

造车新势力瞄准“后”市场

大浪淘沙,拜腾、赛麟、零跑等造车新势力集体缺席,而在造车竞赛中胜出的蔚来、小鹏、威马等,则通过北京车展开启新一轮争夺。作为目前国内造车新势力销量冠军,蔚来和小鹏,本届北京车展并未以“车”为重点,而是瞄准如何提升消费黏合度。将NIO Power独立后,蔚来在北京车展发布全新补能计划,同时欲扩大“充电圈”,通过服务反向拉动销量增长。而小鹏也发布首任车主终身免费充电等优惠政策。



小鹏免费充电绑定消费端

相继推出续航里程520公里和706公里的G3、P7两款车型后,小鹏汽车开始从充电端绑定车主。本届北京车展,小鹏超充推出免费加电计划,该计划面向所有服务期内的鹏友车主。

据了解,小鹏汽车首任非营运车主用车期间,前往指定充电桩(站)充电时,小鹏超充将提供每辆车每年3000度电的终身免费充电服务。同时,据透露,小鹏超充还将与优质合作伙伴,包括国家电网、南方电网、特来电、星星充电、小桔充电等共建超充网络,并优选合作伙伴中位置好、服务好的站点,再结合自建超充站点为用户提供免费充电服务。

小鹏汽车相关负责人表示,该计划已覆盖北京、上海、广州、成都、杭州等24座城市。按照小鹏超充计划,今年12月31日前,

实现累计不少于60个城市实施免费超充服务;明年二季度末,覆盖累计不少于200座城市。

与此同时,在购车端,小鹏再次降低购车门槛。本届北京车展,小鹏推出电池租赁计划,用户可仅在前期支付车辆车身部分价款后,享受最长七年分期服务,每月仅需支付少量的电池租赁金额,即可获得车辆以及电池所有权。在此基础上,消费者还可以选择对车身价款分期购买,首付最低仅30%,更进一步降低购车门槛。小鹏汽车方面表示,该计划涉及G3和P7的主流车型,以P7车型为例,消费者购买时车价最高可降低7.5万元,电池月租金最低仅980元。

蔚来欲解“目的地”充电痛点

目前,已布局超400根超充桩的蔚来,面对新能源车主出行半径不断扩大,欲通过建设目的地直流充电网络,解决消费者

出行补能痛点。

本届北京车展,蔚来正式推出目的地充电桩计划 Power Up Plan”。

据介绍,蔚来将在热门旅行、休闲、商业目的地部署20千瓦目的地直流桩,形成覆盖全国便捷、灵活的目的地充电网络。蔚来CEO李斌表示:“我们的目标是在全国部署超过3万根目的地直流桩。”

近两年,蔚来针对旅游、办公、商业等场景已进行一些目的地充电服务尝试。据统计,以位于秦皇岛的阿那亚安澜酒店为例,蔚来目的地充电桩平均每根充电时间超过7小时/天。

但是,李斌也坦言,试水目的地充电桩时也遇到很多现实困扰,比如超充桩确实太贵,交流慢充桩体验不好等情况,针对这些困扰,在蔚来发布20千瓦直流快充桩后才得以解决。相比超充桩,20千瓦直流快充桩不需要额外的线路改造,对电容量的要求也比较低,最快仅需3小时即可完成部

署。同时,成本远低于超充桩,加电效率可达超充桩的30%,非常适合目的地的场景部署。”他说。

同时,为推动目的地直流充电网络建设速度,蔚来宣布,将为所有愿意共享资源并且对蔚来用户免收服务费的合作伙伴,提供总额1亿元建设运营补贴。

威马首款轿车明年底亮相

刚刚完成新势力造车最大单轮融资100亿元后,本届北京车展,威马汽车公布应用全新WMConnect智慧数字座舱的首款可量产概念轿车Maven内饰设计,该车型将于明年底亮相。

作为威马家族新成员,威马EX6 Plus 6座在本届北京车展正式公布综合补贴后售价,该车型分为NEX探索版和Pro性能版,综合补贴后售价分别为27.99万元和28.88万元。同时,威马首席零售官唐军营

公布销售政策,为首发666名用户提供六大专享权益。

同时,威马汽车还发布由Intelligent Cockpit(最懂中国用户的智慧座舱)、Digital Architecture(业内首个全新自研数字化架构)、EIQ(超级平台化三电系统)、Autonomous Driving(自动驾驶核心技术)组成的IDEAL4全新科技战略,并与高通、百度、紫光、芯鑫组建造车智能盟友,在四大创新科技领域展开合作,加速5G及L4等智能科技在新能源车型上实现最先落地、最快量产、最佳体验。未来3-5年,威马汽车将投入200亿元打造智能汽车。

威马创始人、董事长、CEO沈晖表示,未来威马汽车将以智能化为发展核心,打造出具备万物互联(Everything Connected)的智慧汽车,最终形成“人-车-环境”相互融合的智能科技生态圈。

北京商报记者 刘洋 濮振宇
图片来源:企业供图

新“黄金十年”启程 一汽-大众奥迪如何焕新登场

32年,600万辆销量成绩,一汽-大众奥迪始终站在豪华车市金字塔顶端,用实力稳坐“王者”地位。不过,对一汽-大众奥迪而言,这不是终点而是新起点,在车市消费升级和新一轮科技革命背景下,一汽-大众奥迪深知突破的方式只有超越自己,不断“创新”与“推新”势在必行。

今年北京车展,一汽-大众奥迪携旗下多款重磅车型亮相,全新奥迪Q5L Sportback全球首秀,奥迪Q4 e-tron概念车亚洲首秀,同时奥迪e-tron国产版、奥迪e-tron Sportback、全新奥迪RS Q8、全新奥迪R8 Coupé、全新奥迪RS 5 Sportback五款车型中国首发。

开启全面攻势的同时,一汽-大众奥迪也释放出全新征程信号。奥迪中国总裁安世豪表示:“奥迪与一汽集团是中国汽车行业的战略合作伙伴,我们将携手再创一个‘黄金十年’。”走过600万辆的里程碑的一汽-大众奥迪,如今再度以强大体系实力、强势产品阵容,展现出引领豪华车市场未来发展的坚定决心。

深谙年轻化 全球首发“先锋”产品

新“黄金十年”,年轻个性化产品成为一汽-大众奥迪布局重点。今年北京车展,全球首发的全新奥迪Q5L Sportback备受关注,这款长轴距豪华B级轿跑SUV,以全新的品价比直击豪华B级轿跑SUV市场,同时也掀开一汽-大众奥迪年轻个性化发展新方向。

近年来,随着国内年轻消费群体崛起,轿跑SUV成为车企发力的新细分领域,深刻洞察中国消费者需求变化的奥迪亦是如此,继Q3 Sportback后,趁热打铁推出Q5L Sportback。一汽-大众奥迪轿跑SUV将覆盖紧凑型、中型豪华细分市场,在引领年轻化和个性化消费潮流方面再一次走在ABB阵营前列。



全新奥迪Q5L Sportback先于全球开发的全球车型并在中国进行首发,这正是全新奥迪Q5L Sportback对“独一无二”的试验,并进行本土化的深度尝试。如果要用一句话来形容这款深度本土化产品的外形,那就是最新设计语言加上一个兼具动感与优雅的溜背造型,就组成了眼前这台十分帅气动感的轿跑SUV。新车前脸标志性的3D立体式八边形蜂窝状进气格栅搭配运动套件,极具视觉冲击力。两侧造型犀利的前大灯,不仅凸显整车运动感,也极具辨识度,这些设计使全新奥迪Q5L Sportback完美诠释奥迪Q家族车型最新设计语言。

此外,全新奥迪Q5L Sportback尾灯首次搭载预示未来发展趋势的数字OLED灯光技术。诸多细节上的精致设计让新车看上去更为时尚运动,配合4778mm的车身长度,使其拥有比普通版车型更高的颜值也更显舒展。

说完外观再看车内,全新奥迪Q5L Sportback中

控区域采用全新控制布局,12.3英寸全液晶仪表盘+10.1英寸中控触摸屏的双屏组合,搭载新一代奥迪MMI多媒体互联系统。新车搭载的2.0 TFSI发动机,0-100km/h加速时间仅为6.8秒,同时匹配的智能四驱系统,能充分满足用户在各种使用状况下的操控需求。从产品力上讲,全新奥迪Q5L Sportback“进攻力”极强,无疑将成为未来一汽-大众奥迪战队中新的“得分手”。

十年前,奥迪Q5成为豪华品牌中型SUV市场上的首款国产车型,至今已在华拥有112万车主。十年后,全新奥迪Q5L Sportback发布,不仅将拓宽一汽-大众奥迪Q5L家族覆盖范围,更能缩短与年轻人的距离。

提速电动化 产品矩阵添“潜力队员”

在拓展燃油车市场更多可能性的同时,一汽-大众奥迪深知“电气化”是下一站高地,提速电动战略刻不容缓。今年北京车展,奥迪Q4 e-tron概念车迎来亚洲首发,并在2022年由一汽-大众奥迪实现量产。这意味着,两年后一汽-大众奥迪战队中将迎来这位纯电“潜力队员”。

从外形上看,奥迪Q4 e-tron概念车极具未来感,打破奥迪传统燃油车设计,拥有极高辨识度。整车前脸采用家族最新八边形进气格栅设计,封闭式前脸与细长的大灯,带来满满的未来感与科技感。

相对于独特外观,动力系统才是奥迪Q4 e-tron概念车的核心价值所在。新车搭载前后双电机,最大功

率225千瓦,0-100km/h加速时间仅为6.3秒,整车续航里程可达450km以上。可以说,奥迪Q4 e-tron概念车拥有超强实力,尽管身为电动SUV但用户依旧可以开着新车去“撒欢”,用户不必为续航里程担忧。

值得关注的是,奥迪Q4 e-tron概念车基于MEB平台打造,与“油改电”平台不同,MEB平台在底盘布局、调校方面更具优势,通过优化悬架、驱动系统容纳下更多电池。随着奥迪Q4 e-tron概念车的国产或将助力品牌提前锁定未来新能源市场高地。

除此之外,奥迪e-tron国产版、奥迪e-tron Sportback同样在本次北京车展首发。一汽-大众奥迪销售事业部总经理石柏涛表示:“奥迪在华未来‘黄金十年’的重点是电动化战略,我们一直在讲未来十年将是电动化之年,电动化战略也是奥迪品牌的重要抓手。”

品牌全面焕新 新“黄金十年”起航

除了上述重磅产品外,全新奥迪R8 Coupé、奥迪RS Q8、全新奥迪RS 5 Sportback三款性能车也都现身2020北京车展。今年四季度,全新奥迪A5家族、奥迪RS/S等车型也会和中国消费者见面,一汽-大众奥迪正不断扩充个性化产品矩阵。

不断完善产品矩阵的同时,今年北京车展上,一汽-大众奥迪海全面焕新了品牌形象,其展台采用全新设计和全新应用的展品并启动全新品牌CIVI体系,更契合数字时代新生代用户的审美潮流,为用户带来耳目一新的观展体验。

同时,为了契合年轻消费群体的需求,除了在产品年轻化设计外。今年9月,一汽-大众奥迪牵手滔搏电子竞技俱乐部;并牵手新生代优质偶像王一博,邀请其担当奥迪英杰汇品牌,一汽-大众奥迪还将全面联合现象级国漫作品,进一步强化与年轻消费群体的情感链接。

此外,一汽-大众奥迪还举办“用户体验季”,全面发力品牌体验,通过全新奥迪Q7无畏体验季、奥迪e-tron路演、奥迪RS赛道体验等创新的系列体验平台,满足用户对产品体验的需求。

从“全价值链本土化”向“全价值链共创”升级,提速电动化加码年轻化市场提升用户服务,一汽-大众奥迪通过对接市场需求的重新理解做出快速调整,着眼于未来深入布局,这也成为一汽-大众奥迪引领豪华市场的关键。

