

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亚军，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小鹏汽车首任非营运车主。

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，并优先选择位置好/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）、EICQ（超级平台化三电系统）、Autonomous Driving（自动驾驶核心技能）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“创变”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最强合作伙伴，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成为各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“国外独有”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-大众奥迪战队中的新得分手。

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动“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具并启动全新品牌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，除了在产品的年轻化设计外。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。

