

广汽本田抢鲜“主动安全” 国内首次行人碰撞试验结果揭晓

8月23日,广汽本田行人保护碰撞试验在天津中国汽车技术研究中心举行,这是国内进行的首次行人碰撞试验。本次的碰撞用车选取了第八代雅阁2.4LX车型。并且引进了本田第三代行人碰撞假人PLOAR-III,这是2008年研发的PLOAR III在全球范围内接受的首次公开碰撞。

经试验后测定,碰撞的实际车速为40.2Km/h,碰撞位置偏移量是4mm,符合试验预期。数据显示碰撞中头部伤害值(HIC)是235,小于基准值1000的1/4;衡量腿部骨折状况的弯曲力矩是236Nm,衡量韧带受损程度的韧带负荷为2.55kN,均达到了预期效果。

本田技术专家表示,这说明碰撞过程中发动机罩和保险杠等部位充分吸收了碰撞的能量,降低了伤

害的可能性。

据《中华人民共和国道路交通事故统计年报(2007年度)》数据显示,2007年行人因交通意外死亡的人数为21106人,占全部交通死亡人数的25.85%,行人交通事故受伤人数为70838人,占全部交通受伤人数的18.62%。加强对行人保护技术的研究、加快相关强制性法规的制定已经迫在眉睫。

广汽本田相关负责人表示,“我们希望不仅只提高对驾乘人员的保护,更应该考虑到对行人进行最大限度的保护。”此次试验除了完成数据的记录分析,更重要的是通过行人保护碰撞试验,“告诉大家对于车辆安全性的正确看法,呼吁汽车行业乃至整个社会重视行人保护。”

业内专家对广汽本田的企业安

长城MPV 进入“变频”时代

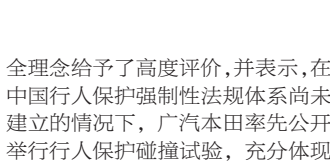
随着发改委有关国内成品油定价机制操作细则的出台,国内成品油价格上调,广大中小企业主开始犹豫:究竟什么样的MPV才能更适应中小企业主的需求呢?行业专家面向这个消费群体给出建议:就现状分析,MPV市场很有可能就此进入“变频时代”,长城嘉誉09款等拥有先进发动机技术的产品有望成为首选。

稍有汽车知识的都知道,影响汽油发动机工作效率的两个重要原因一是配气、二是供油。如今主流汽车厂商大致分为三派:一是以日韩车为主导的VVT-i、VTEC、VVT等技术,只是叫法不同罢了,但基本原理都是通过改

变进气量以及气门的升程来优化燃料的消耗与动力的输出。气门的调节原理就和家电通过改变频率来适应工作状况一样。

据了解,刚刚上市的长城嘉誉09款,匹配三菱MIVEC发动机。该引擎特点是正时与气门扬程双项可调,目前已在三菱LANCER、欧蓝德、戈蓝等高级车型装配。它通过发动机的进气口采用“MIVEC”连续可变型气门正时机构,ECU(电控单元)控制凸轮的切换改变气门的正时和扬程,使发动机在整个转速范围内都可以提供额外充足的动力和扭矩,并大大降低燃油和排污,达到欧IV排放。

■记者 樊超



试验——碰撞瞬间

全理念给予了高度评价,并表示,在中国行人保护强制性法规体系尚未建立的情况下,广汽本田率先公开举行行人保护碰撞试验,充分体现

了其对产品安全技术的信心,同时也将推动我国汽车行业行人保护技术的发展和相关法规的建立。

■记者 马艺芳

22.98-28.28万元 广汽本田新奥德赛上市

8月21日,广汽本田正式公布了全新一代奥德赛的指导价格,首批共推出三款车型,其中:舒适型售价22.98万元,豪华型25.68万元,领秀型28.28万元。目前湖南广汽本田16家经销商已开始接受预定,并将于9月6日在各地4S店统一上市。

据介绍,奥德赛自2002年进入

中国市场以来,历经两代“进化”,成为中国MPV市场的领先者,累计销量突破20万辆。而新奥德赛在延续上一代品质的基础上,注入了更多轿车化的元素,不仅进一步巩固其在MPV市场的领先优势,还将目标瞄准了市场容量更大、发展潜力广阔的B级轿车市场。■记者 马艺芳

东南V3菱悦风采版上市

东南汽车日前正式宣布V3菱悦风采版超值上市,加速紧凑型轿车市场更新换代的同时,再次引爆市场消费热情。V3菱悦风采版在原热销车型旗舰型的基础上新增了三菱全新全铝4A91 MIVEC发动机、单键触控式电动天窗、风采特饰内外装、个性双色桶型座椅等超值配置,而售价仅为7.58

万元。

据统计显示,V3菱悦自去年上市以来凭借其5.98万元-7.08万元的价格优势成为小排量轿车市场的佼佼者,而V3菱悦风采版自8月1日接受预订以来,将V3菱悦全系列热销局面推向一个新的高潮,全车系订单直线飙升,全月预计销量突破6000台。 ■记者 樊超

永通、申湘确定参与 步行街汽车生活 广场即将开业

记者日前从长沙嘉颖文化传播有限公司了解到,由该公司独立开发的步行街汽车生活广场项目已经进入场地施工阶段,预计今年9月中下旬可正式向市民开放。而倍受业内人士关注的场地招商情况日前也取得了新的阶段性进展,省内汽车界两大领军集团——永通汽车和申湘汽车已正式确定加入。

作为国内唯一的城市步行街商业圈汽车营销平台,长沙步行街汽车生活广场从亮相的那一刻起就受到了本地汽车经销商的极大关注。目前长沙的汽车卖场主要散布于城市的东、南、西三个出入口附近,这就直接造成了消费者为看车、选车疲于奔命的现状。也不是没有经销商尝试在市区设立展厅,但高昂的场地和经营成本让大多数人望而止步。更重要的是,即便有的经销商实力雄厚能在黄金地段独立支撑,但缺乏了品牌扎堆的连锁效应,单一的品牌经营已经不能带来可以维系的店面利润,城中店成为名副其实的“鸡肋”。

步行街汽车生活广场的出现为经销商提供了一条低成本进驻城市核心商业圈的捷径。三十多个品牌的密集互动,不仅为消费者提供了丰富的选择区间,更提升了各品牌的价值基础,为供需双方开启了一个最为便捷的沟通渠道。

记者另获悉,为了掌握第一手场地信息,永通集团掌门人蒋宗平先生两次亲临施工现场,对汽车生活广场的场区划分、车辆进出通道、停车位规划进行了详细了解。申湘集团也组织了多批人员对场地和周边设施进行了考察。两大集团都有望以全系品牌进驻步行街汽车生活广场。 ■记者 樊超