

авто

«RX — это самый популярный кроссовер в мире»

— обновление —

ТАКАЮКИ КАЦУДА, главный инженер автомобиля Lexus RX, рассказал „Ъ“, почему компания, в которой он работает, никогда не будет ставить на свои машины дизельные моторы и почему ассиметричный дизайн — это модно, смело и современно.



млении салона, например, впервые использована тема ассиметрии. Кокпит водителя визуально отделен от места пассажира изящной ассиметричной линией: это и элегантно, и функционально удобно. Дизайн салона обрел скорее органический, чем механический характер. Так же, как и материалы, которые используются в отделке. У водителя и пассажира переднего ряда сидений теперь много пространства над головой, так как в новом автомобиле они сидят ниже на 19 мм. На втором ряду сидений могут свободно разместиться три человека благодаря более низкому полу в задней части салона. Кроме того, сиденья и обшивка дверных панелей автомобиля могут быть отделаны кожей двух новых цветов — коричневого и кремового. Еще одна отличительная черта дизайна — элегантная прострочка на спинках водительского и пассажирского си-

дений, перекликающаяся с рисунком на обшивке дверных панелей.

— Какие технологические изменения претерпел автомобиль?

— Если говорить о водительском месте, в новом поколении RX мы увеличили приборную панель. Вся необходимая информация продуманно удобно предоставлена водителю, при этом не отвлекая его от вождения. Проекционный дисплей увеличился в размере и стал полноцветным. Он проецирует важнейшие данные систем управления на центральную часть ветрового стекла. То есть информацию может видеть как водитель, так и пассажир. Также для улучшения обзорности мы уменьшили стойки автомобиля и увеличили зеркала заднего вида.

Изменения претерпела также гибридная силовая установка с 3,5-литровым двигателем V6. Полностью модернизированный 3,5-литровый двигатель V6 с непосредственным впрыском представляет собой дальнейшее развитие базового шестицилиндрового двигателя. В двигателе используются впускные каналы и камеры сгорания новой формы, которые улучшают смешивание топливно-воздушной смеси внутри цилиндра, а следовательно, и эффективность ее сгорания.

— Почему вы не устанавливаете дизельные двигатели на свои автомобили?

— Мы в самом начале сделали ставку на чистые технологии. И это наш осознанный выбор в пользу экологичности. Мы считаем, что будущее за автомобилями с гибридными и экономичными турбированными двигателями, работающими на бензине.

«Мы самый молодой игрок на премиальном поле»

— инакомыслие —

«Думать иначе» — рецепт успешного бизнеса в том числе в автомобильном мире. ФРАНСУА БАНКОН, вице-президент Infiniti по планированию продукции, рассказал „Ъ“, почему новый кроссовер Q30 создан для тех, кому не подходят традиционные премиальные автомобили.



— Главная новинка Infiniti на этом салоне — Q30. Чем этот автомобиль отличается от своих конкурентов?

— Создав Q30, марка Infiniti вышла в самый сложный сегмент рынка. Чтобы добиться в нем успеха, автомобиль должен внушать доверие и отличаться от одноклассников. Я говорю не о цене, не об оснащении — важнее дизайн снаружи и внутри: с их помощью автомобиль должен рассказывать свою, не похожую на другие историю. И эта история должна быть более эмоциональной, впечатляющей и увлекательной, чем уже слышанные.

В какой-то момент человек устает ходить чужими дорогами и не хочет ездить на машине, как у его папы. Нужен свой собственный рецепт. Сегмент «премиум» сегодня стал очень традиционным, и мы предлагаем то, чего там сейчас не хватает.

— Как вы будете создавать свою собственную традицию?

— Сейчас в премиум приходит много новых покупателей. Но есть те, кто не приходит, потому что не видит того, что ему нужно. Никто не предлагает им то, чего они хотят в премиум-

сегменте. И вот это мы и сделаем — дадим то, чего они хотят. Число таких потенциальных клиентов растет во всех странах мира, и это наши люди. А для этого надо думать иначе. Если говорить о технологиях, то их сегодня даже некоторый избыток. Вы садитесь в автомобиль, включаете его и поражаетесь, как много вокруг нового. Люди просто теряются во всем этом изобилии и не понимают, как всем этим пользоваться. Поэтому мы должны задуматься о том, чтобы остановить эту гонку за очередным «ого!». И сделать более понятным использование того, что уже существует.

— Мы привыкли считать, что престижный автомобиль большой и мощный. Сейчас мы видим все больше компактных моделей премиум-брендов, и одна из них — Infiniti Q30. Эта тенденция будет развиваться?

— Да, Q30 относится к классу C, который, впрочем, приблизился к премиум-сегменту: каждое новое поколение моделей растет в размерах. И этот класс уже осваивают премиум-бренды. У нас для Q30 есть двигатель 1,6 л. Сравнительно недавно для премиум-сегмента минимальный объем двигателя был 2,5 л. У Infiniti есть и такие. Но зачем? Однако новые технологии более эффективные и позволяют добиться более высокой мощности при меньшем объеме: предназначенный для Q30 двигатель 1,6 л развивает 156 л. с. У нас есть дизель 1,5 л и двухлитровый бензиновый с турнаддувом для самой быстрой версии. Мы используем на Q30 двигателя небольшого объема, потому что большие двигатели просто не нужны! Вспомните V10, V12 — сегодня их просто не выпускают. Даже V-образные восьмицилиндровые двигатели выпускаются все меньше: их производство упало примерно на 40%. Люди относятся к таким вопросам все более разумно. И это шанс для Infiniti.

— С размерами автомобиля происходит то же самое?

— Да, конечно! Это все относится и к размерам автомобиля. 90% покупателей, выбирая машину, определяют ее характеристики, держа в голове «А что будет в случае, если...?». Что вы будете делать с семиместным автомобилем, если у вас семья с одним ребенком? Машина будет просто занимать бесцельно много места. Во многом современные взгляды на использование автомобиля сформировались под влия-

нием США. Но в этой стране все предназначено для автомобиля: торговые центры с огромными паркингами и развитая сеть дорог. Не думаю, что в Москве с ее пробками нужен большой автомобиль.

— Кто ваш типичный потребитель?

— Он слегка моложе, чем у других премиум-брендов. В первую очередь это касается Китая. Именно на молодых клиентов мы и нацелены. Потому что люди в 35 лет готовы думать иначе, чем принято. И они не удовлетворены тем, что уже существует сегодня. Те, кому сейчас 45 и более, скорее ищут традиционные элементы, они менее склонны к риску испытать что-то новое. Ну и локальные предпочтения: «немцы должны покупать немецкое». Это все вполне естественно. И можно сказать, что эта концепция превратилась в работоспособный бизнес-план: сейчас средний возраст наших покупателей самый низкий в премиум-сегменте. Мы самый молодой игрок на премиальном поле.

— Говорят, что премиум-сегмент — самый устойчивый в кризис. Так ли это?

— В общем это так. Но все-таки спады касаются и премиум-сегмента тоже. Единственный вид автомобилей, спрос на который не зависит от экономической ситуации, — это кабриолеты. Графики их продаж очень впечатляют: это практически прямая линия. Если человек богатый, то в кризис он становится просто чуть менее богатым.

Записал Валерий Чусов

«Этот автомобиль определяет понятие современной роскоши»



— технологическое совершенство —

Компания BMW ответила на вопрос, как должен выглядеть самый высокотехнологичный автомобиль, выпустив обновленную седьмую серию. Чем новинка покорила покупателей, „Ъ“ рассказала ЕЛЕНА СМЕРНОВА, генеральный директор «BMW Group Россия».

— Вы презентуете на Франкфуртском автосалоне новый BMW седьмой серии. На ваш взгляд, не исчерпала ли себя рыночная ниша сегмента представительских седанов? Это был весьма перспективный сегмент, но кризис, очевидно, вносит свои коррективы в рынок. Как долго сохранится спрос на него, не сменятся ли предпочтения покупателей в пользу более экономичных машин?

— Россия входит в пятерку ключевых рынков по BMW седьмой серии. Мы делаем большую ставку на новое поколение этого автомобиля. Он переворачивает представления о том, что возможно с инженерной точки зрения. Не просто же этот автомобиль — самый дорогой в своем классе. Текущий спад в экономике, конечно, влияет на покупательную способность населения. Это проявляется в цифрах продаж BMW первой серии или BMW X1. В то же время мы более уверенно себя чувствуем на автомобилях старших сегментов. Автомобили в России сейчас стоят дешевле, чем в Европе, если пересчитать стоимость по курсу. Этим пользуются те, кто откладывал покупку на более поздний срок или просто хорошо считает деньги.

— BMW — премиальный бренд. На ваш взгляд, какими характеристиками должен обладать автомобиль, претендующий на премиальность. Как само понятие премиальности трансформировалось за последние годы, с момента появления предыдущей версии «семерки».

— Действительно, понятие премиальности серьезно трансформировалось. В современном мире роскошь невозможно измерить только такими параметрами, как цена, материалы отделки или уровень комфорта. Современная роскошь — это прежде всего не богатство вещей, а сила передовых идей. Комфорт подвески, шумоизоляция и качество звучания аудиосистемы — конечно. Качество материалов и мастерство сборки — разумеется. Эстетическое совершенство, новейшее оборудование и технологии, выверенная до миллиметра эргономика и приятная атмосфера в салоне — безусловно. Динамические характеристики, самые низкие в классе показатели расхода топлива и выброса вредных веществ — новый BMW седьмой серии превосходит своих конкурентов во всем. Именно его эстетическое, техническое и идейное совершенство — этот автомобиль определяет понятие современной роскоши.

— Технологии не стоят на месте. Какие ключевые технические обновления в новой «семерке» вы бы отметили? Какие новые технологии в области безопасности движения, контроля управления, коммуникаций и снижения расхода топлива, используемые сейчас разными производителями автомобилей, вы считаете наиболее перспективными и востребованными на рынке?

— BMW седьмой серии нового поколения — самый технологически продвинутый автомобиль в классе «люкс». В нашей презентации по новинкам и технологиям более 500 страниц с описанием возможностей нового седана. Среди них — концепция облегченного кузо-

ва BMW EfficientLightweight с углеродопластиковым сердечником Carbon Core, что является уникальной экспертизой BMW по работе с этим материалом в рамках электроавтомобилей BMW i. Или лазерные фары, которые впервые в мире появились в спорткаре BMW i8. Мы берем технологии будущего и предлагаем их сегодня. Кроме того, BMW седьмой серии оснащается, в частности, шестицилиндровым рядным бензиновым двигателем нового поколения и модифицированной восьмиступенчатой автоматической коробкой передач. Уже в стандартной комплектации он имеет пневмоподвеску, а в качестве опции для автомобиля предлагается проактивная ходовая часть Executive Drive Pro с системой управления стабилизаторами поперечной устойчивости и возможностью заранее подготовить автомобиль к предстоящим неровностям. И это лишь часть инноваций, заложенных в новый BMW седьмой серии — без преувеличения, самый технологичный автомобиль в мире.

— У BMW накоплен большой опыт продаж BMW седьмой серии. Какие опции наиболее востребованы покупателями? Есть ли у вас обратная связь с покупателями и как вы учитываете их пожелания к автомобилю при обновлении модели?

— Новый BMW седьмой серии уже в стандартной комплектации имеет очень широкий перечень оборудования: кожаный салон и кресла с электрорегулировками, светодиодные фары, навигационная система, пневмоподвеска и широкий перечень функций BMW ConnectedDrive, среди которых услуги BMW Teleservices, функция «интеллектуального» экстренного вызова, дистанционное управление автомобилем и консервж-сервис. Он получит и уже новую систему BMW iDrive, где сенсорные экраны работают без задержек, как мы привыкли на наших мобильных устройствах. Наши клиенты в России любят технологические новинки. И мы уверены, что все будоражащие сознание опции будут популярны. Это и ключ, который похож на маленький телефон, с которого можно управлять частью функций в автомобиле, а также его парковать в гараж или в узком пространстве. Управление жестами — новейшая возможность в автомобильном мире. Сделать звук громче или тише, принять или отклонить звонок, а также другие функции могут теперь управляться понятными движениями рукой в воздухе. Естественно, станут популярными эксклюзивные сиденья Executive Lounge с несколькими видами массажа и фитнес-программой Vitality. Панорамная крыша со звездной подсветкой Sky Lounge, аудиосистема класса High End Bowers & Wilkins Diamond Surround Sound и планшет управления функциями развлечения и комфорта для задних пассажиров BMW Touch Command — все это обязательно станет теми деталями, которыми сможет похвастаться только владелец BMW седьмой серии.

— Компания BMW недавно вывела на рынок электромобиль i8. Его продажи оправдали ожидания маркетологов компании, сколько i8 уже обрели своего владельца и сколько таких машин продано в России?

— С января по август 2015 года компания «BMW Group Россия» передала клиентам 28 автомобилей BMW i8. Он остается очень эксклюзивным автомобилем на мировом рынке: производственные мощности загружены на несколько лет вперед. Спортивный характер и технологии будущего получили отражение в дизайне. Автомобиль выглядит нереально на улицах города. Понятно, почему интерес к нему огромный.

Записал Алексей Харнас

«Mazda не может быть слишком дорогой»

— японский подход —

МАСАХИРО МОРО, исполнительный директор Mazda Motor, уверен в хорошем спросе на автомобили класса SUV. Один из концептов автомобилей этого класса компания как раз и представила на Франкфуртском автосалоне.



— За что сейчас готовы платить покупатели автомобилей, что для них приоритетно — безопасность, дизайн, экономичность, наличие электронных систем, облегчающих управление, экологичность автомобиля?

— С моей точки зрения, покупатель прежде всего оценивает дизайн автомобиля, затем качество материалов и сборки и уже затем смотрит на динамические характеристики.

— Если мы говорим про дизайн, какие материалы, используемые в отделке салона, сейчас наиболее популярны и востребованы покупателями?

— Кожа, дерево или алюминий всегда будут использоваться для отделки салона. Да, они должны быть качественными, но мы говорим не просто о хорошем качестве обработки: они должны быть превосходны на ощупь, они должны гармонизировать друг с другом. Так же, как аудиосис-

тема: да, мы можем установить динамики с прекрасными характеристиками, но важнее добиться правильного звука именно в замкнутом пространстве машины.

— Кроссоверы Mazda претендуют на статус премиального автомобиля. Как за последние годы трансформировалось понятие премиальности, каким требованием должен отвечать современный автомобиль премиального класса?

— На сегодня тиражировать настоящую премиальность смогли только три крупнейших немецкие автомо-

бильные компании. Я не вижу Mazda премиальной машиной в том виде, как это понятие трактуют немецкие производители. В целом нам надо держать баланс: Mazda не может быть слишком дорогой, чтобы не потерять своего покупателя, но и не может быть слишком дешевой, поскольку низкая маржа при нашем не самом большом объеме производства не позволит компании устойчиво развиваться.

— Вы представляете на автосалоне концепт Koege, можно ли говорить, что это прообраз модели CX4?

— Этот концепт не более чем дизайнерская разработка. Мы видим явный тренд в сторону SUV: все больше покупателей склоняются именно к этому типу автомобилей. Сейчас у нас в модельном ряду слишком много традиционных автомобилей — седанов, хэтчбеков, нам надо дополнить эту линейку достаточным количеством кроссоверов. Мы будем изучать реакцию публики на наш концепт и после этого изучения пойдем, как Koege будет трансформирован и в какой серийный автомобиль превратится.

— Несколько лет назад Mazda демонстрировала прототип, в котором часть функций управления могла быть реализована с помощью iPhone, подключаемого

в специальное гнездо прямо на приборной панели. Эта разработка так и осталась на уровне прототипа или Mazda развивает сотрудничество с производителями смартфонов?

— Connectivity — важное направление работы нашей компании. Мы занимаемся разработкой технологий использования смартфона с различными автомобильными функциями. Мы сотрудничаем с разными производителями смартфонов. Знаете, какая самая большая сейчас проблема в подобных технологиях? Их уязвимость для хакеров. Автомобиль уже стал похож на компьютер, но мало кто занимается анализом уязвимостей, защитой от несанкционированного проникновения в ту или иную автомобильную систему. Вот над этой защитой мы сейчас и работаем.

— Если говорить в целом об автомобильных технологиях, что на сегодняшний день вы считаете наиболее востребованными: активный круиз-контроль, системы автоматической парковки?..

— Наша философия в том, что вот эти системы не должны сдерживать водителя, не должны ограничивать его в своих действиях. Исходя из этого мы и оснащаем свои автомобили.

Записал Алексей Харнас