

“可持续动力革命”，第25届世界纯电动车、混合动力车和燃料电池车大会暨展览会（英文缩写EVS25），于11月4日在中国深圳举行新闻发布会，并在11月7日举行EVS25大会开幕式。作为本次世界电动车大会的东道主，比亚迪携F3DM、e6、K9等史上最强的新能源汽车阵容出击，其中电动大巴K9自9月底下线后，首次亮相于公众，并在深圳进行了城市巡游体验。

大会开幕式上，比亚迪总裁王传福表示：为有效解决能源紧缺、环境污染、二氧化碳过度排放三大问题，比亚迪正致力于提供城市公交电动化解决方案，即用纯电动轿车e6代替普通的燃油出租车，纯电动大巴K9代替普通的燃油公交车，实现城市公交电动化。

■记者 田泽伟

2010款
比亚迪F3DM
低碳版。



世界聚焦中国 中国聚焦比亚迪

第25届世界电动车大会盛大开幕

电动汽车时代到来，世界聚焦中国比亚迪

电动汽车代表未来汽车产业的发展方向已经成为各国共识，在这一领域，中国走在了世界前列。在政策支持方面，作为发展战略性新兴产业行动计划之一的《国家节能与新能源汽车发展规划（2011年至2020年）》已制定完毕，未来10年内中央财政将拿出逾1000亿元资金对新能源汽车予以扶持，电动车将是重中之重；同时，由科技部牵头的

《电动汽车科技发展“十二五”专项规划》也已制订完毕，将小型化和汽车电气化作为中国未来汽车发展的两大方向。而我国已经实施的新能源汽车补贴政策和十城千辆工程也使电动汽车的发展和普及速度加快。

另一方面，以比亚迪为代表的中国新锐汽车企业在电动汽车核心技术研发、示范运营和商业推广领域已经走在世界前列。F3DM双模电动车于2008年12月率先上市，代表了

中国力量首次领跑世界，目前，

2010款
比亚迪
E6电动车。



F3DM低碳版已经开始面向个人销售，9月在深圳单月销售已经达到117辆。而纯电动轿车e6也首次投入深圳公共领域运营，首批e6纯电动出租车已经累计运营超过60万公里，成为深圳城市最靓丽名片。此外，K9纯电动大巴也于今年9月30日在长沙下线，巴菲特、比尔·盖茨及长沙市领导共同为K9剪彩，获得了长沙市人民政府1000辆订单。中国电动车消费市场正在快速普及，中国消费者已经提前体验到电动车时代的到来。

现在，中国的电动车产业已经显现出技术进步与产业升级交相辉映、相得益彰的喜人态势，呈现出强劲发展的蓬勃生机。而世界电动车大会也在这种大背景下再次选择了中国，这既是对中国推动电动汽车市场的肯定，也必将助力中国汽车产业的再一次腾飞。

大会热议比亚迪城市公共交通电动化解决方案

当今世界面临着石油安全、二氧化碳过度排放、空气污染三大问题，依赖传统燃油汽车的公共交通则进一步加剧了这些问题的恶化。而比亚迪带来的城市公交电动化解决方案则一举解决了这些问题。一直以来，比亚迪就致力于电动车的研发和生产，此次参展的双模电动车F3DM、纯电动车e6和纯电动大巴K9就是比亚迪电动车技术的结晶。比亚迪提出的城市公交电动化解决方案就是利用基于纯电动技术的e6和K9代替现有的燃油出租车和城市公交，从而达到减少石油消耗、降低二氧化碳等有害气体排放、改善空气质量的目的。

比亚迪纯电动轿车e6在综合工况下续航里程可达300km，利用3C充电站快充15分钟即可充满80%，而电动汽

车百公里使用成本仅为15元。如果将其用作出租车，每年就可节省使用费用7.1万元。而纯电动大巴K9续航里程可达250公里，并且充电方便快捷，快充3小时即可充满。其百公里使用成本仅为燃油大巴的1/4，每年可节约使用费用15.7万元。更为重要的是，电动汽车不仅在行驶过程中无排放、无噪音、无污染，其搭载的铁电池也具有大容量、高安全、循环使用寿命长的特性，即使分解后也不会对环境造成任何污染。

相关数据显示，目前我国拥有50万辆公交大巴和120万辆出租车。如果全部换成纯电动的K9和e6，每年就可减少约2800万吨石油消耗和3254万吨的二氧化碳排放。到时，石油安全、二氧化碳过度排放、空气污染的问题都将迎刃而解。

潮流与经典

——一汽 - 大众高尔夫的完美进化史

或许再也没有一款车型能像高尔夫那样独特而传奇，从诞生到今天始终闪耀在聚光灯下，持续热销36年，在世界范围内家喻户晓，被誉为“完美两厢车”。每一代高尔夫的诞生都会在整个汽车世界引起波澜，受到不同年龄、性别、社会地位的消费者热烈追捧，被所有竞争对手热枕关注和仿效。而与其它畅销车截然不同是：高尔夫并不以低价格走红于世界，人们对高尔夫的热爱源自它一路引领的“潮流”和永恒的“经典”。

引领潮流

1974年意大利设计师乔治亚罗应邀设计甲壳虫的替代产品，他摒弃了传统的设计套路，寥寥数笔下勾勒出一款从来没有的车身款式，几乎完全颠覆了传统设计，不管是外观、结构还是配备，都进行了大胆的创新。实用的车内空间，出乎意料的节油效果，拥有更具魅力的操控，第一代高尔夫的诞生迅速掀起一股崇尚先进和实用的潮流，创新、进取的设计理念也一直伴随着高尔夫品牌，成为它不断革新，始终引领潮流的原动力。随后，更宽敞、增加柴油涡轮增压技术版本、更多排量款型的第二代高尔夫同样受到追捧；第三代高尔夫椭圆形的前车灯设计以及前车灯上出现的流线元素，顷刻成为跨世纪汽车设计的楷模，并获得1992年度“欧洲最佳汽车”的佳评；1997年第四代高尔夫荣耀登场，更建立

起同级汽车制造的最高标准；第五代高尔夫在继承一贯以来高尔夫精于品质血统基础上，在造型上被赋予更加强、更锐利的动感元素。而第六代高尔夫，更是以熏黑风格的前大灯、黑色钢琴漆设计的优雅前格栅和镀铬装饰条等，营造出前卫、动感的视觉效果。

每一代高尔夫的设计都引领了当时的潮流，都是撼世杰作。在中国汽车市场，虽然高尔夫一车难求，但并没有阻止高尔夫改进的步伐，2011款高尔夫就是在追求完美道路上的最新作品。

缔造经典

有些潮流会随着时间而流逝，另外一些则逐渐沉淀，酿成经典。不管高尔夫换代还是改款，人们总能第一眼认出它，



▲ 第一代高尔夫 ▲ 第二代高尔夫 ▲ 第三代高尔夫 ▲ 第四代高尔夫 ▲ 第五代高尔夫



（源自德语 Gulf Stream 墨西哥暖流）那样，为车坛注入世界上最强大的暖流，以29年的时间，超越甲壳虫用了56年取得的辉煌虫。

如今，第六代高尔夫进入中国已经有1年的时间了，从壮观的排队等车现象可以看到高尔夫非凡的号召力。

它的到来改变了国人对两厢车的传统看法，国产两厢车一度以质量低、廉价的形象示于人前，也由此成为被边缘化的车型。拥有引领潮流的造型、先进的技术、堪比豪华车的内饰设计、材质和做工，高尔夫让人们喜欢上这种激情和实用并重的车型。

隽永的设计风格，超高的品质，高尔夫是一个标杆，也是社会进取精神的一个寄托，它的潮流与经典是世界汽车历史上浓墨重彩的一笔，它的魅力与传承为人们带来无法替代的欢欣和鼓舞。

同时又发现许多新鲜感觉。经典的C柱、对完美品质的执着追求、先进而实用，高尔夫的车迷们总是津津乐道它的传世元素。

很多欧洲年轻人，在进入幼儿园的时候，父亲或者母亲开着高尔夫每天接送他们，长大后，他们自己又买了高尔夫，并在高尔夫车里经历了恋爱、婚姻的时期，再开着高尔夫接送孩子。怀念过去的时光、向往美好的未来，高尔夫经得起流年的考验，承载着生活的种种梦想。

高尔夫的经典魅力还包括发生在它身边的传奇故事，犹如它的名字 GOLF