

全系车型整体升级 产品矩阵浮出水面

MINI在中国步入新的发展时期

10月28日,MINI品牌以进入中国市场7年来最庞大、最整齐的升级阵容亮相上海,向全国活力无限的MINI车迷们奉上一场饕餮盛宴。MINI,作为全球高档小型车市场的开山始祖,在中国的成功故事从今天开始又步入新的篇章。

据悉,这是自2001年MINI“改头换面”以来,MINI家族第一次全系车型在中国市场同步更新。MINI家族的三位系列成员——MINI、MINI Clubman和MINI敞篷车,携3个发动机系列One、Cooper和Cooper S的8个车型,共10款新车,价格区间覆盖22.5万元——41.5万元。其中,MINI One和MINI One Clubman首次加入MINI在中国市场的产品矩阵,取代之前的MINI Cheer版车型,成为MINI车迷们的入门新选。

■记者 樊超



MINI在中国步入新的发展时期。

2010年销量冲刺10000辆

宝马集团大中华区总裁兼首席执行官史登科博士表示,“中国市场对MINI全球成功的贡献日益增强,销售数字是最有力的证明。截至2010年第三季度,MINI在中国大陆市场实现销量7418辆,同比增长达152.8%,再次领先中国高档小型车细分市场。随着此次MINI家族重装上阵、全线产品升级以及新车型的引入,我们对MINI在2010年销量突破10000辆充满信心。在进入中国7年后,MINI开始进一步发力,步入新的发展时期。”

“MINI是个色彩缤纷、充满无限可能和无穷乐趣的世界。通过渗透二、三级城市的经销商服务网络平台和一系列烙印‘中国特色’的BE MINI本土化传播,我们正在

努力为中国的MINI车迷呈现一个真实、生动的MINI世界。”宝马中国MINI品牌管理总监朱江先生表示,“此次是MINI家族有史以来第一次全线产品统一升级,并在中国市场引入了新的One动力单元。我们相信,更丰富、清晰的产品系列将更好地满足车迷朋友的多样化、个性化需求,找到彰显自我风格的MINI座驾。”

BE MINI:MINI品牌新主张

在推出新产品的同时,宝马集团本次也隆重宣传了MINI品牌的新“口号”。2010年年初,MINI在全球范围内展开全新的品牌推广风潮,品牌新主张——BE MINI。BE MINI,简短两字不仅浓缩了MINI品牌的精髓,也折射出MINI车主和车迷所追求的生活理念:乐观、自信、有

责任心、充满活力和冒险精神。

在中国,BE MINI已经深度渗透在MINI的本地化传播中。2008年8月,MINI人力三轮车的横空出世;2009年8月,具有浓郁“中国特色”的MINI 50周年全国庆典活动;2010年4月—8月,如火如荼的好莱坞式“MINI中国任务”的成功举办……我们有足够理由期待一个全新BE MINI时代的到来。

据悉,半个世纪以来,MINI以对经典和创新独树一帜的演绎赢得全球超过700万车迷的拥戴,上至皇室贵族、时尚名流,下至平民百姓、街坊四邻。自2001年宝马集团推出全新MINI,10年来,销量已经超过170万辆,MINI作为原创高档小型车的地位越来越稳固。MINI开辟了崭新的天地,其深远的影响从当今小型车市场的潮流中可见一斑。

相关链接

新MINI家族5大改进

记者获悉,重装上阵的MINI家族有5大方面的改进:外观和内饰的全新设计、动力系统的全面提升、全新的车身和内饰颜色、完全开放给车主的灵活定制系统,以及诱人的全新配置和价格。

外观上,新MINI家族运动的特征传达得更淋漓尽致。前保险杠的全新几何设计确保车辆能够更有效地满足日益严格的行人保护要求。示廓灯组件和雾灯的边缘采用了更加突出的三位轮廓,下部进气口的视觉冲击力更强。同时,所有新车型均标准装配采用LED技术的尾灯和动态制动信号灯,兼顾欣赏性和功能性。众多新颖的细节改进与新车型的整体外观巧妙地融为一体。

内饰方面,所有车型均在提高质量和打造优雅的风格上有新突破。高品质的材料和优美丰富的色彩赋予内饰独特的时尚美感。采用全新设计的音响系统和空调控制装置可确保功能性和最佳人体工程学特性。座椅饰面、饰件和颜色线条等精品也获得全面升级和扩展。

此外,不胜枚数的选装配件、车身涂装、内饰颜色、装饰选择、饰件以及颜色线条,让每一辆MINI都成为MINI车迷独一无二的专属品。MINI再次重新定义了高档小型车个性化定制的新基准。

新MINI家族的多样性不仅体现在可提供近乎无限选择的个性化定制上,丰富的高效发动机系列更让人无法抗拒。目前,在中国,MINI提供One、Cooper和Cooper S三款汽油发动机,排量1.6升,根据不同的调教,输出功率从72千瓦/98马力一路飙升到135千瓦/184马力。

驱动系统是宝马集团的专长,四缸引擎的驾驶乐趣与燃油经济性进一步优化。特别值得一提的是,结合了汽油直喷和双涡轮增压技术的新Cooper S汽油发动机最大功率提升了7千瓦至135千瓦,从静止加速至100公里/小时仅需7.2秒,在欧盟标准测试循环中的平均耗油量仅为6.7升/100公里,二氧化碳排放量155克/公里,已经成为了全球1.6升排量级别内效率最高的汽油发动机。

G3 数智版 激扬上市
 价格: 7.79 - 10.99 万元 比亚迪——戴姆勒·奔驰的技术伙伴 股神巴菲特的投资选择

G3 周年庆 团购嘉年华

数字智能中级轿车

A3销售网 G3 F3R S8 团购...

湖南 三一	电话: 0731-84072068	地址: 长沙市中支路汽车世界H区09栋
长沙 和普新加	电话: 0731-88970000	地址: 长沙市芙蓉南路(省)商厦对面)
郴州 日升	电话: 0735-2175777	地址: 郴州市开发区107国道政府前峰村市城旁
怀化 华瑞	电话: 0730-8262345	地址: 怀化市怀化南路270号(市二医院对面)
怀化 德润	电话: 0745-9203888	地址: 怀化市怀西路18号(新汽车站斜对面)
邵阳 金生	电话: 0739-8209788	地址: 邵阳市邵阳县立新大道车管所
邵阳 仁生	电话: 0739-5601555	地址: 邵阳市北塔区新南路与青山路交汇处(和南中斜对面)
常德 仁生	电话: 0736-7712888	地址: 常德市常德大道与青年路交汇处(仁达车务旁)
永州 宏通	电话: 0746-8368866	地址: 永州市冷水滩区河东育才路西侧

BYD Build Your Dreams
 TEL: 4008-303-866
 WWW: www.byd.com.cn

进取之美
 ——上汽通用五菱“宝骏”品牌诞生记

在候选的一千多件乘用车品牌命名方案中,“宝骏”脱颖而出,成为股东方领导们心中最青睐的品牌名称。

“新品牌应该体现进取、可靠、忠诚、平易近人的特质。”上汽通用五菱经过大量的市场调研,收集取证后对新乘用车品牌设计提出基本要求。新乘用车项目组的研发人员基于此要求提交了数百份各具特点的设计。当一个简洁干练、闪耀着金属质感的马头形象出现在股东领导们的眼前,所有人振奋了,就是它!

“宝骏的诞生,将成为上汽通用五菱的骄傲”。

名如其车
 ——“宝骏”其名如何炼成?

作为融合了上汽集团、通用汽车等股东各方优势资源倾力打造的首款自主品牌乘用车,它不仅沉淀着上汽通用五菱合资八年以来的历史精华,更承载着所有人的光荣与梦想。

如何将这一份沉甸甸的希望转化为车的品牌名称,乘用车项目组成员翻阅了古今大量文献资料,围绕其定位展开了长时间的思索,最后欣喜的发现,“宝骏”二字无疑是最好的诠释。

在东、西方文化中,马寓意着梦想驰骋的翅膀,是人类忠实的伙伴,是驯良灵性的化身。在现代,马忠诚、高贵、雄浑、刚毅的精神被演化为一种坚忍不拔、开拓进取的时代强音。它象征着执着勇敢、自信应对挑战的精神力量;它代表着积极进取,以智慧驱动社会奔涌向前的主流精神。

“宝骏,它是一个集进取与远见于一身的品牌!我们造的车,一定要成为中国百姓的宝马良驹!”上汽通用五菱领导有信心地说。

“宝骏”与“进取、忠诚”的品牌基因完全吻合,如何为它赋予一个完美的形象?为解决这一问题,设计师们经过一番头脑风暴,从中西方经典艺术品吸取精髓。从马踏飞燕到八骏图,从鲁本斯、德拉克罗瓦的画作,到徐悲鸿的《奔马图》……一次次脑力激荡,终于一个象征着牢固可靠的盾形马首图案逐渐清晰。

它以形表意,突出体现了中国传统元素与现代构图形式相融合的创意思路,充分体现了“乐观进取、稳健可靠、精明自信”的品牌精神。

车如其名
 ——宝骏汽车会是什么样子

“进取”和“忠诚”是设计师对宝骏的美好希冀,而这两个词是中国人气质的最佳匹配。进取是一种精神的升华,最直接的将其转换成状态的描述就是“动感”。汽车并不是凝固的建筑,“动感”正是其设计的关键所在,无处不在。

在一次宝骏汽车的设计会议上,上汽通用五菱乘用车项目高级总监钱宁充满激情的对团队表达了他对宝骏的想象:“宝骏会是什么样子?它一定是健美秀丽的,就像马踏飞燕上那匹轻盈又充满力量感的马;它还极富动感,拥有饱满的轮廓,流畅的线条,安静时如同雕塑般沉稳,奔跑时却像音符一样流畅;它不拘泥于流行,但必定是时尚的。——宝骏是身边的忠诚伙伴,它矫健、秀美,是一切美好祝福的实体。”

以线条描画流畅,以形态演绎动感,以色彩诠释激情,以材质赋予生命,将力量与美感按照黄金比例浇筑其中,这是所有汽车设计师的目标,宝骏无疑将会满足这些要求。“不久之后,宝骏汽车即将上市,届时大街小巷都是我们的作品,我们感到自豪——这是一种现代中国人的进取的美。”设计团队表达了他们的自信和希冀。