

新汽车风格 新驾驶感受

——试驾荣威 750



试驾路线:
龙井路 - 虎跑路 - 杨公堤 - 西山路
试驾车型:
荣威 750E 贵雅版
市场售价:
24.38 万元
试驾车手:小楼
车辆提供:
浙江申孚汽车销售服务有限公司



国内首款量产的具有纯正英伦血统的中高级轿车荣威 750 自去年下线以来,一直深受业界和广大消费者高度关注,其订单也如雪花般飞向经销商,但这款系出名门并被赋予了众多期望的荣威 750,性能及操控究竟如何呢?

外观

独特而传统的雪茄形车身

试驾的时候,天气特别好,阳光照耀下的荣威 750,显得特别沉稳和绅士,修长典雅的整体造型、独特的雪茄型车身,给人以雍容大气的整体感受。荣威 750 不仅继承了罗孚 75 在 2004 年小改款后的外观,也在现代造车环境的影响下做了轻微的外观修改,但是基本上保持了罗孚精髓,尤其是经典的侧围,醒目的大嘴版造型令人印象深刻。

在外观上荣威秉承的英伦血统赋予她 3.5:1.28:1 的完美身材。当年罗孚 75 在欧洲首创的一体式进气格栅设计概念,如今忠实地还原在荣威身上,此外隼眼圆弧前大灯、立式车灯、车身镀铬饰件,无一不流露着英国汽车独有的雍容华贵气质。

而全系的氙气大灯加上银白色的反光镜给荣威又加上了一层高贵的身影,不管怎么说,当你第一眼看到荣威的时候就能感觉到那种独一无二的英国气息。

荣威 750 独特而传统的雪茄形车身虽然不能算是多么光彩夺目,但是这种典型的英国式的设计让你感觉不到有什么不和谐的地方,给人一种彬彬有礼的感觉。

内饰

全新的车内氛围体验

作为一款注重内涵和品牌的自主品牌轿车,上汽可以说从荣威诞生之初就给它一个比较高的起点。

总体来说,在自主品牌车型中,荣威 750 的内饰做工和材料等都相当注重细节,相比之下比较符合这个级别车型的定位。真皮包裹的座椅承托力和包裹性相当好,但是

只有驾驶员侧的座椅是可以电动调节的,副驾驶位置只能手动调节,而且不能调节座椅上下高度。不过腿部空间基本上就没有这个担心了,荣威 750 在罗孚 75 的底盘上增加了 100 毫米的轴距,所以,前后排的腿部空间可以说绰绰有余。就算是前排将座椅调节到最后,后排乘客仍然不会顶到膝盖,这一点比较符合国内消费者的购车要求。

仪表盘和中控台基本上继承了罗孚 75 的设计风格,椭圆形的仪表和出风口等等都跟德系和日系车不同,给人一种全新的车内氛围体验。

驾控

在舒适和操控上做到平衡

发动机的性能表现基本上决定了整车的驾驶感受,荣威 750 的 2.5 升 KV6 发动机来自于罗孚,它曾经出现在路虎的神行者上。不过上汽对这款发动机进行了改进,配置了 SIEMENS 新一代的 EMS 发动机控制系统,改进后的发动机最大功率达到了 135KW/6500rpm,扭矩为 240Nm/4000rpm。

在试驾的过程中,荣威 750 并没有让我感到很凌厉的加速性,这一点厂家的数据也说明了问题。10.2 秒的百公里加速时间明显可以看出,这款车追求的不是低转高扭,而且油门响应速度也没有想象中的快,这些都可以感觉到偏向商务用车是荣威 750 的重点。

照厂家的介绍,荣威 750 的悬挂系统因为宝马的参与,所以有了很好的操控性。在试驾中,荣威 750 的方向盘比较重,指向准确。但要说操控性,我觉得还有些勉强。毕竟 1.6 吨的车身重量再加上 2849 毫米的轴距,想要做到操控性难度非常大,只能说荣威 750 在舒适和操控上比较平衡,能感觉出底盘还是很扎实的。

几个小时的简单试驾还不能完全了解荣威 750,但能看出荣威是与我们经常接触的日系车、德系车、美系车不同的概念,一个新自主品牌车型、新汽车风格、新驾驶感受的全新汽车生活正在逐渐进入我们的视野。



联想 ThinkPad 宣布赞助 AT&T 威廉姆斯车队 F1 上海站赛事

9 月 24 日,联想大中华区宣布联想 ThinkPad 将赞助 AT&T 威廉姆斯车队 F1 上海站赛事,10 月 5 日至 7 日,在上海国际赛车场的“上”字型赛道上,Lenovo 和 ThinkPad 的标志将双双出现在 AT&T 威廉姆斯赛车的车身上。这是继联想集团成为 AT&T 威廉姆斯车队官方合作伙伴之后,AT&T 威廉姆斯车队首次登陆 F1 中国赛场。

自 2007 年 2 月成为 AT&T 威廉姆斯车队在 F1 世锦赛中的顶级赞助商以来,联想凭借其强大的技术创新实力、卓越的产品品质及性能,成功助力于 AT&T 威廉姆斯车队征战世界各大赛场,而 Lenovo 的标志也随之驰骋全球。引人注目的是,联想官方宣布,在今年 F1 上海站的赛事中,联想将首度使用 ThinkPad 的标志,也就是在 AT&T 威廉姆斯车队的本站赛事中,赛车的尾翼上依然是 LENOVO 的标志,而在赛车的两侧车身,则采用 ThinkPad 标志。此举不仅将联想 ThinkPad 自身的品牌形象及品牌策略通过 AT&T 威廉姆斯车队 F1 上海站亮相完美展现,更凸现出 ThinkPad 在联想战略发展中的重要地位。

联想集团高级副总裁兼大中华区总裁陈绍鹏表示,

“联想在中国上海站赛事突出 ThinkPad 标志,既是联想一直坚持并持续深化‘双品牌’策略的体现,同时也体现了联想大中华区给与 ThinkPad 最大和最佳的资源支持。我们将在大中华区加强联想与 ThinkPad 的品牌关联度,为全球整合提供坚实的后方以及宝贵的经验。”AT&T 威廉姆斯车队的首席运营官 Alex Burn 表示:“在 F1 赛事中,车队对于 PC 技术的依赖很大。联想不但为我们提供了品质卓越的 PC 产品,同时,联想 PC 技术还可以通过创造各种解决方案全面支持我们从车库到管理车队、赛车技术上的模拟和组装等等。与联想合作以来,我们可以更加专注地将精力聚焦在我们的赛车性能、各站赛事策略而不是 IT 问题上。通过运用联想极具创新性,可靠性极强且性能强大的 ThinkPad 笔记本和联想台式机,我们自信可以成为一个非常强大的车队!”

与此同时,联想中国区笔记本营销总经理仪晓辉表示,“F1 赛事不仅是速度极限的竞争,更是高科技的竞技。能够成为世界一级方程式赛车这样世界级赛事的顶级赞助商,能够与 AT&T 威廉姆斯车队这样的世界劲旅合作,让联想的产品在最严苛的环境

中经受考验,同时,为 AT&T 威廉姆斯车队创造最佳赛事成绩贡献我们的专业技术是我们的骄傲,也是我们联想的产品获得世界级认可的一种证明!

联想中国区 Think 产品营销总经理王芳表示,“联想 ThinkPad 能作为 F1 AT&T 威廉姆斯车队的官方合作伙伴,是车队对 ThinkPad 卓越品质、高效性能、领先技术的肯定。此外,F1 运动追求极限的精神同 ThinkPad 渴望极致体验的品牌内涵非常一致。同时,ThinkPad 一直以来是笔记本电脑创新技术的领导者,其诸多创新源自于赛车的设计灵感,如 APS 主动硬盘保护技术,镁制防滚架等得到了用户的一致认可。这些相似之处成就了今天 F1 AT&T 威廉姆斯车队和联想 ThinkPad 的金玉良缘。”

