

致敬历史,更定义未来

BMW 新世代概念车带来平视显示技术的量子飞跃

正皓 文/图

4月,宝马集团将携旗下中国首秀的BMW新世代概念车精彩亮相北京国际车展。它是新世代概念车家族的一员,与BMW新世代X概念车共同展示了宝马对轿车、SAV两大关键细分市场的愿景。

“巧妙的设计绝不是技术的简单堆砌。BMW全景视域桥是革命性、现象级的交互创新。”宝马集团设计高级副总裁霍伊顿克说。在BMW新世代概念车上,宝马集团展示了下一代BMW iDrive人机交互系统,重新定义智能豪华出行的未来。

宝马“以驾驶者为导向”的理念成为持续引领人机交互的先驱者。2001年,宝马率先推出了智能人机交互的概念——BMW iD-

rive操作系统。2003年,宝马率先将飞机上的抬头显示创新引入汽车,成为全球首家提供HUD抬头显示的汽车制造商。如今,更具开创性的BMW全景视域桥和全新BMW iDrive将在2025年随BMW新世代车型一同推出,以大胆的创新科技打造充满人性化与科技感的豪华空间。

BMW全景视域桥的推出是平视显示技术的一次量子飞跃,宝马正在重塑未来出行体验。凭借“以驾驶者为导向”的设计理念,BMW全景视域桥将重要信息在挡风玻璃底部以更亮的光线和对比特度来显示,与道路皆处于驾驶者同一视线内。投影图像拥有出色的清晰度和色彩表现,让驾驶更加愉悦、舒适。

不仅是技术上的飞跃,更是BMW“以驾

驶者为导向”核心理念的重新诠释。BMW全景视域桥与优雅的中央显示屏和全新多功能方向盘组合,以分层设计引导“视线向前”,让人车互动流畅自然。多屏联动无缝连接,打造身临其境的个性化用户体验。用户可通过方向盘上的触控按键和中央显示屏,对全景视域桥进行私人化定制。

驾驶者至上,目之所及皆为极优视角。秉承“以驾驶者为导向”的设计理念,车辆中央显示屏首次采用更为创新的不规则形状,并依据驾驶员视线进行优化,确保屏幕为驾驶者呈现极优视角,保持“视线向前”。同时,尽量缩短方向盘到显示屏的距离,让触控操作更加轻松。全新多功能方向盘还首次应用“主动触觉反馈”创新硬件技术,驾驶者可以通过多功能方向盘上的交互区域控



制BMW 3D平视显示系统与全景视域桥的显示内容。

宝马集团将从2025年下半年开始投产新世代车型。BMW新世代车型革命性的突破展示出宝马前瞻未来和创造未来的能力。

50周年纪念限定新品独家发售,美孚1号车养护升级消费体验

李希 文/图

4月18日,美孚1号50周年纪念限定新品正式在美孚1号车养护独家开售。新品复刻了1974年的经典密封铁罐包装,配备0W-20及0W-40两款产品,延续美孚1号纯正尖端润滑科技,为消费者带来更加丰富的油品选择与更卓越的驾乘体验。

随着近期美孚1号50周年庆祝活动全面开启,同庆品牌里程碑时刻,美孚1号车养护也于即日起焕新升级“1号动力”臻享保养套餐,并在多渠道推出50周年纪念专场活动。

新品独家发售
传承品牌创新技术

作为全球首个全合成润滑油品牌,美孚1号于1974年推出经典铁罐装全合成产品,为润滑技术领域设定了行业新标准。

经典再现,荣耀共享。本次全新发售的50周年纪念限定产品,复刻了经典的铁罐包装,传承尖端润滑科技,满足多项行业最新技术认证,获得保时捷、奔驰等众多豪华主机厂认证,适用于国六标准及以下车型,能够应对多种复杂路况,使引擎表现始终如新。

为保障正品溯源,每罐产品顶盖处皆配有独立编号标识,并采用原装进口与中心仓直发的供货模式,开封后不可复原,确保每一罐产品的专属尊享。不仅如此,新品金属包装的材质更加容易回收,可充分践行循环经济理念。

围绕新品发售,“美孚1号车养护在线商城”与线下门店即日起推出50周年纪念专场活动。消费者购买新品不仅可以赢取限量周边,更可以获赠特色车辆检测、空调消毒等多重专属福利。

品质服务再升级
护航车主出行生活

不止于产品革新,为满足消费者多元化需求,美孚1号车养护持续打磨臻选服务体系,护航广大车主的美好用车生活。

伴随天气回暖,自驾出行需求逐步攀升,美孚1号车养护全新升级“1号动力”臻享保养套餐,搭配美孚1号滤清器,以更好抗老化性、更高过滤效率、更强纳污能力,为长途出行保驾护航。同时,增加长途出行特色检测项目,通过专业技师的深度诊断、全方位排除安全隐患。

针对广大车主对于汽车养护高效化、便



捷性的追求,美孚1号车养护首度与滴滴代驾达成合作,向广大车主派发专属滴滴取送车优惠券包,让消费者足不出户即可享受至臻养护服务。

携手行业伙伴
创新模式合作共赢

从产品革新到服务升级,美孚1号车养护始终深入洞察消费趋势,与行业伙伴坚定同行,共创新模式、新增长,共赴“不设限”的行业未来。

4月初,美孚1号车养护与金润联汇数字科技正式签署战略合作框架协议。双方将在ETC服务、门店引流、资源整合等多个领域展开深度合作,旨在汇聚双方优势资源,便利广大车主的出行体验。

同期,美孚1号车养护携手全球汽车蓄电池品牌瓦尔塔,基于用户个性化需求与新能源汽车特性,上线蓄电池系列产品,进一步完善产品矩阵,助力门店灵活拓展新能源客群。

作为埃克森美孚旗下的专业汽车养护服务品牌,美孚1号车养护始终定位于满足消费者对车养护产品品质、消费体验升级的需求,坚持从源头臻选高品质产品,以品牌力赋能门店实现口碑、业绩的双效提升。未来,美孚1号车养护将通过持续的产品升级和服务拓展,与更多行业伙伴一同,为消费者提供更优养护服务体验,为行业高质量发展提供新动能。

Honda 中国发布全新电动品牌“烨”

嬛嬛 文/图

4月16日,本田技研工业(中国)投资有限公司(以下简称: Honda)举办主题为“激发本真”的Honda中国全新电动品牌发布会。

本次发布会, Honda正式发布专为中国市场推出的全新电动品牌“烨”。“烨”品牌3款全新车型“烨S7”“烨P7”“烨GT CONCEPT”全球首发,其中,“烨S7”和“烨P7”是“烨”品牌第一弹车型,“烨GT CONCEPT”是“烨”品牌第二弹车型。

“烨”意为“璀璨、闪耀”,旨在“让驾驶者能够尽情享受驾驶的乐趣,释放内心深处的渴望,让每个人的个性都能闪耀,激发本真。”

“烨”品牌在全球范围内率先使用专属于新一代纯电动车的全新“H”标识,采用全新智能高效纯电“W”架构(Architecture W),计划到2027年推出6款“烨”品牌新车型。

全新电动品牌“烨”重磅问世

基于对中国市场的洞察, Honda以中国消费者需求为核心,为中国市场推出全新电动品牌“烨”,这是Honda进一步加速电动化的象征之作。“烨”品牌由Honda中国年轻的研发团队自主设计,承袭了Honda长期以来“以人为本”“驾驶的乐趣”“操控的乐趣”“MM理念”的造车理念,并且集结了全球领先的中国技术和优势资源,高维融合了Honda最新技术,为中国消费者提供“更好开”“更有趣”“更有范”的全新价值体验,将“自由移动的喜悦”推向新高度。

“烨”品牌率先使用全新“H”标识

“烨”品牌在全球范围内率先使用全新“H”标识,彰显出Honda在电动化领域快速发展的中国,积极拥抱变化、加速变革的决心。全新“H”标识犹如“张开的双臂”,体现了扩展移动



出行的可能,积极拥抱中国消费者的姿态。

“烨”品牌第一弹车型:
“烨S7”和“烨P7”

“烨S7”和“烨P7”作为第一弹车型,将激情与智慧完美融合,是“烨”品牌中坚力量,采用Honda专为中国消费者打造的新一代纯电动车专属的智能高效纯电“W”架构,将电动驾趣升华,是让消费者“开了还想开的车”。“烨”品牌第一弹车型将于2024年末开始上市。

“烨”品牌第二弹车型概念车:
“烨GT CONCEPT”

“烨GT CONCEPT”具有动感身姿与强劲性能,是“烨”品牌的旗舰车型。基于“烨GT CONCEPT”打造的量产车将于2025年上市。

凭借“一触未来”的设计理念,通过锐利的车身线条和充满锋芒的视觉效果,表达对力量 and 速度的追求,让整车“更有范”。

主驾采用别具一格的“赛车驾驶舱”设计,以此提升运动氛围、激发驾驶激情,创造“更好开”的价值体验。

华为光场屏在汽车副驾的首次搭载,通过声音、光线和香气设备联动,打造“更有趣”的高品质私人空间。

Honda不忘初心,扎根中国,向“新”出发,带来全新电动品牌“烨”,旨在回归“驾驶乐趣”“激发本真”的追求,为中国消费者提供超出期待的全新价值体验。