

以3系进化电动,全新BMW i3满电来袭



孟文 文图

自1975年BMW 3系诞生以来,3系便以澎湃的运动性能彰显了其强大的运动领跑者地位。历经7代车型,47年的发展,每一代3系都在科技进步和潮流风尚的滋养下不断进化。作为宝马集团电动化战略最新成果之一,全新BMW i3传承了BMW i品牌的创新精神与BMW 3系的运动精髓,开启电动驾趣新篇章。

先锋设计 引领新时代美学风尚

驾驶者之车,为新世代驾驶者而来。全新

BMW i3在BMW 3系经典设计基础之上进行大胆创新,全新进化的“天使眼”大灯、极具力量感的灯眉设计,瞬间将运动氛围拉满。车身侧面的下部线条与“鲨鱼鳃”导流槽完美交融,动感流畅的“L”形线条与凌厉的腰线相辅相成,不仅勾勒出全新BMW i3典雅运动的气质,更进一步优化了车辆的空气动力学表现。车辆侧裙双拼撞色动感吸睛,生动诠释“天生即运动”。

车尾设计则将精致豪华表达得淋漓尽致。3D立体悬浮LED尾灯简洁雅致,分置于尾部两侧的后扩散器轮廓采用了新式梯形设计,进一步凸显了别致风格。此外,新车还提

供全新样式的19英寸空气动力学轮毂及低滚阻轮胎,有效降低风阻及能耗。

豪华格调 打造舒适数字化座舱

智能电动时代,新世代人群对数字化有着更丰富的期待。作为华晨宝马首款采用全新BMW iDrive操作系统8.0、一体式悬浮曲面屏的车型,全新BMW i3的iDrive 8.0系统集成了智能个人助理、腾讯小场景2.0、微信车载版等智能人机交互体验。而曲面屏则集成了14.9英寸的触控显示屏和12.3英寸的数字仪表盘,这样的搭配在此前的iX车型上也备受

好评。

步入车内,“天使之翼”般的迎宾光毯与LED迎宾踏板相互映衬,让每一次电动之旅都充满仪式感。同级领先的修长车身带来2966毫米超长轴距,比长轴距版BMW 3系多5mm,后排空间宽大舒适。全景玻璃天窗、9种组合的环境氛围灯,以及如瀑布般挥洒在前排座椅背部的直瀑式氛围灯设计,更令整个驾驶座舱兼具科幻感与豪华感。

运动基因 赋予电动出行纯粹驾趣

承袭BMW 3系运动精髓,全新BMW i3搭载了第五代BMW eDrive电驱系统,与宝马集团科技旗舰创新BMW iX一致。最大功率210千瓦、最大扭矩400牛·米、单电机百公里加速仅需6.2秒、CLTC续航526公里的数据表现,足以让每一次驾驭都尽情尽兴。

以3系进化电动,可以说,全新BMW i3完全打破了“电动车没有操控”的固有偏见。新车前后悬架均采用了创新的HRS液压回弹减震技术,且后轴首次配置了自适应空气悬架,让颠簸路况的行驶更加平稳舒适。重心相比3系低了44毫米,前后轮距也更宽,并配备了DSC动态稳定系统包括ARB防滑稳定控制单元,为车辆提供更好的牵引力和抓地力,拥有更卓越的性能和过弯姿态。

作为宝马集团旗下的电动化先锋品牌,BMW i品牌肩负着重要使命。据悉,2022年,宝马将在中国市场呈现5款纯电动产品:包括创新BMW iX、创新BMW i4、BMW iX3、全新BMW i3以及创新BMW i7。到2025年底,宝马集团计划累计交付200万辆纯电动车,沿着电动化、数字化和可持续的发展方向加速转型。

以“格瑞维亚”为名

一汽丰田GRANVIA云端首秀定“格”旗舰

姚云 文图

5月25日,“定‘格’旗舰 一汽丰田GRANVIA云端见面会”正式举行。一汽丰田TNGA全新高端旗舰MPV车型——GRANVIA首度亮相,并正式发布中文名“格瑞维亚”。

洞悉时代格局,关注消费变化。本次活动邀请著名经济学家薛兆丰教授来到现场,通过“圆桌派”的形式,共同探讨中国MPV市场发展趋势,并从经济学视角解读在当下消费升级的大环境下,用户对高品质生活的追求。一汽丰田格瑞维亚正是为此而来,以高标准、高品质、高价值,满足新时代精英人群多元化、多场景需求。

传承丰田MPV世家基因 开启“家商并重”新时代

在MPV领域,丰田拥有超过30年的积淀,以众多卓越产品赢得用户信赖,凝聚了

“MPV世家”的纯正基因。如今,继普瑞维亚和威尔法之后,作为一汽丰田的第三款MPV产品,格瑞维亚融合丰田上世纪90年代投放欧洲和亚太地区的高级MPV“GRANVIA”高端基因,承载着25年四代车型的荣耀积淀,以旗舰之姿开启新征程。

此次,将中文名命名为“格瑞维亚”,在与英文名发音保持一致的同时,其中“格”还代表着“格局、格调”。对此,一汽丰田汽车销售有限公司企划部部长赵东先生表示:“一汽丰田以‘格瑞维亚’之名,传递‘优雅经典、与众不同’的美好寓意。以‘格’字为点睛之笔,不仅象征阔达广博、志在高远的人生格局,更代表自成一派、有品有型的生活格调。一汽丰田格瑞维亚将打破以商务MPV为主导的现状格局,为用户带来前所未有的旗舰体验,开创MPV市场‘家商并重’的新时代。”

定“格”旗舰 一汽丰田格瑞维亚锋芒初露

作为一汽丰田布局中高端MPV细分市场的战略产品,格瑞维亚集活力动感外观、宽阔舒适空间、卓越行驶质感、全面安全防护等诸多优势于一身,以旗舰级的产品实力,树立中高端MPV的价值新典范。

格瑞维亚秉承全新研发理念,将大胆前卫和宽适舒享完美结合,营造出独有的产品魅力。极具运动感的蜂巢式前格栅让前脸更加时尚,以潮流前卫的革新外观,颠覆传统MPV千篇一律的形象认知。

除了惊艳的外观,格瑞维亚还兼具宽适的车内空间。舒适的第二排座椅,拥有超长前后滑动距离,方便用户根据需求定制空间。



格瑞维亚基于TNGA架构打造,并全系搭载丰田第四代THS-II混动系统,带来同级领先的油耗表现和动力性能。同时,还通过隔音材料的优化,营造出静谧的车内氛围,驾驶质感媲美豪华轿车。

安全方面,格瑞维亚全系标配丰田Toyota Safety Sense智行安全系统,配以强悍的被动安全实力,为用户打造坚实可靠的安全守护。

同时,格瑞维亚还将推出专属福祉版车型,通过方便贴心的设计,彰显一汽丰田的人性化关怀和“量产幸福”的品牌初衷。

降低“拥有成本” 格瑞维亚带你满“格”出发

在本次一汽丰田GRANVIA云端见面会上,薛兆丰教授从经济学的角度分享了很多适用于汽车行业的观点。比如,利用“永久收入假设原理”解读了当下的汽车消费升级;利用经济学中的“拥有成本”概念,解读了面对全家

人的需求,如何才能购车过程中做出正确选择等。

薛教授说,美国市场和消费市场在消费习惯上看似相同,但其实还是存在一定差异的。在北美,遵循“增数量减功能”的方向去购买汽车,一车一用,多车并存。但在国内,消费者遵循的是“减数量加功能”原则去选车。不妨尽量买一辆更宽敞、适用场景更多的MPV,实现“一步到位”。

薛兆丰曾经是格瑞维亚前代车型的用户,丰田车的低故障率和低油耗等优势给他留下深刻印象,让他拥有了很低的“拥有成本”,而“宜商宜家”“大空间”和“柔和舒适”等特点,也满足了他的多场景使用需求。

而今天亮相的一汽丰田格瑞维亚,不仅拥有时尚动感的外形,同时也继承了前代车型“大空间、低油耗、高舒适”等诸多优势,更严格坚守丰田QDR(高品质、高可靠性和高耐久度)生产标准,以旗舰品质为用户带来卓越体验,让每一位乘员都能乐享其中。

