日前，海马汽车在北京国际车展上宣布，定位为行政级SUV的海马骑士正式上市，首批上市的车型为海马骑士的最高配置智能领航型，市场指导价为13.68万元，填补了10-15万元自主高端SUV的市场空白。海马汽车表示，作为旗下首款进军B级市场的车型，海马骑士将与韩系SUV展开正面对决。

■记者 何尚武

海马骑士最低13.68万元登陆北京

海马骑士作为海马家族目前最高端的旗舰车型，拥有大气从容、动感非凡的造型，随心而动、势不可挡的动力，精准驾驭、张弛有度的操控感受，以及人性科技，缜密周全的安全配备，将为消费者带来“势度不凡”的驾乘体验。业内专家评论认为，坚持“精品路线”和“技术路线”的海马汽车，目前已实现了产品在性能、品质、性价比上同步国际、领先国内。海马骑士必将延续“全能家轿”新一代普力马、“高品值家轿”丘比特的持续热销，成为自主中高端SUV的领军车型。

作为海马汽车首款B级产品，骑士造型设计以中国消费者的审美偏好为基点，同时大量借鉴高端和专业SUV的设计亮点，大气时尚的设计语言，配合完美的曲线，给人以动感非凡的视觉享受。

在配置方面，海马骑士大量运用了B级轿车的内饰设计元素，同时大尺寸导航倒车影像系统、双开启一键式超大尺寸天窗、三幅式多功能运动方向盘等豪华装备营造出B级SUV的高级感。

在动力方面，骑士则表现出势不可挡的实力。自主研发的HA-VVT-2.0系列发动机拥有领先的D-VVT发动机技术（双VVT连续可变气门正时系统），最大功率为110/6000 KW/rpm，最大扭矩为180/4500N·m/rpm，均领先同级车型，实现了以超乎想象的高效低耗，带来震撼人心的澎湃动力。

在产品层面，作为一家拥有23年造车经验、15年合资经验的成熟企业，海马汽车拥有绝不逊于合资品牌的产品品质。而且在海马TQF工程体系的保障下，基于B级平台开发的海马骑士更是实现了技术、质量、配置的全面飞跃，一步到位抢占B级SUV的制高点，使得其在性能、品质、档次感上完全具备了与韩系品牌一较长短的实力和底气。

微博聊车 高清看展

新浪引领北京车展报道革命

在日前闭幕的北京车展上，作为车展战略合作伙伴的新浪汽车通过微博聊车、高清看车展、无线直播、全球领袖峰会等创新的报道形式和高品质、多层次的报道组合，为广大网友打造了一场车坛的感官盛宴。

在北京车展开幕之前，新浪汽车刚刚度过自己的十周岁生日。新浪CEO兼总裁曹国伟表示，新浪汽车从2000年成立便开始报道北京、上海两大国际车展，期间一直以精确、全面的报道内容和不断革新的报道形式成为国内车展报道的风向标。在本次北京车展中，新浪将在内容深度和形式创新上持续发力，进一步拓展报道的影响力。

微博聊车展是本届北京车展报道的一大创新。依托新浪微博聚集的明星资源和庞大的粉丝数量，新浪搭建了集车企、车模、资深评论员和媒体编辑于一体的微博报道平台。在新浪与BTV《首都经济报道》的联合报道中，知名主持人董路用微博全天候直播车展动态，开创了国内车展报道的先河。同时，奔驰、宝马、华晨等厂商和莫万丹、兽兽等专业车模也纷纷加入到微博讨论中来。据统计，车展首日，“北京车展”作为微博热词就已经聚集了超过2万名粉丝在线讨论。而在现场，韩寒、赵子琪等名博主则纷纷现身新浪展台，引起在场观众的轰动。

在本次报道中，由新浪开创的高清看车展、无线直播等手段也得到了延续和丰富。新浪本次车展推出的高清组图和视频，图片均采用专业摄影师拍摄的高分辨率大图，视频时长均超过一分钟，能够清晰地展现新车、车模的每一个细节。展会前期，新浪共发布2万余张高清大图和几百段高清视频，无线直播8小时，报道数量和质量均领先于其他网络媒体。而在本届车展模特大赛中，新浪作为唯一网络合作媒体第一时间发布了大量高清车模图片、视频，受到网友热捧。

■记者 何尚武

起亚CADENZA中文名有奖征集

作为2010年南非世界杯的赞助商，进口起亚汽车于5月10日起，推出主题为“我为车名狂，去看世界杯”——CADENZA中文名线上征集活动。据悉此次活动将维持20天，参与者将有机会亲临南非，体验一家三口的欢乐世界杯之旅。

据起亚汽车（中国）相关负责人介绍，本次活动旨在借助世界杯契机，针对35-45岁有家庭的男士汇集创想，为旗下车型CADENZA确定合适的中文名。消费者只需在活动网站注册ID号登录，对10个备选中文名进行投票即可。主办方将在所有符合条件的参与者中抽选一个三口之家赢得南非世界杯激情之旅，除了现场观看南非世界杯16强比赛、试驾起亚最新车型之外，当选家庭的小朋友还将作为世界杯球童与世界顶级足球明星牵手共同步入世界杯赛场。此外，活动期间只要参与投票，就有机会获得每日10个名额的每日刮刮奖，赢取包括MP3、名片夹、购物券、电话充值卡在内的精美礼品。在答对最终中文名的消费者当中，还将抽选出2个时尚幸运奖和3个人气幸运奖得主，获得Iphone 3G手机和SONY PS3。

本次幸运大奖与特别幸运奖将于5月30日公布，而每日幸运奖会在每日活动页面中更新发布。活动详情敬请关注进口起亚官方活动网站：http://www.kia-motor.com.cn/cadenza/zhengming/

起亚CADENZA是一款具有浓郁欧洲风格的豪华车型，代表起亚品牌目前最高端的造车理念与技术。开发共耗时5年时间，投入约2.9亿美元。其原型是2009年4月首尔国际车展上代表其未来旗舰车型的全新KND-5概念车。著名汽车设计师彼得·希瑞尔围绕“光和线”的设计主题，赋予CADENZA更趋流线与立体的车身线条，塑造强烈的欧式动感风格。简约而犀利的起亚家族式散热格栅、跑车化的前保险杠、多幅合金轮毂使CADENZA前脸充满自信；前灯组采用当下最流行的不规则多边造型，尤其是LED日间行车灯的加入，使前灯组有了一个闪亮而轮廓清晰的灯眉，让整个前灯宛如一双锐利的鹰眼，炯炯有神，锐气十足；宽大醒目的镀铬装饰条，精致的组合尾灯，和双出排气管让CADENZA周身每个角度都给人留下深刻印象；而修长的车身比例、凌厉动感的腰线、充满肌肉感的轮拱也在CADENZA身上完美融合，使其无愧为时尚风格领袖。

■记者 何尚武

A级家轿新王者 腾翼C30万人订购

长城汽车最新公布了新车腾翼C30的技术参数以及将于5月18日正式上市的消息，眼下关于这款新车的种种悬念就只剩下最后一个环节——价格公布。

关于新车价格的种种猜测之声一时四起，长城汽车也不失时机借势在全国范围内展开了一场“猜价格，赢腾翼C30”的主题价格竞猜活动，猜中价格的最高奖项为腾翼C30舒适型5年使用权，极具诱惑力的奖项吸引了大批车迷参与，与此同时长城还展开“1元订金抵2000元优惠购车”活动。据长城相关负责人介绍，目前通过活动预订腾翼C30的用户已经超过万人，五一期间仅徐州一个地方车展预订就达到了200辆，引爆了市场终端的新车预售。在权威汽车网站近日公布的《2010北京国际车展飙新车型》评选结果中，腾翼C30以绝对优势获得“最受网友喜爱紧凑型轿车”的桂冠。

从长城汽车公布的官方资料来看，腾翼C30在技术性能和配置方面与新宝来、锋范、凯越、卡罗拉等同类车型相比较，在动力系统、节油性能、空间舒适、安全装备等方面毫不逊色。

细心的车迷李先生在参与价格竞猜前就做出这样的功课，将腾翼C30舒适型与新宝来时尚型、锋范舒适型、凯越1.6LE、卡罗拉1.6GL进行了一个全面比较，长城腾翼C30采用长轴距短车身设计，轴距达到2610mm，坐乘空间宽敞，510升超大行李箱，在A级轿车中前后排空间最大；它匹配1.5VVT全铝发动机、突出的优势是流线型、轻量化设计，大大降低了行驶时的阻力，整备质量1125kg，有效降低了油耗，可比同类车百公里实现节油1升左右；为满足欧盟标准，腾翼C30还在安全上下足了功夫，特别加强了缓冲区左右两侧钢梁和保险杠、发动机、行李箱的吸能设计功能，安全配置齐全丰富。

在李先生看来，从目前掌握的信息看，腾翼C30在他心目中已经完全与目前市场上A级车主流经典车型媲美，而且在空间、时尚、安全等方面的综合优势明显，如果再增加价格优势的话，李先生认为绝对是物超所值，必将成为A级车阵营名副其实的新王者，也是他准备出手A级车的首选。

作为长城“中国造”品牌的经典车型之一，腾翼C30底气十足。腾翼C30是否会有极具震撼力的价格公布，最终将配备什么样的定价来挑战价格区间在9万-13万元的锋范、凯越、朗逸、新宝来、速腾、卡罗拉、伊兰特等经典车型，5月18日即将揭晓。

■本报记者