



造车新势力： 备战后交付时代

迈过2018新车交付“元年”的造车新势力，面对今年进入的后交付时代，本届广州车展各企业开始左右分化。据了解，今年广州车展参展的造车新势力企业仅有10家，而消费基数较大的10万-30万元级新能源车型以及提升消费者黏合度的增值服务，成为参展造车新势力们的发力重点。

拜腾汽车 M-Byte明年量产上市

作为拜腾首款电动SUV，M-Byte在本届广州车展上正式与中国消费者见面。

此次，M-Byte的亮相标志着拜腾正式进入量产冲刺阶段。拜腾首席执行官戴雷表示，M-Byte将于明年上市，并首先交付中国消费者。

外观上，M-Byte保留90%概念车设计，悬浮式D柱首次在电动车上实现，并将作为拜腾家族式设计应用于后续产品中。此外，拜腾M-Byte还搭载常见于豪华品牌车型的矩阵式LED大灯，而在此基础上打造的Smart Surfaces智能表情更是赋予M-Byte全新内涵。悬浮的环绕式中控台，取消传统前排中部档位，保证车内地板足够平坦。

同时，空调系统移至引擎舱下，释放前排中部空间。拜腾首次将旋转座椅应用于量产车，前排Orbiters旋转座椅可向内旋转10度，打造更舒适的交流空间。未来，M-Byte将提供多个电池和电机组合。其中，95千瓦时后驱版车型，NEDC工况下续航里程可达550公里。

目前，拜腾智能制造基地已进入试生产，积极备战M-Byte量产冲刺。该智能制造基地为一座符合工业4.0标准的高端智能工厂，拥有造车新势力中最先进的车辆研发与测试中心，不仅支持传统研发试验，还专注于智能电动汽车核心技术试验，可以满足全球主要市场的相关法规要求。近期，首辆工装件拜腾M-Byte已调试完毕，正在准备进行耐久性测试。

在充电服务领域，拜腾与国家电网、特来电、星星充电、安悦、云快充等充电运营商已展开合作，并在近期成为北京联行首批战略合作伙伴。在金融保险服务建设上，拜腾与中国银行、平安银行、人保财险和平安产险进行合作，将为用户提供一站式智能管家服务”。



哪吒汽车 第二款車型公布預售價

此前推出首款車型N01后，哪吒汽车在本届广州车展带来第二款車型哪吒U，并公布預售價。該車型四款車型綜合補貼后官方預售價分別為：400 U創版為15萬元、520 U創版為17萬元、520 U享版為19萬元、520 U酷四驅版為21萬元。

據了解，在全新純電HPC平台打造的哪吒U，車身長寬高分別為4530毫米×1860毫米×1628毫米。該車型搭載自主研发Hozon EPT2.0恒溫電池管理系统，可實現95%恒溫占比區間；所配備NCM811高比能量電池，能量密度達180wh/kg；電驅動系統同步升級到EPT 2.0版本，可覆蓋寬速比區間綜合效率達90%，滿足ASILC安全產品認證；四驅版车型0-100公里/小時加速時間為4.9秒，兩驅版车型加速為7秒以內。此外，哪吒U NEDC綜合工況續航達500公里以上，最大續航里程為660公里。

值得一提的是，哪吒U還裝備“透明”A柱和生命体征監測系統以及同級獨有的小You智能機器人、IME互動呼吸燈。其中，基於AR-View系統，配合自主研发的智能軟件算法及外部高清攝像頭，哪吒U實現A柱透明可視化，徹底消除視覺盲区，提升行車安全；通過主動式情感互動和人性化自然語音交流，小You智能機器人成為用戶的得力助手和出行玩伴；IME互動呼吸燈，則由LIN網絡技術與車身域控制器無縫集成，實現整車安全提醒可視化以及人車互動娛樂情感化。更為重要的是，車內還裝備生命体征監測系統，如果不小心將兒童或寵物遺留在車內，系統會第一時間通過電話等方式通知車主。

愛馳汽車 “服務找人”更新用車體驗

本屆廣州車展，已推出U5車型的愛馳汽車推出“諾道”服務品牌，通過“先體驗后購買”等方式，提升消費者對造車新勢力車型的認知度。

愛馳汽車執行副總裁蔡建軍表示，在汽車服務領域，面對用戶針對產品品質缺乏保障、服務不到位、價格不透明等問題的抱怨，愛馳諾道將提供區別於傳統服務體系，為用戶服務帶來本質上的轉變。

本次推出的“諾道”欲改變車企和用戶的關係，通過智能交互平台，實現“銷服直連”，讓用戶零距离直面品牌。據了解，“諾道”改變服務用戶的方式，通過汽車大數據對用戶需求的動態預測，為用戶提供遠程、上門、取送、救援等貼心服務行動，把過去的“人找服務”變成“服務找人”。同時，該服務還將通過建立數字化的流程，隨時了解服務進度及結果；通過公開價格信息和派單服務模式，保證服務的费用透明，把“服務黑匣子”變成“服務全透明”。實現服務便捷化、高效化和透明化，打造高品質、差異化的服務標準。

蔡建軍透露，愛馳汽車將與社會服務網絡資源共建、共享服務渠道，並於明年在全國各主要城市建設超過150家授權服務中心，實現全渠道服務布局。愛馳汽車還將利用手機App、HMI車机、專屬一對一VIP服務群等數字平台，為用戶提供360度、相比傳統4S店更貼心、更智能的全場景服務體系。”他說。

此外，基於愛馳汽車打造的“1-4-1-0”智能化服務運營體系，即1個系統中台，4個數字化運營中心、1個App交易平台，通過數字賦能的線上、線下触点，構建與用戶零距离的溝通模型。

北京商報記者 劉洋 劉曉夢/文并攝

超豪華品牌：追趕行業趨勢

純電動化和SUV化，已成為未來全球車市發展的两條路徑。面對增量車型帶來的銷量空間，一直以大排量超跑車型示人的各超豪華品牌，也在追趕汽車行業大趨勢，在純電動車型和SUV車型上謀求突破。本屆廣州車展，保時捷、阿斯顿·马丁、勞斯萊斯、瑪莎拉蒂等品牌均布局新能源或SUV車型，以期讓小众品牌在銷量上謀求新增長。

阿斯顿·马丁 237.8萬元DBX在華開售

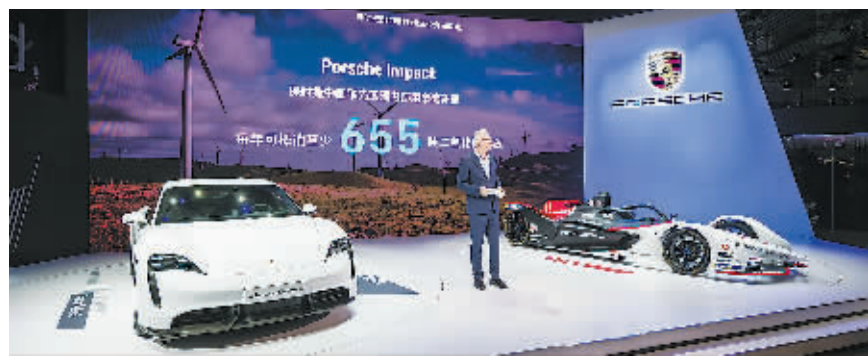
本屆廣州車展上，阿斯顿·马丁品牌首款SUV車型DBX正式上市，官方指導價為237.8萬元。阿斯顿·马丁DBX基於2015年發布的DBX概念車打造而成，並於2018年底在英國威爾士开启原型車測試工作。

阿斯顿·马丁DBX采用全新平台架构，同時在设计語言上承接DB系列風格。尺寸方面，新車長寬高分別為5039毫米×1998毫米×1680毫米，軸距為3060毫米。動力方面，該車型搭載最新版本4.0T雙渦輪增壓V8發動機，該發動機相比DB11和Vantage進行全面更新，最大功率為550馬力、峰值扭矩為700牛·米。傳動方面，新車匹配9速自動變速箱，並匹配一套全時四驅系統。在這套動力系統幫助下，該車型0-100公里/小時加速時間僅為4.5秒，最高時速約為291公里/小時。

阿斯顿·马丁全球總裁兼首席執行官安迪·帕爾默表示：“DBX的研发推動阿斯顿·马丁進入新細分市場，它的上市無疑將為品牌在全球，尤其在中國市場成為新業務增長點。此次DBX在廣州國際車展初次登台，也是其在全球車展首次正式與消費者親密接觸。”

此外，阿斯顿·马丁DBS Superleggera《女王密使》特別版也亮相本屆廣州車展。DBS Superleggera《女王密使》特別版，為紀念007系列電影第六部《女王密使》上映50周年而打造，汲取電影中1969款DBS精華，在设计上完美复刻電影中邦德座駕的獨特風格。同時，該車型配備5.2升V12雙渦輪發動機，輸出功率達715馬力，堪稱“暴力紳士”。DBS Superleggera《女王密使》特別版官方指導價為500.7萬元。

保時捷 首款純電跑車Taycan亮相



本屆廣州車展，保時捷首款純電跑車全新Taycan首次面向公眾亮相，此外還包括首次亮相的保時捷首輛純電動賽車99X Electric。

今年9月，保時捷首款純電動跑車全新Taycan首秀，標志著保時捷正式將產品陣容系統性地拓展至純電領域。设计上，全新Taycan拥有家族史上最優的空氣動力學設計，從而顯著降低能耗，並進一步增加續航里程。獨特的“腳坑”設計不僅確保了后排的乘坐舒適性，還實現了跑車特有的低矮姿態。另外，全新Taycan是首款可選擇在內飾中完全不用真皮的保時捷車型，其內飾採用的創新型回收材料強調了這款電動跑車的環保理念。動力方面，全新Taycan搭載800V技術，可保證高性能與更快的充電時間。

此次亮相的99X Electric是保時捷

捷第一台純電動賽車，這也意味著保時捷廠隊正在向電動方程式賽車大踏步進軍。99X Electric賽車的動力傳動系統繼承了919 Hybrid賽車的技術，搭載800V技術。

保時捷中國總裁及首席執行官嚴博禹透露，全新Taycan將於2020年進入中國市場，並公布了两款旗艦車型全新Taycan Turbo S和Taycan Turbo以及Taycan家族的第三款車型全新Taycan 4S的官方指導價，分別為179.8萬元起、149.8萬元起和114.8萬元起。

充電等基礎設施方面，嚴博禹表示，將率先在北京、上海、深圳和成都四座城市开启代客充電服務，同時將打造100個保時捷專屬停車充電網點，計劃在全國範圍內整合超過10萬個第三方充電設施。

北京商報記者 劉洋 劉曉夢/文并攝



成立五年 逐梦公益从未止步

凭借旗下独特英伦魅力的双品牌，捷豹路虎在群雄逐鹿的中国豪华车市场赢得一席之地。同时，捷豹路虎更是将责任与担当作为品牌关键词，通过深耕青少年公益，实现梦想基金从有到优的转变与升级。

2014年，捷豹路虎成立中国青少年梦想基金，成为中国汽车领域首个专注青少年儿童成长与发展的公益基金。五年来，通过开展各项青少年公益项目，捷豹路虎已惠及40万中国青少年，并将持续聚焦创新素质教育、社会关爱、中

英交流三大领域。谈到公益事业，王燕认为：“捷豹路虎在五年前成立中国青少年梦想基金，这个名字是源于‘中国梦’。青少年是祖国的希望和未来，所以我们决定聚焦这一群体。”

梦想基金成立伊始，捷豹路虎便将青少年视力关爱纳入公益版图。五年间，捷豹路虎跟随医疗专家团队一路从云贵川到新疆，已经为19万青少年播下光明的种子。项目还通过专业的培训和医疗设备捐赠，全面提升受助地医疗水平。今年8月，视力关爱项目第二阶段首站来到宁夏彭阳，预计将在一年为当地400名眼疾患儿提供免费治疗，并将通过专业医疗

培训逐渐改善当地薄弱的医疗水平。

播撒希望 公益没有“寒冬”

回顾五年公益造梦路，王燕表示：“每一次去希望小学，看到学校的每一个变化，孩子们的每一个微笑，都是给我们的最好回报。这就是企业生存的价值所在。”

2014年，捷豹路虎援建了云南昭通一所小学，让孩子们实现了“在宽敞明亮的教室里读书”的梦想。但捷豹路虎并未停下脚步，继续围绕学校建设开展了一系列公益项目，让学校发生了翻天覆地的变化。昭通相对落后

从有到优 捷豹路虎向善之心不甘止步

入华九年，捷豹路虎不仅在产品端获得成功，更认真履行企业社会责任，持之以恒构建社会责任生态圈，在大众心中留下具有温度的品牌形象。

11月23日，在第十五届中国企业社会责任论坛上，捷豹路虎第五年荣膺“年度责任企业”，而在21日举行的“2020中国年度车颁奖典礼”，也斩获《中国年度车》历史上首个“CCOY年度CSR荣誉企业”奖项。

捷豹路虎中国公共关系及企业传播执行副总裁王燕女士表示：“梦想基金不仅仅是捷豹路虎的，我们希望它是属于全中国、全世界的。在这样一个价值共赢体系中，我们将以责任担当，聚力发展，和各位同仁一道在公益、创新、奋斗的路上并肩前行，让世界变得更好。”



公益事业达到一个全新高度。

依托梦想 打造有温度的品牌

细数捷豹路虎五年来的心路历程，此次获评多项公益权威大奖，可谓实至名归。植根中国、面向未来，捷豹路虎不断丰富产品布局，推进国产化进程。同时，捷豹路虎的本土化不仅局限在产品端，更体现在公益事业上，五年如一日坚守公益之路，更是深耕本土化发展的体现。

作为全球最大汽车生产国及容量最大的新车消费市场，中国市场已成为车企逐鹿的战场，而捷豹路虎不仅要在中国汽车消费市场站稳脚跟，更要打造有温度的品牌，为扎根中国打下坚实基础。

“双赢”是捷豹路虎在公益路上的收获，在体现自身满满诚意的时候，也在中国收获累累硕果。捷豹路虎正在通过深耕中国市场，体现品牌新价值。

新生向上的心，从不甘于止步。对于捷豹路虎而言，手揽大奖并不代表公益之路的完美落幕，恰恰代表一个全新开始。未来，捷豹路虎将继续发挥品牌优势，开展更多优质公益项目，创造更大的社会价值。