下方的方向键进行控制。在实际体验过程中,我是找了一段时间后,才领悟到如何操作。而这种长按再操作的方式,在行驶过程中,也并不十分方便。

吉利的三辐式多功能方向盘采用时下流行的 D 字形平底设计,握感稍显纤细,不过值得称赞的是采用了电动四向调节,这在同级别当中同样并不多见。

吉利博瑞在安全配置方面也很丰富,并线辅助、车道偏离预警、车辆碰撞预警、自适应巡航以及类似沃尔沃的城市安全系统 (博瑞使用的这套系统在 30km/h 才可激活)等等一应俱全,在中国品牌车型中极为少见,值得表扬!

此外,大面积的全景天窗、前排座椅加热、自动泊车系统、电动后视镜折叠等舒适性配置也一应俱全。

8 英寸中控触摸彩色屏幕分辨率不错,看着非常清晰。博瑞搭载的这套名为“G-center”的多媒体娱乐系统由哈曼公司开发而来,除了支持屏幕上的触摸操作外,多功能方向盘、挡把后方的多功能按键以及屏幕下方的物理按键都能对其进行操作,功能性和易用性表现不错。

吉利博瑞的车身尺寸长、宽、高分别为:4956mm×1861mm×1513mm,轴距为 2850mm,在中型车当中并不算小。身高 177cm,体型偏瘦的体验者坐在车内,具有良好的乘坐空间。但是对于记者这样,身高 183cm,体型较为魁梧的体验者来说,空间依然有些局促。

究其原因我认为有三点,第一,出于对车身强度和静谧性的考虑,车辆的门板较厚;第二,中央通道的功能性按键较多,使中央通道过宽,压缩了空间;第三,掀背的造型从 B 柱开始向下滑动,削减了后排头部空间。当然,鱼与熊掌不可兼得,厂商必须做出取舍,总体而言,博瑞的空间令人满意。

感受:悬架柔韧 驾乘感受舒适

本次试驾主要体验的是搭载 1.8T 涡轮增压发动机

的车型。最大功率 163 马力 /5500rpm,峰值扭矩 250 牛米 /1500~4500rpm。从账面数据看,最大功率并不抢眼,但峰值扭矩的平台非常宽泛,这意味着这加速时的平顺性。

此外博瑞还配备了一台 3.5L V6 自然吸气发动机,最大功率 245 马力,峰值扭矩 326 牛米 /4700rpm,中国品牌当中,搭载如此大排量的发动机十分少见。而在变速箱方面,两款车型都搭载了 6 速手自一体变速器。

在实际驾驶过程当中,由于较为宽泛的扭矩平台,这台 1.8 升涡轮增压发动机动力输出相当平顺,难以察觉到它的涡轮爆发介入点,显然对于一台舒适性取向的中型车来说,这种动力调校还是相当合理的。

所谓鱼与熊掌不可兼得,如果你想要在它身上寻找到运动性,那只能说是服务范围之外了。虽然博瑞提供了普通 / 运动以及经济三种驾驶模式,但即便打开运动模式后,油门响应也不会变得多么敏感,区别仅仅变速箱升挡时的转速会延后一些罢了。而在经济模式下,油门踏板响应则会有明显的迟滞,虽然对于节油有着一定帮助,但过于拖沓的动力响应对于日常驾驶来说会加重负担,因此我并不建议打开。



博瑞采用了前双叉臂、后多连杆式独立悬架,这在前驱中型车中其实并不多见,毕竟相比结构简单又经济实惠的麦佛逊式独立悬架,双叉臂悬架的成本更高。不过这也从一个方面证明了吉利确实很厚道。

在实际驾驶过程当中,这套悬架系统的调校明显偏向舒适性。这次并非笔下留情,而是真的蛮舒适的。宁波的路段并不平整,行驶在乡间小路上,常常会出现莫名其妙的大幅度的点播,这使车辆的弹跳十分明显,但是这套悬架系统对冲击的抑制还是不错的,弹簧在第一次起伏摆动后就结束了弹跳,对冲击的吸收十分到位。

底盘整体表现十分扎实,厚重感十足,以往中国品牌都那种松松垮垮的底盘感觉丝毫没有在博瑞上找到,整体的舒适性和行驶时的质感都令人欣喜。

不过不得不说的是,为了舒适性,悬架的支撑依然偏软,在弯道和以较快的速度变换车道时,车身重心的摆动依然明显,并不能够给驾驶者充足的自信。不过这样的要求多少是有些过高了,同样的情况即便是在同级别中的合资产品中,也很常见。毕竟主攻舒适就不得不牺牲运动性能。

总结:吉利博瑞将自己的直接竞争对手锁定在了索纳塔 8、K5 以及迈锐宝这些产品上。单从产品的角度上看,我认为相比上述这些竞争对手,吉利博瑞具有一定的竞争优势。

漂亮的外观、用料充足的内饰、丰富的配置和不错的行驶质感都给人留下了深刻的印象,能够感受到吉利在这款车上花费的心血。唯一影响博瑞销量就应该是价格了,此前公布售价的礼宾限量版 1.8T 尊享型指导价为 17.88 万元,相信实际配置的 1.8T 车型也不会与之相差太多。一台中型车,有着如此丰富的配置,并且在做工、调校等方面也都做得十分到位,这个价位还是非常合理的。