

## 海外媒体对比试驾测评

## 斯柯达速派完胜奔驰E级？

斯柯达速派近日于国内上市。在更早上市的海外市场上，速派受到了试驾媒体的一致好评，甚至有不少媒体认为，速派比起奔驰E级也毫不逊色。



本报记者综合外电 李修惠

当德国知名汽车杂志《Autobild》将斯柯达全新速派和梅赛德斯-奔驰E级车放在一起，做了一期对比试驾，并且得出速派完胜后者的结论时，很多人都认为这是杂志在博人眼球。为了驳斥这一结论，不少海外汽车媒体纷纷推出各自的速派与奔驰E级的对比试驾，最后都得出了大致相同的结论——除了在品牌溢价能力上略逊一筹之外，速派在动力、外观、配置、空间、使用成本等各方面与奔驰E级相比，都是有过之而无不及。

## 外观与动力

关于车辆的外观审美，真的是萝卜青菜各有所爱。毫无疑问，奔驰E级优雅豪华的外观是很多人的一颗心。但速派的外观也没有让人失望，全新速派应用了斯柯达最新概念车Vision C的设计元素，以精准的线条、立体的型面和完美的比例在中外车展上受到了广泛的好评。动力方面，海外版的速派提供1.8T涡轮增压发动机和2.0T涡轮增压发动机两种选择。其中，汽油版的最大功率和扭矩分别达到了116kW和250Nm，而柴油版的数据则为103kW和320Nm。

大部分对比试驾都选择了动力上较为接近的2.2T柴油版奔驰E220 Blue TEC与2.0T柴油版的速派进行PK。由于速派搭载的动力系统较新，且是四轮驱动，无论在动力参数还是驾驶感受上，都优于后轮驱动的E220。斯柯达的百公里加速时间进入了9秒以内，为8.6秒。而E220的成绩稍逊，为9.1秒。

## 空间舒适性

海外车型并没有加长车身设计的习惯，所以海外版奔驰E220即便定位在C级轿车上，空间也没有优势，后排空间表现尤其欠佳。在这样的情况下，车身加宽至1865mm、轴距提升至2841mm的全新速派自然占了上风。

从两辆车后备箱的外观上来看，奔驰E级的尾部更宽一些，达到了1140mm；速派的后备箱宽度

为1000mm，略窄于对手。但速派掀背式设计的后备箱更高一些，这让速派能够装下更多的东西。从数据上来看，速派不仅以1950L的行李箱容积打败了1855L的E级，事实上，这样的数据能够打败绝大多数同等价位的车型。另外，全新速派的车内储物设计也要比已经到了产品周期末端的奔驰E级更丰富讨巧。

## 价格与使用成本

速派在价格上的优势不言而喻，2.0T柴油版速派在欧洲市场的售价为3.5万欧元，奔驰E220 Blue TEC的价格却为4万欧元。更为关键的是，斯柯达所需的缴纳的保险费用远低于E级。在海外市场上，速派的保值率也略高于奔驰E级。在中国市场，速派16.98万~27.68万元的价格也比奔驰E级39.8~79.8万元的价格便宜了好几个数量级。

在中国，这两辆车维修保养的费用也会存在很大的差距。根据中国保险行业协会与中国汽车维修行业协会联合发布的零整比数据，北京奔驰回回都跑在“第一”，零整比数据一度超过12。所以在使用成本的评分中，依然是速派占优势。

## 品牌因素

论及品牌溢价能力，奔驰肯定要胜于斯柯达，毕竟奔驰一直以来都以豪华品牌的形象闻名于世，而且奔驰E级轿车系列也因其高品质而为消费者所熟知。

但从产品周期来看，奔驰E级已经到了生命周期的末端。全新速派作为斯柯达最新一代车型，有着后来居上的优势。在轻量化、互联系统、高科技配置和创新科技层面，速派都有着时代化的长足进步，这一点是E级无法与之相比的。

通过以上这些综合评论，不难发现，若是说全新速派完胜奔驰E级，确实有一点夸张的成分，毕竟两者的品牌定位还是存有差异的。奔驰E级作为老牌豪华汽车的经典产品，几乎在各个方面都无可指摘。但话说回来，斯柯达也是百年品牌，而且全新速派在产品力上的确不逊于对手。

## 回馈消费者 赞助冠军车手

## 上汽大通开启新西兰之旅

本报讯 近日，上汽大通举办的首批新西兰海外鉴证之旅圆满落幕。从去年12月起，上汽大通在全国范围内开展了试驾赢新西兰之旅活动。在一年活动时间内，每月抽出一位参与试驾的幸运者开启新西兰之旅。活动吸引了广大消费者的关注。

试驾赢新西兰活动还在进行当中，消费者可以在上汽大通微信上报名或在经销商展厅参与活动。

目前，上汽大通已经跻身新西兰宽体轻客市场前三甲，成为新西兰街头的一道风景，与新西兰经销商集团 Great Lake Motor Distributor 合作，在新西兰境内布局20个销售服务网点，覆盖新西兰全国市场。

新西兰是上汽大通成功攻克的发达国家市场之一。近年来，发达

国家市场已经成为上汽大通海外最大市场，承担了其海外的大部分销量来源。到2020年，上汽大通海外销量要占到总销量的20%~30%，成为真正意义上的国际品牌。为此，新一轮的海外计划已经浮出水面。在新西兰，大通将在V80和G10的基础上，再度推出中高端SUV和皮卡，实现在当地市场份额和市场排名的双双迈进。

又讯，新西兰2015-2016皮卡拉力赛在陶波赛车运动公园拉开帷幕，上汽大通赞助的赛车手Caine Lobb勇夺冠军奖杯。Caine是上汽大通在海外赞助的第二位具有体育精神、有潜质的国际职业运动选手，其在比赛中超快的速度和优异的成绩，与上汽大通在全球市场上形成的“大通速度”有异曲同工之妙。（王颖）

## “你们定会因创新而崛起！”

## 上海小系车灯举办北美汽车照明技术展示

本报讯 近日，上海小系车灯的研发团队前往北美，向其海外客户展示公司在汽车照明领域的创新技术。这也是上海小系首次主动地、大规模地举办海外展示活动。

首场展示在GM技术中心旁的宾馆内举行，吸引了相当多的GM工程师参会，其中不乏高级经理，GM主管灯光和外饰的总监也亲临现场，对上海小系车灯的新技术表现出了极大的兴趣。几位核心领导在翌日需要赶早班飞机奔赴欧洲参加ISAI国际照明会议的情况下，依旧兴致盎然地参加小系的新技术试驾直到深夜，并且给出了很高的评价。同时，他们也对新系统对北美道路上的一些高反射率的路牌反应过于灵敏的现象提出一些建议，起到了很好的沟通作用。由于本次海外展示是该系统的首次原型机展

示，在时间紧迫的情况下，无法对系统进行北美路况的适应性调试。GM的相关高层表示，非常期待测试优化后的系统。

上海小系车灯在接下来两天中还向克莱斯勒和福特进行了展示，同样获得了良好的反响。尤其是面向福特的展示活动，现场技术交流的氛围十分热烈。有位华裔工程师被上海小系的新技术惊住了，用中文与上海小系的工程师们畅谈，称他们以前谈到新技术，首先会想到欧美或日本，根本不会想到中国。她表示，前几日刚参加过日本KOITO的技术展，认为上海小系的新技术毫不逊色于日本，甚至更领先，可应用性更强，看到上海小系的进步感到特别自豪，觉得上海小系一定会在创新技术方面崛起。（敖锦龙）

## 朝日新聞

## 东京车展开幕

东京车展于10月30日开幕。丰田与本田等日本本土汽车制造商强势亮相，带来多款新颖概念车。其中，丰田带来了FCV Plus燃料电池概念车，该车科幻感强烈。丰田的全新入门级S-FR赛车造型圆润，采用了轻量化设计，整备质量仅为980kg。而本田也为我们带来了FCV燃料电池车，与丰田FCV正面对决。

## The New York Times

## 优步再获10亿投资

《纽约时报》消息称，优步近日再次获得一笔近10亿美元的投资。据测算，这家新秀公司已经到手的融资总额在600亿~700亿美元之间。截至7月，优步总计融资逾500亿美元。9月，《华尔街日报》披露优步获得近10亿美元融资。时隔不到一个月，优步又将新的一笔10亿美元融资收入囊中。

分析指出，为了在中国市场上占有一席之地，优步不得不和同样成长迅速且手握巨额融资的滴滴展开拉锯战。就在上个月，优步总部为其在中国的分部募集到了12亿美元的投资。

## Bloomberg

## 丰田再获销量冠军

今年1-9月，丰田全球销量达到749万辆，超越大众的747万辆，成为今年前三季度全球最大汽车制造商。

大众此番失去销量冠军宝座的主要原因并非“排放门”事件。彭博社称，中国车市下行的因素对大众前三季度销量下滑影响更大。不过，“排放门”对大众销量的影响在第四季度就会显现，这给大众今年搞得全球销量冠军带来了不小难度。

## MOTOR TREND

## 特斯拉第三季度亏损

特斯拉第三季度财报显示，尽管特斯拉在今年第三季度收入8.52亿美元，几乎是去年同期的两倍，但依旧净损7500万美元。

另外，Model S在中国的销量开始有了起色，深圳已经成为了特斯拉在全球范围内销量最高的城市之一。截至目前，特斯拉已在中国建立了23个超级充电站。考虑到其在中国市场的销量正在逐渐走高，这一数字将会快速增长。