



# T-Cross 全球同步首秀

## 上汽大众大众品牌进军全新SUV细分市场

青年报 程元辉

10月25日,大众品牌T-Cross在上海、阿姆斯特丹、圣保罗三地同步首秀,上汽大众SUV家族迎来新成员。国产版T-Cross是由上汽大众与德国大众联合开发的一款精品SUV,预计将于明年上半年上市,为消费者提供1.4TSI/1.5L两种动力选择。随着这款全新SUV的到来,上汽大众进一步壮大SUV家族矩阵,满足SUV消费群体的多样化需求。

T-Cross源于2016年亮相于日内瓦车展的概念车T-Cross Breeze。这款概念车设计上充满年轻个性风格,同年曾荣获欧洲创新技术奖中的最高荣誉Plus X Award奖项。本次亮相的T-Cross量产车型,继承了概念车的都市时尚风范,动感设计令人眼前一亮。

此次与全球同步首秀的国产版T-Cross采用MQB平台,轴距较欧洲版加长88mm,达到2651mm。与此同时,T-Cross展示了大众品牌纯正SUV的最新设计语言,将都市时尚、年轻风范与SUV风格相结合,潮流前卫又不乏冒险精神,是新生代消费者的活力伙伴。

### 硬朗前脸 德系SUV的丰富视觉

T-Cross的车头充满年轻硬朗的气息。发动机舱盖隆起并带有大众SUV家族特征线,格栅上下两根饰条延伸穿插至大灯内,这些设计语言有力增强了



前脸的整体感。透镜式LED大灯微微向上扬起,展现锐意眼神。上格栅内部细节丰富,由不同材质搭配成六边形,强调运动感。下格栅的高光黑外框冲击力十足,展翼式饰件从中间向两侧拉伸,配合犀利雾灯,露出凌厉神情。此外,下部的倒梯形进气格栅设计,加上兼具力量感和运动激情的银色护板,令前脸更具丰富视觉享受。

### 犀利侧身 双腰线设计夺人眼球

T-Cross的侧面设计饱满而富有辨识度。两条腰线自翼子板开始,于车侧处形成一整个雕刻面。简洁立体的上腰线,延展至尾部并与尾灯连接,视觉上让车子显出俯冲态势。下腰线则随后轮包的轮廓转折而上,再延展至尾灯表面,增强侧面的肌肉感。黑色底包围环绕车身,

亦显越野气质。17英寸双色精车轮毂的辐条带有方向性设计,进一步凸显犀利气息。

### 潮流车尾 新尝试更显不拘一格

简洁大气的尾部更是亮点多多。新颖的横向贯穿式尾灯在当前大众品牌车型中为首创,是T-Cross的标志性元素。相较于传统的熏黑式尾灯,T-Cross尾灯上的黑色元素设计在外壳上,更加纯粹;红色发光区由几何元素勾勒,点亮时更具科技感。反射器采用个性的四边形,并延展至车身侧面,是大众品牌的设计新尝试。底部硬朗的银色护板与镀铬装饰件,呈现出丰富的视觉效果。

作为上汽大众大众品牌第五款SUV,2019年T-Cross将强势进入全新细分市场,为崇尚多元生活的消费者带来活力无限的驾乘享受。

### ■ 资讯

## 广汽新能源上海劲立 25 hours 体验中心首秀

青年报 车键

10月26日,广汽新能源上海劲立25 hours体验中心迎来首秀,为更多的消费者带来“25 hours 乐享时光”的全新购车及出行生活体验。



### 休闲慢生活

#### 乐享25 hours时光

作为广汽新能源在华东最重要的战略性区域市场,上海是全国较早实行汽车限购和限行的城市,也是全国牌照价格最贵的城市,为新能源车提供了很大的发展机会。有数据显示,今年上半年,上海的新能源车销量为24502辆,仅次于深圳在全国排名第二。上海劲立25 hours体验中心坐落于有着“上海之源”美称的青浦区,如同花园般的存在,堪称“沪城后花园”。

上海劲立25 hours体验中心周边大多是实业公司,这里可以为辛苦工作的上班族提供了一个休闲放松的场所,摆脱工作的压力和烦恼。为此,广汽新能源在业内首创颠覆传统4S店的“链接生活型”渠道终端新模式,为用户打造“时空虫洞”概念的25 hours体验中心,让消费者在为汽车充电或来到体验中心的任何时间,都可以自由游刃于商务、聚会、亲子等多种场景,释放“每天多一小时的乐享时光”。

### 生活美学空间 享受“慢时光”

上海劲立25 hours体验中心拥有“前沿科技体验”“生活美学空间”“未来出行服务”“场景汽车展示”四大功能区,为上海的消费者打造了一个既有全新购车体验又有娱乐休闲的新潮生活空间,可为消费者提供生活、科技体验,汽车销售、充电及售后等全面贴心的服务。

凭借业内领先的产品技术实力,广汽新能源今年销量可谓节节攀高。9月份,在新近上市的GE3 530和2019款GS4 PHEV“双新”的助力下,广汽新能源实现了“金九热销三重奏”:整体销量突破2000辆,刷新单月销量纪录;GE3 530全国订单5000+供不应求,北京市场单月订单1000+,进入纯电车销量前三;广州单月单城销量过千,GS4 PHEV成为“开四限四”销冠选择。今年1-9月,广汽新能源累计销量达11071辆,同比增长348%,再次刷新车企的发展速度纪录。

## 东风日产2018成都国际马拉松鸣枪开跑

青年报 车键

10月27日上午,东风日产2018成都国际马拉松正式鸣枪开跑。继首届成马成功举办后,东风日产联手成马主办方再度为全世界呈现这一体育盛事,本届成马以“跑·见自己 智进未来”为主题,共吸引了来自全球各地35个国家和地区的2.8万名选手参赛“纵马蓉城”,一同感受马拉松的激情和魅力。

除了当天正赛,自9月冠名赞助成都国际马拉松以来,东风日产还携手成马组委会开展了以“跑·见自己 智进未来”为主题的系列活动,如官方训练营、马拉松博览会等,为跑友们提供专业教练教学、运动挑战平台以及人文环境,让更多的人充分体验到体育的魅力和乐趣。

长期以来,东风日产一直致力于体育营销,涉及领域全面且皆为全球顶级赛事,频频引发业界瞩目,也为消费者带来更富激情、活力的品牌感受。自2015年起,东风日产成为欧洲超级杯和欧冠联赛的全球官方汽车赞



助商,并开展“欧冠中国行”系列活动,为广大中国球迷拉近与足球运动的距离;与NBA达成了长达6年的战略合作协议,联合举办NBA中国赛、东风日产x NBA“未来之星”青少年篮球挑战赛等盛大活动;同时,东风日产鼎力服务第十三届全运会,楼兰车型成为官方指定用车;2018年世界杯期间,东风日产更联合CCTV《豪门盛宴》,为中国球迷开启精彩的足球盛宴。此次,联手2018成都国际马拉松是东风日

产在体育营销领域勇于探索和开拓的又一表现。

成立十五年来,东风日产一直都是以脚踏实地的态度稳步前行,完美诠释了“马拉松精神”,年销量从6.5万辆到连续破百万,累计产量突破1000万辆,全价值链体系不断创变升级,稳居行业第一阵营。东风日产在技术创新、文化传承的“双核驱动”发展路线引领下,开创了从“合资”到“合心”,“合力”再到“合赢”的聚合发展新路。

## 法兰克福展览集团 参展中国国际进口博览会

青年报 车键

在中国拥有逾30年展会主办经验的法兰克福展览集团已蓄势待发,届时将在进博会现场分享其“中国发展历程”。

本届进博会聚焦《“一带一路”数字经济国际合作倡议》,其主题口号“新时代,共享未来”彰显了倡议的原则和精神。法兰克福展览集团董事会成员暨法兰克福展览亚洲控股有限公司董事总经理鲍思丰表示:“由于进博会与‘一带一路’倡议密切相关,我们将利用参与此次盛事的契机,展示集团在沿线地区的业务拓展以及全球客户如何借助这些展会开拓新兴市场的无限潜力。”

为积极响应“一带一路”的倡议,法兰克福展览集团投入了大量资源发展沿线展览会,当中包括——成都国际汽车零配件及售后服务展览会(CA-



PAS)、越南(胡志明市)国际汽车零配件及售后服务展览会以及哈萨克斯坦(阿斯塔纳)国际汽车零配件及售后服务展览会。CAPAS是法兰克福展览集团在中国西南地区举办的首场展览会,胡志明市及阿斯塔纳汽配服是集团Automechanika品牌旗下最新的展览会。此外,法兰克福展览集团也大力支持“一带一路”沿线的以下展览会:在莫斯科举办的中国消费品(俄罗斯)品牌展与中国机械工业(俄罗斯)品牌展以及鞑靼斯坦(喀山)国际汽车零配件展览会。